11 kwietnia 2023 r.

Z korzyścią dla środowiska - nauka segregacji odpadów w sposób praktyczny

**Henkel Polska i Fundacja Nasza Ziemia po raz trzeci z „Lekcją Nieśmiecenia”**

**11 kwietnia rusza już III edycja** [**Lekcji Nieśmiecenia**](http://www.lekcjaniesmiecenia.pl)**, ekologicznego projektu edukacyjnego organizowanego przez firmę Henkel oraz Fundację Nasza Ziemia. Po raz kolejny uczniowie i nauczyciele szkół podstawowych będą mogli zawalczyć o nagrody główne w konkursie, czyli stacje do nauki selektywnej segregacji odpadów. Na uczestników czekają także nagrody dodatkowe a na najbardziej aktywną szkołę również tytuł i statuetka Ambasadora Nieśmiecenia. Swój udział w programie szkoły mogą zgłaszać do 15 maja na** [**lekcjaniesmiecenia.pl**](http://www.lekcjaniesmiecenia.pl)**.**

„Lekcja Nieśmiecenia” to kampania edukacyjna, która od 2020 roku wspiera szkoły w procesie edukacji ekologicznej związanej z segregacją odpadów. Działania akcji mają na celu przekazanie dzieciom praktycznej wiedzy oraz wyrabianie w nich właściwych zachowań i nawyków.

**Aktywacja proekologiczna**

Nauczyciele ze szkół biorących udział w projekcie mogą bezpłatnie pobrać ze strony www materiały edukacyjne dotyczące tej tematyki. W III edycji „Lekcji Nieśmiecenia” są to treści edukacyjne przeznaczone dla klas VII-VIII, a zadania dotyczą różnorodnych obszarów wiedzy: matematyki, biologii, chemii, geografii, języka polskiego, języka angielskiego oraz historii i wiedzy o społeczeństwie. Tak więc teraz nauczyciele będą mogli już skorzystać z materiałów przygotowanych dla wszystkich etapów nauczania.

Aby wziąć udział w tegorocznym konkursie „Lekcji Nieśmiecenia”, wystarczy wypełnić formularz i zaprezentować proekologiczne działania szkoły i sukcesy odniesione w latach 2020-2023. Pierwszych 100 zespołów, które zgłoszą się do konkursu otrzyma zestawy „Niezbędnik Wolontariusza Naszej Ziemi”, w skład którego wchodzą: koszulka Akcji Sprzątanie Świata, flaga sztabowa z nazwą zwycięskiej szkoły, rękawiczki jednorazowe i worki do segregacji odpadów. Na zwycięzców III edycji czeka 20 stacji do nauki selektywnej zbiórki odpadów. W tym roku, jako że firma podsumowuje 3 lata programu „Lekcja Nieśmiecenia”, wręczone zostaną także nagrody specjalne – certyfikat Fundacji Nasza Ziemia i firmy Henkel dla najaktywniejszych, najbardziej zaangażowanych szkół i nauczycieli.

**Konkursowe zadania**

Tegoroczny konkurs jest trzyczęściowy – w pierwszej z nich uczestnicy mają za zadanie przedstawienie, w jakich działaniach proekologicznych organizowanych przez instytucje zewnętrzne brali udział w latach 2020-2023 (maksymalnie trzy). W drugiej części zadanie polega na zaprezentowaniu zainicjowanych przez siebie działań wewnętrznych przeprowadzonych w latach 2020-2023 r. w zgłaszającej się Szkole. W trzeciej części powinni wskazać dodatkowe aktywności, a także złożyć oświadczenie o tym, że brali udział w poprzednich edycjach programu „Lekcja Nieśmiecenia” oraz w akcji „Sprzątanie Świata – Polska”. Wypełnienie tej części formularza umożliwia uzyskanie dodatkowych punktów, które zostaną wzięte pod uwagę przy przyznawaniu tytułu „Ambasadora Nieśmiecenia”. Zwycięzców konkursu wyłoni Jury składające się z przedstawicieli Organizatora – Fundacji Nasza Ziemia, a wyniki zostaną ogłoszone do 15 czerwca.

*- Wszyscy wiemy, że odpowiednia segregacja odpadów jest kluczowa dla ochrony środowiska i zasobów naturalnych. Chcemy uczyć dzieci i młodzież, jak robić to właściwie i z największym pożytkiem. To ważne, bo niebawem to właśnie oni będą decydować o losach naszej planety. Dlatego cieszymy się, że „Lekcja Nieśmiecenia” jest tak otwarcie przyjmowana w wielu szkołach. I mamy nadzieję, że w tej trzeciej już edycji, tak jak i w poprzednich, weźmie udział bardzo wiele zespołów szkolnych* – **podkreśla Adam Simkowski ,** Junior Trade Marketing Manager w dziale Henkel Consumer Brands w Henkel Polska.

## **Henkel – walka z zanieczyszczeniem środowiska**

Akcję „Lekcja Nieśmiecenia” wspiera kilka marek kosmetycznych z portfolio firmy, takich jak: Syoss, Taft, Schauma, Gliss, Nature Box, Perwoll czy Clin. 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](https://www.henkel.pl/zrownowazony-rozwoj/strategia). Do 2025 r. wszystkie opakowania produktów konsumenckich firmy mają nadawać się do dalszego przetwarzania lub powtórnego użycia.

**O firmie Henkel**

Dzięki wiodącym markom, innowacjom i technologiom spółka zajmuje czołowe pozycje rynkowe zarówno w sektorze przemysłowym, jak i dóbr konsumpcyjnych. Henkel Adhesive Technologies jest światowym liderem rynku klejów, uszczelniaczy i powłok funkcjonalnych. Dział Consumer Brands zajmuje wiodącą pozycję na wielu rynkach świata, zwłaszcza w obszarze produktów do pielęgnacji włosów oraz środków piorących i czystości. Trzy najsilniejsze marki to Loctite, Persil i Schwarzkopf. W 2022 roku Henkel odnotował przychody ze sprzedaży na poziomie około 22 mld euro i skorygowany zysk operacyjny w wysokości około 2,3 mld euro. Akcje uprzywilejowane spółki wchodzą w skład niemieckiego indeksu giełdowego DAX. Firma posiada jasną strategię zrównoważonego rozwoju z konkretnymi celami, a idea ta ma w Henklu długą tradycję. Firma założona w 1876 zatrudnia dziś ponad 50 tysięcy pracowników na całym świecie, tworzących zaangażowany i zróżnicowany zespół o silnej kulturze korporacyjnej, wspólnym systemie wartości i motcie: „Pioneers at heart for the good of generations”. Więcej informacji na 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.: +48 881 633 639

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

Henkel AG & Co. KGaA