8 września 2025 r.

Czas na Pranie, Czas na Ruch - ambitna kampania Persil

**Marka Persil, w ramach tegorocznej odsłony kampanii „Zawsze dajesz z siebie wszystko”, ogłasza start nowej inicjatywy: „Czas na Pranie, Czas na Ruch”. Akcja ma na celu zainspirowanie Polaków do włączenia aktywności fizycznej w codzienną rutynę, wykorzystując czas przeznaczony na pranie. W ramach kampanii marka podjęła także współpracę z polską lekkoatletką, Moniką Pyrek i jej Fundacją “Skok w marzenia”.**

Światowa Organizacja Zdrowia zaleca dorosłym 150-300 minut umiarkowanej lub 75-150 minut intensywnej aktywności fizycznej tygodniowo. Persil odpowiada na pytanie, skąd wziąć te minuty w natłoku codziennych zajęć, proponując innowacyjne podejście. Zakładając, że dorosły człowiek wykonuje około 3 prań tygodniowo, marka zachęca do wykorzystania tego czasu na ruch w dowolnej formie. Już 20-minutowy spacer może poprawić nastrój i zredukować stres.

Symbolem kampanii jest motywująca koszulka #TeamPersil, która zaprasza do akcji wszystkich, którzy wybierają aktywność, gdy włączają pralkę. Zakładając koszulkę, każdy staje się ambasadorem akcji i promuje zdrowe nawyki, a także dołącza do społeczności, która „zawsze daje z siebie wszystko”. Do #TeamPersil dołączyła Monika Pyrek, ambasadorka kampanii, która aktywnie promuje aktywność fizyczną. Jej determinacja i profesjonalne podejście do sportu stanowią inspirację do codziennej aktywności i stawiania sobie wysokich celów sportowych.

Ponadto, Persil nawiązał współpracę z Fundacją Moniki Pyrek, założoną przez olimpijkę i medalistkę Mistrzostw Świata i Europy. Fundacja angażuje się w promocję aktywności fizycznej i sportowego stylu życia wśród dzieci i młodzieży. Persil wspiera fundusz stypendialny „Skok w marzenia”, który ma na celu rozwijanie talentów młodych sportowców (w wieku od 16 do 25 lat). Wśród stypendystów znajdują się uczestnicy Mistrzostw Polski, Europy, Świata, a także Igrzysk Olimpijskich. Marka przekazała wsparcie finansowe na rzecz Funduszu, a każdy zakupiony produkt Persil dokłada cegiełkę do spełnienia sportowych marzeń.

– *Persil od lat wspiera tych, którzy dają z siebie wszystko. Kampania „Czas na Pranie, Czas na Ruch” pokazuje, że zdrowy styl życia może być prosty i dostępny dla każdego – czasem wystarczy półgodzinny cykl prania, aby znaleźć chwilę na ruch: szybki bieg, jazdę na rowerze czy jogę na macie. Zaproszenie do Team Persil to zachęta, by zawsze dawać z siebie maksimum – zarówno w sporcie, jak i w codziennych wyzwaniach.* –mówiAgnieszka Królikowska, Senior Brand Manager Persil, Henkel Polska.– *Cieszymy się, że przy tej okazji możemy współpracować z inspirującą Moniką Pyrek i jej Fundacją. Wspierając młode talenty poprzez fundusz stypendialny Skok w marzenia, inwestujemy w przyszłość polskiego sportu i pomagamy spełniać wielkie marzenia młodych sportowców. Jako lider kategorii Persil chce dostarczać konsumentom nie tylko wysoką jakość produktów, lecz także dodatkową wartość – inicjować ważne społecznie tematy i inspirować do pozytywnych zmian.* – dodaje.

Nie zwlekaj – wstaw pranie i poświęć ten czas na ruch, dbając o swoje zdrowie! Zarówno przed, jak i po treningu, Persil zapewni idealną czystość Twoich ubrań. Kapsułki Persil Discs to najwygodniejszy wybór dla zabieganych. Skoncentrowana formuła poradzi sobie z najtrudniejszymi plamami, nawet po trawie i błocie. Tradycyjne rozwiązania, takie jak żel i proszek Persil, zadbają o biel i intensywne kolory, niezależnie od liczby wykonanych prań. Teraz bez obaw można cieszyć się aktywnością fizyczną w swoich ulubionych ubraniach. To co, czas na pranie?

\*\*\*

**O firmie Henkel**

Dzięki wiodącym markom, innowacjom i technologiom spółka zajmuje czołowe pozycje rynkowe zarówno w sektorze przemysłowym, jak i dóbr konsumpcyjnych. Henkel Adhesive Technologies jest światowym liderem rynku klejów, uszczelniaczy i powłok funkcjonalnych. Dział Consumer Brands zajmuje wiodącą pozycję na wielu rynkach świata, zwłaszcza w obszarze środków piorących i czystości oraz produktów do pielęgnacji włosów. Trzy najsilniejsze marki to Loctite, Persil i Schwarzkopf. W 2024 roku Henkel odnotował przychody ze sprzedaży na poziomie ponad 21,6 mld euro i skorygowany zysk operacyjny w wysokości około 3,1 mld euro. Akcje uprzywilejowane spółki wchodzą w skład niemieckiego indeksu giełdowego DAX. Firma posiada jasną strategię zrównoważonego rozwoju z konkretnymi celami, a idea ta ma w Henklu długą tradycję. Firma założona w 1876 zatrudnia dziś 47 tysięcy pracowników na całym świecie, tworzących zaangażowany i zróżnicowany zespół o silnej kulturze korporacyjnej, wspólnym systemie wartości i motcie: „Pioneers at heart for the good of generations”.  Więcej informacji na [www.henkel.com](http://www.henkel.com) oraz [www.henkel.pl](http://www.henkel.pl).

Materiały graficzne są dostępne na stronie: [**http://www.henkel.com/press**](http://www.henkel.com/press)

**Kontakt dla mediów:**

Dorota Strosznajder Monika Podsiadło

Henkel Polska Sp. z o.o. Burson Poland

tel.: (022) 565 66 65 tel.: +48 605 122 594

dorota.strosznajder@henkel.com monika.podsiadlo@bursonglobal.com

Henkel AG & Co. KGaA