13.02.2024.

Brend Schauma podsetio na važnost učvršćivanja porodičnih veza

Interaktivne predstave i tribina u okviru projekta „Vreme je za porodicu“ izazvale veliku pažnju publike

Brend Schauma kompanije Henkel je u saradnji sa UK Parabrod realizovao projekat „Vreme je za porodicu“ u okviru kojeg su održane dve predstave i jedna interaktivna tribina. Cilj ovog projekta bio je na isticanju važnosti komunikacije između članova porodice i funkcionalnih rešenja koja osnažuju porodične veze. Ulaz je bio slobodan, a događaji su privukli veliku pažnju publike, te jasno pokazali koliko je tema učvršćivanja porodičnih veza značajna našem društvu.

Interaktivne predstave „Tri P.“ autorke Minje Filipović i „Ispovesti“ autorke Snežane Nenadović naišle su na izvanredan odziv publike. Posetioci su bili dirnuti i inspirisani njihovim slikovitim prikazom porodičnih veza i istaknutim vrednostima koje čine temelj zdrave porodice.

Takođe, interaktivna tribina na temu „Koliko razumemo sebe u relaciji sa decom?“ u kojoj su učestvovale Minja Filipović, Isidora Trifunović i Jasmina Janković Stojanović, privukla je veliki broj posetilaca koji su imali priliku da razmene mišljenja, postave pitanja i steknu dublji uvid u značaj emotivne inteligencije u porodičnim odnosima.

Tim povodom, Isidora Trifunović, dipl. inž informacionih sistema istakla je: „Ideja ovog projekta jeste da ukažemo na važnost toga da čujemo i razumemo druga mišljenja, da podstaknemo na preispitivanje sopstvenih stavova i dosadašnjih istina koje prenosimo i na svoju decu. Moje lično razumevanje odnosa leži u tome koliko objektivno možemo da sagledamo sopstvenu perspektivu. Možda je neko sklon da preispita tuđe ideje, osudi ih ili ih poredi sa svojima, ali često zaboravljamo da preispitamo sebe i svoje shvatanje“.

Atmosfera na sva tri događaja je bila puna emocija i podrške, što je dodatno ojačalo misiju projekta „Vreme je za porodicu“. 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, Schauma će i u martu mesecu, kada je planirana druga faza nastaviti projekat „Vreme je za porodicu“.

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.

<https://www.henkel.rs/>