07.02.2024.

Brand Schauma pokreće projekat sa fokusom na jačanju porodičnih veza

Počinju interaktivne predstave i tribina u okviru projekta „Vreme je za porodicu“

Beograd – U petak i subotu, 09. i 10. februara ove godine, sa početkom u 19h u Ustanovi Kulture Parobrod, očekuju vas interaktivne predstave, koje će vas podsetiti na važnost komunikacije između članova porodice i funkcionalna rešenja koja učvršćuju porodične veze. Pored toga, 12. februara u 19h u UK Parobrod biće održana i interaktivna tribina na istu temu. Pomenute predstave i tribina održaće se u okviru projekta „Vreme je za porodicu“ koji je pokrenuo brend Schauma kompanije Henkel.

„Kao brend koji već više od 80 godina brine o svakom članu porodice i inspiriše ih da uživaju u zajedničkim trenucima i stvaraju najlepše uspomene, kojih će se rado sećati celog života, Schauma prepoznaje značaj porodičnih veza i važnost komunikacije za ojačavanje istih. Stoga, veoma smo ponosni što realizujemo jedan ovakav projekat koji je značajan za sve nas, kao i društvo u celini“, izjavila je Marija Spasić, brend menadžer.

„Mi u Henkelu verujemo da je porodica stub društva i da pruža snažan temelj za razvoj zdrave ličnosti. Upravo iz tog razloga odlučili smo se da realizujemo jedan ovakav projekat, koji nas podseća na značaj komunikacije između članova porodice u razrešavanju problema i boljem uzajamnom razumevanju“, izjavila je Milica Šljivančanin, direktorka marketinga kompanije Henkel.

Predstave „Tri P.“ autorke Minje Filipović i „Ispovesti“ autorke Snežane Nenadović na slikovit način predstavljaju najčešće porodične probleme u različitim fazama odrastanja, te pokazuju da su poštovanje, poverenje i podrška, ključne vrednosti koje svi treba da negujemo kako bismo imali zdravu porodicu. Pored toga, u predstavama se pokazuje da je kreiranje pozitivnog sistema vrednosti kod dece od velike važnosti kako bi bili usmereni na pravi put. U tribini „Koliko razumemo sebe u relaciji sa decom?“, Isidora Trifunović će svojim umećem pokušati da odgovori na pitanje kako emocije oblikuju odnose i kako ih prepoznavati i prevazilaziti u realnim situacijama sa najbližima.

O Henkelu

Zahvaljujući jakim brendovima, inovacijama i tehnologijama, Henkel zauzima vodeće pozicije u oblastima industrijskog tržišta, kao i proizvoda široke potrošnje. Poslovni sektor Adhezivi Tehnologije globalni je lider na tržištima adheziva, sredstava za zaptivanje i funkcionalnih premaza. Sa poslovnim sektorom Consumer Brands, kompanija zauzima vodeće pozicije na mnogim tržištima i kategorijama širom sveta, posebno u segmentima nege kose i deterdženata i kućne hemije. Tri najsnažnija brenda kompanije su Loctite, Persil i Schwarzkopf. U fiskalnoj 2022. godini, Henkel je ostvario prodaju više od 22 milijarde evra i korigovani operativni profit od oko 2,3 milijarde evra. Henkelove prioritetne akcije izlistane su u nemačkom indeksu DAX. Održivost ima dugu tradiciju u Henkelu i kompanija ima jasnu strategiju održivosti sa konkretnim ciljevima. Henkel je osnovan 1876. godine i danas zapošljava raznovrstan tim od oko 50.000 ljudi širom sveta – ujedinjen snažnom korporativnom kulturom, zajedničkim vrednostima, kao i zajedničkom svrhom: „Pioneers at heart for the good of generations.” Za više informacija, molimo vas posetite [www.henkel.com](http://www.henkel.com)

Kontakt Jelena Gavrilović Šarenac Ana Rončević

Telefon +381 60 207 22 09 +381 11 207 21 99

Email jelena.sarenac@henkel.com ana.roncevic@henkel.com

Henkel Srbija d.o.o.