

Nota de prensa

29 de julio de 2026

got2b y Somat impulsan la innovación en el punto de venta

Henkel se convierte en la primera compañía en lanzar una campaña de experiencia holográfica inmersiva 360° en España

- Las marcas got2b y Somat han protagonizado la primera activación de HyperGram Experience en España gracias a un acuerdo de colaboración exclusiva.
- La activación ha revolucionado el *retail* convirtiendo el punto de venta en un entorno más experiencial, reforzando la conexión entre las marcas y los consumidores.

Barcelona – Henkel, compañía líder tanto en negocios industriales como en marcas de gran consumo, vuelve a situarse a la vanguardia de la innovación y la comunicación digital. En esta ocasión, sus marcas got2b (marca de styling que celebra la autoexpresión) y Somat (detergente líder para el lavavajillas automático) protagonizan un nuevo hito tecnológico en nuestro país al convertirse en las primeras marcas en España en activar una campaña con la tecnología HyperGram Experience.

HyperGram Experience, propiedad de Disturbed Innovations Group, es una tecnología diseñada específicamente para entornos de *retail*. A través de este formato inmersivo en 3D de gran formato, que se estrena por primera vez en España gracias a un acuerdo de colaboración exclusiva con Henkel, las marcas consiguen traspasar la pantalla y sorprender a los visitantes con una experiencia visual de alto impacto.

Tras el éxito obtenido en el **Centro Comercial intu Xanadú de Madrid**, la estructura holográfica se trasladó al **Centro Comercial Diagonal Mar de Barcelona**, acercando esta innovadora propuesta a miles de consumidores durante el mes de julio.



Tecnología disruptiva y ventajas para el consumidor

Con esta acción, Henkel no solo ha buscado generar notoriedad y conectar con los consumidores de una forma sorprendente y diferencial en el punto de venta, sino también ofrecerles un beneficio directo.

En el marco de la campaña se han celebrado los **"Exclusive Henkel Activations Days"**, una iniciativa que ha permitido a los visitantes acceder a descuentos exclusivos para ambas marcas.

Con este lanzamiento conjunto, Henkel ha vuelto a demostrar su compromiso con la innovación, no solamente con sus fórmulas, sino en la búsqueda de nuevos formatos de comunicación capaces de transformar la experiencia del consumidor en el punto de venta y reforzar la conexión entre sus marcas y el público. Henkel fue también la primera compañía en desarrollar una campaña de street marketing en 3D en España, en 2020, con su marca Wipp Express.

Sobre Henkel

Con sus marcas, innovaciones y tecnologías, Henkel ocupa posiciones líderes en el mercado mundial en los negocios industriales y de consumo. La unidad de negocio Adhesive Technologies es el líder global en el mercado de adhesivos, selladores y recubrimientos. Con Consumer Brands, la empresa ocupa posiciones de liderazgo, especialmente en cuidado de la ropa y el hogar y en cabello, en muchos mercados y categorías de todo el mundo. Las tres marcas más fuertes de la compañía son Loctite, Wipp Express y Schwarzkopf. En el ejercicio fiscal 2025, Henkel reportó ventas de aproximadamente 20.5 mil millones de euros y un beneficio operativo ajustado de alrededor de 3.0 mil millones de euros. Las acciones preferentes de Henkel cotizan en el índice bursátil alemán DAX. La sostenibilidad tiene una larga tradición en Henkel, y la compañía tiene una estrategia de sostenibilidad clara con objetivos específicos. Henkel fue fundada en 1876 y hoy emplea a un equipo diverso de aproximadamente 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" Más información en www.henkel.es El material fotográfico está disponible en <https://www.henkel.es/prensa-y-comunicacion> o sigue a nuestras cuentas oficiales en X e Instagram: @henkeliberica

Contacto	Andrea Galiano	Clàudia Ruiz
Teléfono	93.201.10.28	93.201.10.28
Email	andrea.galiano@bursonglobal.com	claudia.ruiz@bursonglobal.com