28 kwietnia 2022 r.

Henkel po raz kolejny wspiera edukację ekologiczną najmłodszych

II edycja kampanii „Lekcja Nieśmiecenia” z Henkel Polska i Fundacją Nasza Ziemia

**W ramach projektu „Ekoedukacja” Fundacja Nasza Ziemia i Henkel Polska realizują drugą edycję kampanii edukacyjnej „Lekcja Nieśmiecenia”. Wspólne przedsięwzięcie ma na celu wsparcie szkół podstawowych w edukacji ekologicznej, tematem przewodnim pozostaje segregacja odpadów. Szkoły mogą zgłaszać swój udział do 15 maja br. na** [**www.lekcjaniesmiecenia.pl**](http://www.lekcjaniesmiecenia.pl)**. W 2021 roku do konkursu zgłosiło się ponad 500 placówek edukacyjnych z całej Polski. Laureaci otrzymali pojemniki do selektywnej segregacji odpadów.**

Druga edycja kampanii „Lekcja Nieśmiecenia” – partnerskiego projektu Fundacji Nasza Ziemia i Henkel Polska – ma na celu przekazanie dzieciom praktycznej wiedzy z zakresu ekologii oraz wyrabianie w nich właściwych zachowań i nawyków. Projekt jest skierowany do uczniów i nauczycieli klas 4-6, którzy otrzymają bezpłatne, autorskie materiały do przeprowadzenia lekcji ekologii na temat właściwej segregacji odpadów.

*– Świat stoi dziś przed wieloma globalnymi wyzwaniami, takimi jak zmiany klimatyczne czy duże ilości odpadów zalegające w środowisku naturalnym. Wierzymy, że zwiększanie świadomości właściwej segregacji odpadów i praktyczna wiedza z zakresu ekologii oraz wyrabianie wśród dzieci i młodzieży właściwych zachowań i nawyków jest niezwykle ważne i zaczyna się w domach, szkołach i miejscach pracy*– powiedziała Monika Banaś-Jankowska, dyrektorka marketingu działu Beauty Care (kosmetyki) w Henkel Polska.

Towarzyszący akcji konkurs składać się będzie z dwóch części. Najpierw uczestnicy będą poproszeni o przyjrzenie się śmieciom w swojej szkole – szczególnie temu, czy są właściwie segregowane i wyrzucane. Następnie uczniowie z pomocą nauczycieli powinni zaproponować rozwiązanie problemu związanego z odpadami, który zidentyfikowali na pierwszym etapie konkursu. Szkoły mogą przedstawić swoje pomysły w dowolnej formie – happeningów, lokalnej kampanii społecznej, przedstawienia, konkursu wewnętrznego, instalacji, wystawy prac, czy plakatów edukacyjnych, debaty, warsztatów lub lekcji. Zgłoszenia do konkursu przyjmowane są od 1 kwietnia do 15 maja 2022 roku na stronie: [http://www.lekcjaniesmiecenia.pl](https://www.lekcjaniesmiecenia.pl). Do formularza zgłoszeniowego można załączyć pliki multimedialne w postaci filmów lub zdjęć. Konkurs jest skierowany do szkół, które posiadają ważną umowę na selektywny odbiór odpadów.

Do wygrania jest 20 atrakcyjnych stacji edukacyjnych z pojemnikami do selektywnej zbiórki odpadów (7 pojemników wraz ze zgniatarką do puszek i plastikowych butelek). Stacja będzie uczyć, jak segregować odpady na 5 obowiązujących frakcji (szkło, papier, tworzywa sztuczne, bioodpady, zmieszane). Będzie mieć również dwie dodatkowe frakcje – baterie i nakrętki plastikowe. Do każdej z frakcji zostaną przygotowane atrakcyjne graficznie tablice z instrukcją.

*– Mamy nadzieję, że druga edycja będzie cieszyć się równie dużym zainteresowaniem jak pierwsza. W pierwszej odsłonie projektu zarejestrowało się ponad 500 placówek, co potwierdza świadomość szkół, chęć pogłębiania wiedzy o ekologii i aktualność tematu*– dodała Monika Banaś-Jankowska. – *Serdecznie zapraszamy szkoły do wzięcia udziału w drugiej odsłonie „Lekcji Nieśmiecenia” Henkla i Fundacji „Nasza Ziemia”* – dodała.

Pełna informacja o akcji dostępna jest na stronie [http://www.lekcjaniesmiecenia.pl](https://www.lekcjaniesmiecenia.pl).

**Henkel – walka z zanieczyszczeniem środowiska**

Akcję „Lekcja Nieśmiecenia” wspierają marki kosmetyczne z portfolio firmy takie jak: Syoss, Taft, Schauma, Gliss, Fa i Nature Box. To marki zaangażowane społecznie, które zrównoważony rozwój mają wpisany w swoje DNA. Już teraz wybrane kosmetyki tych marek dostępne są w opakowaniach wykonanych w 97-98 procentach z plastiku pochodzącego z odzysku. Co więcej, w niektórych opakowaniach zawarty jest także tzw. social plastic, który – w ramach współpracy z organizacją społeczną Plastic Bank – został zebrany z morskich plaż, przetworzony i powtórnie włączony do obiegu. W ramach tej inicjatywy mieszkańcy Haiti, jednego z najbardziej zanieczyszczonych regionów na świecie i zarazem najbiedniejszych, mogą wymieniać zebrane przez siebie plastikowe odpady na pieniądze, produkty lub usługi.

Inicjatywa wpisuje się w realizację pro-środowiskowych zobowiązań firmy Henkel. Do tej pory w Europie Henkel wprowadził na rynek już 700 milionów butelek wytworzonych w 100% z przetworzonego plastiku, z czego 400 milionów w samym tylko 2020 r. Do 2025 r. wszystkie opakowania produktów konsumenckich firmy mają nadawać się do dalszego przetwarzania lub powtórnego użycia. Jak szacuje firma, między 2019 a 2021 r. wykorzystanie pierwotnego plastiku w opakowaniach kosmetyków Henkla sprzedawanych w Polsce spadnie aż o 20%.

**O firmie Henkel**

Henkel jest firmą globalną, o zrównoważonej i różnorodnej ofercie produktów i usług. Dzięki wiodącym markom, innowacjom i technologiom spółka zajmuje czołowe pozycje rynkowe zarówno w sektorze przemysłowym jak i dóbr konsumpcyjnych. Henkel Adhesive Technologies (dział klejów budowlanych i konsumenckich oraz technologii dla przemysłu) jest światowym liderem rynku klejów. Działy Laundry & Home Care (środków piorących i czystości) oraz Beauty Care (kosmetyków) zajmują wiodące pozycje na wielu rynkach świata i w wielu grupach asortymentowych. Firma, założona w 1876, działa i odnosi sukcesy od ponad 140 lat. W 2021 roku Henkel odnotował przychody ze sprzedaży na poziomie około 20 mld. Firma zatrudnia na całym świecie ponad 53 tysiące pracowników, tworzących zaangażowany i zróżnicowany zespół, o silnej kulturze korporacyjnej, wspólnym systemie wartości i dążeniu do kreowania trwałej wartości. Jako uznany lider zrównoważonego rozwoju Henkel zajmuje czołowe miejsca w wielu międzynarodowych indeksach i rankingach. Akcje uprzywilejowane spółki wchodzą w skład niemieckiego indeksu giełdowego DAX. Więcej informacji na [www.henkel.com](http://www.henkel.com/) oraz [www.henkel.pl](file:///%5C%5Cdemon%5CCorporate%26amp%3BFinance%5CKlienci%5CHenkel%5CRELACJE%20Z%20MEDIAMI%5CInformacje%20prasowe%5C2020%5CIP%20-%20W%20drodze%20do%20pracy_nab%C3%B3r%20do%20programu%5Cwww.henkel.pl)

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

**Kontakt dla mediów:**

Dorota Strosznajder Magdalena Bryksa-Szymańczak

Henkel Polska Sp. z o.o. Solski Communications

tel: (022) 565 66 65 tel: (022) 24 28 642

dorota.strosznajder@henkel.com mszymanczak@solskipr.pl