28 listopada 2023 r.

„Lekcja Nieśmiecenia” – niezwykła popularność projektu edukacji ekologicznej dla szkół

Henkel wraz z Fundacją Nasza Ziemia podsumowuje uroczyście III edycję „Lekcji Nieśmiecenia”

**Fundacja Nasza Ziemia i Henkel Polska zakończyły trzecią edycję zainicjowanej w 2021 roku kampanii edukacji ekologicznej „Lekcja Nieśmiecenia” skierowanej do uczniów szkół podstawowych. Uroczystość podsumowująca tegoroczną edycję projektu odbyła się 23 listopada w Szkole Podstawowej im. Stanisława Konarskiego w Raciążu – jednej z 20 zwycięskich placówek, do których trafiły stacje do praktycznej segregacji odpadów. Szkoła ta została także uhonorowana tytułem „Ambasadora Nieśmiecenia”. To pierwszy rok kiedy przyznano ten tytuł. Łącznie w trzech edycjach kampanii wzięło udział blisko 1 200 szkół z całej Polski.**

Spośród dwudziestu laureatów w bieżącym roku komisja wybrała szkołę, która zdobyła najwięcej dodatkowych punktów i została uhonorowana tytułem Ambasadora Nieśmiecenia. Została nim Szkoła Podstawowa im. Stanisława Konarskiego w Raciążu i tam właśnie miała miejsce uroczystość oficjalnego przekazania stacji do praktycznej segregacji odpadów oraz informacji o zdobytym tytule Ambasadora. Jury doceniło długofalowe zaangażowanie placówki w różnorodne akcje proekologiczne, a także jej udział w licznych ogólnopolskich konkursach wiedzy na temat odnawialnych źródeł energii, ekologii i zmian klimatycznych. Dodatkowo szkoła przez cały rok aktywnie organizuje zbiórki surowców wtórnych, takich jak zużyte baterie, stare telefony komórkowe oraz plastikowe nakrętki. W ramach jednego z projektów udało się zebrać imponującą ilość 12 ton elektroodpadów. To wyjątkowe osiągnięcie potwierdziło zaangażowanie placówki nie tylko w edukację ekologiczną, ale także w praktyczne działania na rzecz ochrony środowiska, co zdobyło szczególne uznanie jury.

**Niezwykła popularność projektu**

Inicjatywa „Lekcja Nieśmiecenia” to kampania edukacyjna, wspólny projekt firmy Henkel Polska i Fundacji Nasza Ziemia, mający na celu wspieranie szkół w kształtowaniu świadomości ekologicznej uczniów, związanej z prawidłową segregacją odpadów. Jej głównym celem jest przekazywanie dzieciom praktycznej wiedzy oraz kształtowanie w nich właściwych nawyków związanych z ochroną środowiska. W ramach projektu odbywa się konkurs, w którym szkoły mają szansę zdobyć praktyczne nagrody, tj. stacje edukacyjne do segregacji odpadów. W tym celu muszą zaprezentować kreatywne propozycje rozwiązań problemów związanych z gospodarką odpadami. Co roku ustalane jest zadanie konkursowe o odmiennym charakterze. Istotną rolę w projekcie odgrywają również materiały edukacyjne, które można pobrać ze strony programu, wspomagające nauczycieli w prowadzeniu zajęć z edukacji ekologicznej na wszystkich poziomach nauczania (klasy I-VIII). Wychodząc naprzeciw dużemu zaangażowaniu szkół w tym roku organizatorzy postanowili uhonorować również najbardziej aktywną placówkę tytułem Ambasadora Nieśmiecenia.

Projekt z roku na rok rośnie w siłę, o czym świadczy zaangażowanie szkół. Od 2021 r. udział w programie wzięło blisko **1200 placówek z całej Polski**, natomiast bezpłatne materiały zostały pobrane ze strony projektu www.lekcjaniesmiecenia.pl blisko **3 000 razy**. Stacjami edukacyjnymi nagrodzonych zostało 80 placówek.

# *- Nasza planeta stoi obecnie przed wieloma wyzwaniami ekologicznymi, które wymagają podjęcia działań przez nas wszystkich. Jako biznes mamy do odegrania istotną rolę w kształtowaniu bardziej zrównoważonej przyszłości np. dzięki stosowaniu chociażby innowacyjnych rozwiązań i technologii przyjaznych dla środowiska. Wierzymy też, że w dużym stopniu dla osiągnięcia rzeczywistej zmiany kluczowa jest edukacja społeczeństwa i współdziałanie nas wszystkich, a szczególnie naszego młodego pokolenia. Cieszymy się, że projekt Lekcja Nieśmiecenia jest tak popularny wśród dzieci, to one są naszą przyszłością i od nich będzie zależeć jak będzie wyglądała nasza planeta i jakie zasoby będziemy mieć. Jestem dumna, że możemy być częścią tego ważnego projektu –* podkreślaAleksandra Gawlas-Wilińska, dyrektor marketingu, Consumer Brands, Henkel Polska.

*- Niezmiernie cieszy nas zaufanie jakie okazuje nam kadra pedagogiczna szkół podstawowych licznie angażując się w organizowane przez Fundację Nasza Ziemia konkursy lub ekologiczne projekty. Lekcja Nieśmiecenia, którą organizujemy we współpracy z firmą Henkel, to cenny projekt skierowany do dzieci i młodzieży szkolnej, w którym łączymy wiedzę teoretyczną z praktyczną nauką selektywnej zbiórki naszych codziennych odpadów. Wspaniale było więc zamknąć trzecią edycję nie tylko kolejnymi nagrodami w postaci stacji do nauki selektywnej zbiórki i odpadów, ale również tytułem „Ambasador Nieśmiecenia” dla najaktywniejszej ekologicznie szkoły –* podsumowuje **Beata Butwicka, prezes zarządu, Fundacja Nasza Ziemia.**

**Zadania konkursowe we wszystkich trzech edycjach**

Pierwsza edycja programu wymagała od uczestników uzasadnienia, dlaczego stacja do praktycznej nauki segregacji odpadów powinna trafić do ich szkoły. W zgłoszeniach przedstawiali, jak zamierzają wykorzystać stację do propagowania wiedzy w obszarze właściwej segregacji i recyklingu odpadów.

W drugiej edycji uczestnicy musieli najpierw zidentyfikować problem związany z odpadami w swojej szkole w jednej z wybranych kategorii: np. najwięcej generowanych odpadów, odpady najtrudniejsze do segregacji lub te, które można łatwo zredukować. Następnie mieli zaproponować i wdrożyć rozwiązanie tego problemu w swojej placówce.

W trzeciej, tegorocznej edycji, każda szkoła biorąca udział w konkursie przedstawiała raport dotyczący swojego dotychczasowego zaangażowania w różnorodne inicjatywy prośrodowiskowe. Obejmowały one zarówno projekty realizowane wg własnego pomysłu, jak i te organizowane przez zewnętrzne podmioty. Za działania wykonane w ramach konkursu, udział w poprzednich edycjach projektu „Lekcja Nieśmiecenia” oraz udział w akcji Sprzątanie Świata jedna ze szkół w tegorocznej trzeciej edycji mogła otrzymać wyjątkowy tytuł Ambasadora Nieśmiecenia 2023.

**Strategia zrównoważonego rozwoju Henkel**

Projekt „Lekcja Nieśmiecenia", który rozwija edukację ekologiczną i właściwe nawyki segregacji odpadów uczniów w obszarze prawidłowej segregacji odpadów, narodził się jako odpowiedź na jedno z najważniejszych wyzwań współczesnego świata, jakim jest zbyt duża ilość odpadów. Skuteczne przeciwdziałanie ich nadmiarowi możliwe jest poprzez wykorzystywanie materiałów w obiegu zamkniętym. Obejmuje to ich zbieranie, segregację, przetwarzanie i ponowne wykorzystanie. Celem projektu jest więc przekazanie uczniom praktycznej wiedzy oraz wyrabianie w nich właściwych zachowań i nawyków w tych obszarach. Projekt ten prezentuje też harmonijne podejście do gospodarki zgodne z zasadami cyrkularnej ekonomii. Ta jest zaś niezwykle ważna dla Henkla, który przykłada szczególną wagę do odpowiedzialnego wykorzystywania tworzyw sztucznych. Firma w swojej strategii zrównoważonego rozwoju dąży do tworzenia odpowiedzialnych opakowań, w pełni nadających się do recyklingu lub wielokrotnego użytku, które będą zawierać mniej pierwotnych tworzyw sztucznych i więcej tworzyw sztucznych pochodzących z recyklingu.

Akcję „Lekcja Nieśmiecenia” wspierają zarówno marki kosmetyczne jak i z kategorii pranie i czyszczenie, takie 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 z nich 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.

\*\*\*

**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.

Materiały graficzne są dostępne na stronie: **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