28 czerwca 2022 r.

Henkel Polska i Fundacja Nasza Ziemia po raz kolejny wspierają edukację ekologiczną najmłodszych

Zakończyła się II edycja kampanii „Lekcja Nieśmiecenia”

**Fundacja Nasza Ziemia i Henkel Polska podsumowały drugą edycję kampanii edukacji ekologicznej skierowanej do uczniów szkół podstawowych.
Z nadesłanych projektów konkursowych jury wybrało 20 laureatów, do których trafią edukacyjne systemy do praktycznej segregacji odpadów. Najwięcej głosów uzyskała szkoła nr 4 im. Stefana Żeromskiego z Bełchatowa w woj. łódzkim. Uczniowie przygotowali zabawki logopedyczne z nakrętek i odpadów z odzysku. Łącznie w dwóch edycjach kampanii wzięło udział ponad 500 szkół z całej Polski.**

„Lekcja Nieśmiecenia” to kampania, która wspiera szkoły w procesie edukacji ekologicznej związanej z segregacją odpadów. 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 otrzymują bezpłatne, autorskie materiały do przeprowadzenia lekcji ekologii na temat właściwej segregacji odpadów.

Tegorocznej akcji towarzyszył dwuetapowy konkurs. W pierwszym etapie uczestnicy badali istniejące w szkole problemy w wybranej kategorii segregacji odpadów – to, których śmieci jest najwięcej w szkole, które są najbardziej kłopotliwe do segregacji i których ilość byłaby prosta do zredukowania. W celu identyfikacji problemu uczniowie prowadzili wywiady z pracownikami obsługi, realizowali badania ankietowe i analizowali zawartość koszy. W drugim etapie uczniowie mieli opracować pomysły dotyczące tego, jak rozwiązać problem i zastosować to rozwiązanie w swojej szkole. Szkoły przedstawiły bardzo dużo różnych pomysłów – były wśród nich happeningi, lokalne kampanie społeczne, przedstawienia, konkursy, filmy, wystawy, plakaty, debaty, warsztaty i lekcje. Co ważne, dzięki konkursowi w kilku szkołach podjęto długofalowe działania o charakterze systemowym. Może się to przełożyć na istotne zredukowanie ilości śmieci w szkole. Zgłoszenia do konkursu przyjmowane były na stronie: [http://www.lekcjaniesmiecenia.pl](https://www.lekcjaniesmiecenia.pl)

W 20 zwycięskich szkołach zostaną zamontowane specjalne stacje edukacyjne z pojemnikami do selektywnej zbiórki odpadów. Stacje te uczą, jak segregować odpady na 5 obowiązujących frakcji (szkło, papier, tworzywa sztuczne, bioodpady, zmieszane). Mają również zgniatarkę do puszek oraz dwie dodatkowe frakcje – baterie i nakrętki plastikowe, czyli najczęściej realizowane przez szkoły zbiórki selektywne. Do każdej frakcji zostały przygotowane atrakcyjne graficznie tablice z instrukcją, co i gdzie należy wrzucać.

*– Cieszymy się, że zrealizowaliśmy z sukcesem kolejną odsłonę projektu Lekcja Nieśmiecenia. Pokazujemy w nim, że problemowi niewłaściwej segregacji i gromadzenia się odpadów może zaradzić każdy z nas, wystarczy tylko rozejrzeć się wokół. Wierzymy, że zwiększanie wśród dzieci i młodzieży świadomości ekologicznej i przekazywanie im praktycznej wiedzy przyczynią się do wyrobienie w nich właściwych nawyków, które zostaną z nimi na dobre* – powiedziała Monika Banaś-Jankowska, dyrektorka marketingu działu Beauty Care (kosmetyki) w Henkel Polska.

*–* *Musimy przyznać, że wszystkie zgłoszone na konkurs projekty odznaczały się wysokim poziomem merytorycznym i dużym zasięgiem oddziaływania. Wiele z nich nie ograniczało się jedynie do społeczności szkolnej, ale angażowało również władze lokalne i społeczność danej miejscowości. Dodatkowo uczniowie wykazali się sporą kreatywnością, rozwinęli nawet talenty aktorskie. Zaproponowali także utworzenie funkcji społecznych, takich jak na przykład Strażnik Czystości, który pilnuje segregacji odpadów w szkole podstawowej w Oparznie. Wszystkim dziękujemy za zaangażowanie i pełne pasji ekologiczne projekty* – podkreśla Beata Butwicka, Prezes Zarządu Fundacji Nasza Ziemia

**Henkel – walka z zanieczyszczeniem środowiska**

Akcję „Lekcja Nieśmiecenia” wspiera kilka marek kosmetycznych z portfolio firmy takich 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% 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 gospodarczego 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