



## Nota de prensa

22 de mayo de 2018

Casi 10 millones de visualizaciones en el primer trimestre de este año

### Tu Casa Club, el segundo canal de YouTube de una marca de gran consumo más visto

- El canal ofrece consejos sobre el cuidado del hogar y limpieza de la ropa
- Henkel apuesta por la interacción con sus consumidores con un canal dinámico, práctico y multimarca

El canal de [YouTube de Tu Casa Club](#), el portal de las marcas de detergentes y adhesivos de Henkel Ibérica, es el segundo más visto de entre las marcas de gran consumo en España durante el primer trimestre de año según se desprende del [Panel Icarus de Gran Consumo Q1 2018](#), realizado por Epsilon Technologies. En dicho estudio se analiza la actividad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter y YouTube) de 400 marcas del sector del Gran Consumo (alimentación e higiene) durante el primer trimestre de 2018.

[Tu Casa Club](#) es un portal para los fans de la vida en el hogar donde descubrir consejos útiles, las últimas novedades de las marcas Henkel y disfrutar de grandes descuentos y promociones. Además de su web y canal Youtube cuenta con página de Facebook que alcanza más de 70.000 seguidores. El canal de YouTube de Tu Casa Club acumula casi 10 millones de visualizaciones en el primer trimestre de 2018 colocándose segundo en el ranking y subiendo una posición respecto al mismo periodo del año pasado.

Carlos Erroz, Digital & CRM Manager de Laundry & Home Care de Henkel Ibérica, comenta: “En Henkel apostamos claramente por videos con contenido de calidad e interesante para conectar con nuestros consumidores. Diseñamos piezas específicas de Branded Content para formato digital buscando que provoquen emociones y la verdad es que esta estrategia que adoptamos hace ya un par de años está funcionando muy bien. Cada vez más realizamos campañas creativas digitales en formato video para difundir los contenidos de marca.”





## **Sobre Henkel**

Henkel opera en todo el mundo con un portfolio equilibrado y diversificado. La compañía cuenta con una posición de liderazgo en sus tres divisiones de negocio, tanto en gran consumo como en industria gracias a sus fuertes marcas, innovaciones y tecnologías. Henkel Adhesive Technologies es el líder global en el mercado de adhesivos en todos los segmentos industriales del mundo. Además, en la división de Laundry & Home Care y Beauty Care, Henkel es también líder en muchos mercados y categorías en todo el mundo. Fundada en 1876, Henkel acumula más de 140 años de éxito. En 2017, Henkel alcanzó un volumen de ventas de 20.000 millones de euros y un beneficio operativo depurado de cerca 3.500 millones de euros. Las ventas combinadas de las marcas principales de las tres unidades de negocio -Loctite, Schwarzkopf y Persil- suman más de 6.400 millones de euros. Henkel cuenta con más de 53.000 empleados en todo el mundo que integran un equipo diverso y apasionado bajo una sólida cultura corporativa y valores compartidos, con un propósito común para crear valor sostenible. Como líder reconocido en sostenibilidad, Henkel figura en posiciones destacadas de varios índices y rankings internacionales. Las acciones preferentes de Henkel cotizan en el Índice Bursátil Alemán DAX. Para más información por favor visite [www.henkel.es](http://www.henkel.es)

Este documento contiene previsiones de futuro basadas en las suposiciones y estimaciones actuales de la dirección de la empresa Henkel AG & Co. KGaA. El empleo de palabras como esperar, prever, planificar, pronosticar, deducir de, creer, estimar y formulaciones similares indica previsiones de futuro. Estas previsiones no deben entenderse como garantías que den por correctas estas expectativas. La evolución futura, así como los resultados obtenidos realmente por Henkel AG & Co. KGaA y sus empresas asociadas dependen de una serie de riesgos e inseguridades y por ello pueden diferir fundamentalmente de las perspectivas de futuro. Varios de estos factores se encuentran fuera del área de influencia de Henkel y no pueden estimarse de forma precisa con anterioridad, como por ejemplo, el entorno económico futuro, así como el comportamiento de los competidores y otros participantes en el mercado. No está prevista una actualización de las previsiones de futuro ni Henkel asume ninguna obligación especial al respecto.

## **Contacto:**

Burson-Marsteller

Tel: 93.201.10.28

Carla Lladó – [carla.llado@bm.com](mailto:carla.llado@bm.com)

Núria Rosiñol – [nuria.rosinol@bm.com](mailto:nuria.rosinol@bm.com)