

Comunicato stampa

Dixan e CESVI per la prima volta al Giffoni Film Festival con un cortometraggio sulla povertà d'igiene

Lo short movie "Imma: I sogni non si macchiano" racconta il viaggio di una bambina che, grazie alle Case del Sorriso di CESVI, riesce a superare una situazione di disagio sociale e a far emergere il proprio talento

1.000 i bambini delle Case del Sorriso di CESVI che riceveranno grazie a Dixan cura, igiene personale e supporto educativo

Milano, 17 luglio 2023 – **Dixan**, brand di punta della divisione Henkel Consumer Brands della multinazionale tedesca, presenta con **CESVI** al prossimo Giffoni Film Festival - all'interno della rassegna Giffoni Next Generation di Giffoni Innovation Hub - il **cortometraggio "Imma: I sogni non si macchiano"**, finalizzato alla sensibilizzazione sulla povertà d'igiene, e supporta **1.000 bambini delle Case del Sorriso della fondazione**.

Il corto, proiettato il prossimo 26 luglio alla **53esima edizione del Giffoni Film Festival**, nasce con l'obiettivo di far luce sul tema della povertà d'igiene, una sfida globale che colpisce milioni di persone in tutto il mondo.

Secondo gli ultimi dati Istat*, in **Italia versano in una condizione di povertà assoluta 1,4 milioni di bambini**. Si tratta di minori che vivono in famiglie che non possono permettersi le spese essenziali per condurre uno standard di vita accettabile, tra le quali anche piccole spese legate alla cura e all'igiene personale.

*"I vestiti puliti sono prima di tutto una fonte di salute, di fiducia e una questione di dignità umana, ma, di fronte a una crescente disuguaglianza sociale, non è una cosa scontata ovunque nel mondo" – ha dichiarato **Francesca D'Angelo-Valente, Direttrice Marketing Italia della divisione Henkel Consumer Brands**. "Rendendo i vestiti puliti un diritto, insieme a CESVI in Italia permettiamo alle famiglie svantaggiate e ai bambini di vivere in modo dignitoso e di avere la possibilità di un futuro equo. Per questo, Dixan garantirà cura, igiene personale e supporto educativo a 1.000 bambini delle Case del Sorriso di CESVI".*

Attraverso una narrazione coinvolgente ed emozionale, il corto mette in luce le difficoltà che la protagonista Imma affronta nel rapporto con i coetanei: divario sociale, disagio e autoesclusione. Il sostegno per lei arriva da una delle Case del Sorriso di CESVI, luoghi sicuri dove bambini e adolescenti che vivono in condizioni di miseria, degrado e abbandono ricevono accoglienza, cibo, istruzione e formazione.

"Siamo grati a Dixan e Giffoni Film Festival di aver portato il tema della trascuratezza dei bambini e ragazzi provenienti da contesti fragili all'interno della programmazione di questa edizione" dichiara **Roberto Vignola, Vicedirettore Generale di Fondazione CESVI**, ONG italiana che da circa 40 anni è impegnata nella difesa dell'infanzia vulnerabile in tutto il mondo. *"Potere parlare ai ragazzi di questi temi e renderli protagonisti del superamento degli stessi, in una logica di peer to peer, è la chiave per poter riportare al centro la tutela dei diritti dell'infanzia, qualsiasi sia il contesto di provenienza. Attraverso le nostre CASE DEL SORRISO, ricostruiamo la fiducia e l'autostima di ragazzi e bambini che rischiano di rimanere ai margini, schiacciati da giudizi discriminatori"*.

La 53esima edizione del Giffoni Film Festival, uno dei più importanti eventi cinematografici a livello internazionale, offre una piattaforma ideale per condividere il messaggio del corto *"Imma: I sogni non si macchiano"* con un vasto pubblico di giovani ragazzi e bambini appassionati di cinema. La partecipazione al festival rappresenta un'opportunità unica per Dixan e CESVI di evidenziare **l'urgenza di agire e promuovere un cambiamento significativo nella vita dei bambini che vivono in condizioni di povertà estrema.**

Il cortometraggio è stato realizzato in collaborazione con **l'agenzia Ogilvy** e, per aumentare la conoscenza del fenomeno e delle azioni concrete necessarie, sarà **distribuito in forma ridotta nelle sale cinematografiche, in streaming on-demand e sulle piattaforme digitali**; verrà inoltre adattato e amplificato attraverso i social network di Dixan e [DonnaD](#) - Amica Fidata, il magazine online di Henkel, e attraverso una landing page dedicata.

Informazioni su Henkel

Con i suoi marchi, innovazioni e tecnologie, Henkel detiene posizioni di leadership sia nel settore industriale sia nel largo consumo. La business unit Adhesive Technologies è leader globale nel mercato degli adesivi, dei sigillanti e dei rivestimenti funzionali. Con Consumer Brands, l'azienda vanta posizioni di leadership nei segmenti della cura dei capelli, del bucato e della pulizia della casa in molti mercati e categorie in diversi Paesi del mondo. I tre marchi principali sono Loctite, Persil (Dixan in Italia) e Schwarzkopf. Nel 2022 Henkel ha registrato un fatturato complessivo di oltre 22 miliardi di euro, con un margine operativo depurato pari a circa 2,3 miliardi di euro. Le azioni privilegiate Henkel sono quotate presso la Borsa tedesca secondo l'indice DAX. Lo sviluppo sostenibile ha una lunga tradizione in Henkel, che ha una chiara strategia di sostenibilità con obiettivi concreti. Fondata nel 1876, Henkel impiega oltre 50.000 collaboratori nel mondo – un team eterogeneo, unito da una forte cultura aziendale, valori condivisi e un purpose comune: "Pionieri nel cuore per il bene di intere generazioni". Per maggiori informazioni, visitate il sito www.henkel.com

Materiale fotografico e video sono disponibili all'indirizzo www.henkel.com/press

Per informazioni alla stampa:

Henkel Italia Consumer Brands

APCO Worldwide



Simona Di Bianco

Caterina Colombo, Gabriele Vita, Elisa Tarrini

Tel: 331 6499 771

Tel: 342 5440693

E-mail: simona.dibianco@henkel.com

E-mail: apco4henkel@apcoworldwide.com

* Fonte: Istat - Rapporto Annuale 2023 – La Situazione del Paese - <https://www.istat.it/it/archivio/286191>

