



Press Release

30 de julho, 2026

Sonasol celebra 75 anos a acompanhar os lares portugueses

- **Campanha de aniversário reforça a ligação emocional com os consumidores e assinala um percurso marcado pela confiança, inovação e proximidade.**
- **Sonasol celebra 75 anos de história com uma campanha que homenageia várias gerações de consumidores e reforça o compromisso da marca com o futuro.**
- **A iniciativa inclui o relançamento da gama Lava Tudo, ativações em ponto de venda, uma promoção dirigida aos consumidores e uma forte presença em retail media.**
- **Distinguida como Marca de Confiança em Limpeza do Lar pelo 14.º ano consecutivo, Sonasol reafirma a sua posição como uma das marcas de referência no mercado português de produtos de limpeza do lar.**

Lisboa, 30 de julho de 2026 – Sonasol assinala este ano o seu **75.º aniversário** com uma campanha comemorativa que celebra a história de uma marca que acompanha os lares portugueses há várias gerações. Sob o **mote de agradecimento aos consumidores pela confiança depositada ao longo de décadas**, a campanha reforça igualmente o compromisso da marca em continuar a inovar e a responder às necessidades das famílias portuguesas.

Mais do que celebrar um percurso de 75 anos, esta iniciativa pretende destacar a relação de proximidade construída com os consumidores, consolidar a notoriedade da marca e reforçar a ligação emocional que faz de Sonasol uma presença constante nos lares portugueses.

"Celebrar 75 anos é, acima de tudo, celebrar a confiança que os consumidores depositaram em nós ao longo de gerações. Esta campanha representa um agradecimento a todos aqueles que fizeram parte da história de Sonasol e, simultaneamente, um compromisso renovado em continuar a inovar para responder às necessidades das famílias portuguesas no futuro", afirma Oriol Marin, Diretor de Marketing da Henkel Ibérica.

Uma celebração entre tradição e inovação

Ao longo dos últimos 75 anos, Sonasol consolidou-se como uma das marcas de referência no mercado nacional de produtos de limpeza do lar, acompanhando a evolução dos hábitos de consumo através do desenvolvimento de **soluções cada vez mais eficazes, especializadas e adaptadas às diferentes necessidades dos consumidores.**

A evolução contínua das fórmulas, a criação de soluções específicas para diferentes superfícies, a melhoria das embalagens e a aposta em práticas mais sustentáveis refletem o compromisso permanente da marca com a inovação e a qualidade.

Este percurso tem sido reconhecido pelos consumidores, que distinguiram Sonasol como **Marca de Confiança em Limpeza do Lar pelo 14.º ano consecutivo**, reforçando o papel da marca como uma referência no setor.

Uma campanha que celebra o passado e olha para o futuro

A **campanha de aniversário decorre desde agora até 31 de dezembro** e contempla um conjunto de iniciativas que aproximam ainda mais a marca dos consumidores.

Entre as principais ações destacam-se o **relançamento da gama Lava Tudo** Sonasol, uma promoção dirigida aos consumidores, ativações em ponto de venda e uma estratégia de comunicação assente em retail media e materiais de ponto de venda, privilegiando o contacto com os consumidores no momento da compra.

A criatividade inspira-se na história da marca e na forte ligação construída com várias gerações de portugueses, equilibrando elementos de nostalgia com uma visão contemporânea que projeta Sonasol para o futuro. Para reforçar a autenticidade da narrativa comemorativa, foram também utilizados elementos do arquivo histórico e da identidade visual da marca.

Um compromisso para as próximas gerações

Os 75 anos representam um momento de orgulho, mas também de responsabilidade. Para Sonasol, este marco confirma a relevância conquistada ao longo de décadas e reforça a ambição de continuar a desenvolver soluções inovadoras, mais eficazes e cada vez mais sustentáveis, acompanhando a evolução das necessidades dos consumidores.

Mais do que celebrar uma data, esta campanha pretende agradecer a todos aqueles que fizeram de Sonasol uma presença constante nas suas casas e renovar o compromisso da marca em continuar a cuidar dos lares portugueses durante muitos anos.

Sobre a Henkel

Com as suas marcas, inovações e tecnologias, a Henkel ocupa posições de liderança de mercado a nível mundial, tanto nos negócios industriais como de consumo. A unidade de negócio Adhesive Technologies é líder global no mercado de adesivos, selantes e revestimentos. Já com Consumer Brands, a empresa detém posições de liderança sobretudo nas categorias de Laundry & Home Care e Hair, em muitos mercados e categorias em todo o mundo. As três marcas mais fortes da empresa são Loctite, Persil e Schwarzkopf. No exercício fiscal de 2025, a Henkel registou vendas de cerca de 20.5 mil milhões de euros e um resultado operacional ajustado de aproximadamente 3 mil milhões de euros. As ações preferenciais da Henkel estão cotadas no índice bolsista alemão DAX. A sustentabilidade tem uma longa tradição na Henkel, e a empresa conta com uma estratégia clara nesta área, com objetivos específicos definidos. A Henkel foi fundada em 1876 e emprega atualmente cerca de 47.000 pessoas em todo o mundo, que formam uma equipa diversa, unida por uma forte cultura corporativa, valores partilhados e um propósito comum:

"Pioneers at heart for the good of generations.". Mais informações em: www.henkel.pt.

Mais informações:

GCIMEDIA Group | Media Consulting

Daniel Tomaz

Email: daniel.tomaz@gcimedia.pt

Telefone: 961 628 793

Pedro Santos

Email: pedro.santos@gcimedia.pt

Telefone: 925 041 886