

13 de febrero de 2024.

## Schwarzkopf revela nueva campaña con la actriz y productora Sofia Vergara

El experto global en cabello trabajará con Sofia Vergara para empoderar a las mujeres a contar su propia historia.



*Imagen: Cortesía Schwarzkopf*

*Ciudad de México* - Como la autoridad indiscutible en cabello durante más de 125 años, Schwarzkopf anuncia una emocionante campaña respaldada por el poder de su nueva Embajadora Global de Marca, la actriz y productora colombiana Sofia Vergara. Schwarzkopf ha definido el 2024 como el año de las rubias, y saben que detrás del color de cabello de cada persona hay una historia de valentía, empoderamiento y confianza. Ahora la marca busca inspirar a los consumidores a contar la suya. El 4 de marzo de 2024, Schwarzkopf lanzará oficialmente su campaña, "**¿Qué historia contarás?**", marcada por un comercial altamente visual y una exhaustiva difusión en redes sociales, con la participación de Sofía.

Como marca pionera, la historia de Schwarzkopf está definida por innovaciones. El primer shampoo en seco, el primer shampoo líquido, la primera laca para el cabello, la primera permanente en frío, el primer producto de coloración para el hogar. Schwarzkopf combina



perfectamente sus 125 años de herencia con tecnología de vanguardia, innovando para empoderar a las personas a entender y abrazar sus historias capilares únicas. Schwarzkopf es una de las únicas marcas respaldadas por una comunidad global de estilistas con los que colaboran para llevar esa experiencia profesional a sus consumidores. Liderando donde otros siguen e instando a las personas a mostrar la mejor versión de sí mismas, Schwarzkopf proporciona con orgullo las herramientas necesarias para que todos celebren su individualidad.

La campaña "¿Qué historia contarás?" de Schwarzkopf es más que un eslogan; busca inspirar a los consumidores a presentarse como realmente son y apropiarse de la historia que quieren contar al mundo. Creen que la belleza es radiante cuando tu apariencia refleja cómo te sientes por dentro, y cuando tu cabello es un espejo y lienzo para crear tu historia. Schwarzkopf empodera a sus consumidores a través del cabello para que puedan enfrentar cada momento con confianza según sus propios términos. Para dar vida a esta idea de campaña, Schwarzkopf enlistó a Sofía Vergara para ayudar a difundir este mensaje a nivel global. La asociación se anunciará a través de un comercial televisivo que se estrenará el 4 de marzo, así como colaboraciones en redes sociales, apariciones en alfombras rojas y más. Sofía es la pareja perfecta para dar vida a la misión de Schwarzkopf de crear un mensaje de campaña fuerte, con propósito, global y culturalmente relevante.

Vildan Oenpeker-Cerci, Vicepresidenta Senior de Marketing de Henkel América del Norte, comenta: *"Es absolutamente emocionante ver a Schwarzkopf alinearse con una socia como Sofía Vergara. Henkel siempre se ha comprometido a proporcionar innovaciones y fórmulas de alta calidad y no podemos pensar en una mejor persona para ayudar a difundir este mensaje a nivel mundial. Sofía encarna la marca Schwarzkopf de una manera que resuena tanto a estilistas como a consumidores. Estamos emocionados de ver las historias que contaremos gracias a esta colaboración"*.

El papel de Sofía en la campaña de Schwarzkopf ayudará a mostrar la calidad premium y los efectos transformadores de usar los productos de la marca. Sofía es la personificación de los "objetivos capilares" y utilizará su plataforma para mostrar cómo los productos Schwarzkopf le dan el aspecto que desea para contar su historia de manera auténtica, sirviendo como inspiración para que otras mujeres hagan lo mismo. Cuando se le preguntó a Sofía sobre su conexión con la campaña de Schwarzkopf, dijo: *"El cabello es una forma poderosa de autoexpresión. Al estar en el centro de atención, la confianza lo es todo y el cabello juega un gran papel. Para mí, convertirme en embajadora global de la marca Schwarzkopf no se trata solo de respaldar productos capilares, se trata de colaborar con una marca que comparte mi visión de abrazar y celebrar el poder de la autoexpresión y la confianza. Ambos creemos en el*



*poder del cabello y queremos empoderar e inspirar a otras mujeres a tomar el control de su narrativa y expresarse a través de él".*

La evolución ha sido constante a medida que la marca Schwarzkopf ha crecido a lo largo del último siglo y continuarán innovando y elevando sus productos y fórmulas para el cuidado del cabello.

###

#### **Acerca de Henkel**

Con sus marcas, innovaciones y tecnologías, Henkel ocupa posiciones de liderazgo a nivel mundial en el mercado industrial y de consumo. La unidad de negocio de Adhesive Technologies es líder mundial en el sector de adhesivos, selladores y recubrimientos. Con el negocio Consumer Brands, la empresa ocupa posiciones de liderazgo, especialmente en el cuidado del cabello, detergentes y cuidado del hogar, en muchos mercados y categorías de todo el mundo. Las tres marcas más fuertes de la compañía son Loctite, Persil y Schwarzkopf. En el ejercicio fiscal 2022, Henkel registró unas ventas de más de 22,000 millones de euros y un resultado operativo ajustado de unos 2,300 millones de euros. Las acciones preferentes de Henkel cotizan en el índice bursátil alemán DAX. La sustentabilidad tiene una larga tradición en Henkel, y la empresa tiene una estrategia clara con objetivos concretos. Henkel se fundó en 1876 y hoy cuenta con un equipo diverso de más de 50,000 personas en todo el mundo, unidas por una sólida cultura corporativa, valores compartidos y un propósito común: "Pioneers at heart for the good of generations" (pioneros de corazón por el bien de las generaciones). Más información en [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

#### **Acerca de Henkel en México**

Henkel tiene 65 años de presencia en México. Respaldados por su reconocida calidad a nivel mundial, se comercializan exitosamente productos en los sectores de Adhesive Technologies (integrada por Adhesivos de Consumo, para Profesionales y la Construcción; además de Adhesivos, Selladores y productos para el Tratamiento de Superficies) y Consumer Brands (integrada por el área de cuidado personal y del cabello, así como detergentes y cuidado del hogar). Hablando de México, las ventas de 2022 fueron de más de 862.71 millones de euros, lo que equivale a más de 18,278 millones de pesos y cuenta con alrededor de 3,300 empleados, distribuidos entre su oficina corporativa en Interlomas, una Planta en Monterrey, Irapuato, Salamanca y Santiago, dos en Toluca y tres en Guadalajara, un Centro de Distribución en Toluca, Tlalnepantla y Guadalajara, un Centro Especializado en Vallejo, una oficina de ventas en Monterrey y una Academia. Para más información, visite [www.henkel.mx](http://www.henkel.mx)

#### **Henkel en México:**

Contacto: Cristina Jiménez

E-mail: [cristina.jimenez@henkel.com](mailto:cristina.jimenez@henkel.com)

Contacto: Cynthia Rios

E-mail: [cynthia.rios@henkel.com](mailto:cynthia.rios@henkel.com)

#### **Burson Cohn & Wolfe:**

Contacto: Sheila Sánchez

E-mail: [sheila.sanchez@bcw-global.com](mailto:sheila.sanchez@bcw-global.com)

Contacto: Andrea Canales

E-mail: [andrea.canales@bcw-global.com](mailto:andrea.canales@bcw-global.com)