03.04.2024 r.

**IV edycja projektu edukacyjnego “Lekcja Nieśmiecenia”**

**firmy Henkel Polska i Fundacji Nasza Ziemia**

3 kwietnia 2024 rusza IV edycja konkursu „Lekcja Nieśmiecenia”, czyli projektu ekologicznego, organizowanego przez firmę Henkel Polska oraz Fundację Nasza Ziemia. Jest on skierowany do szkół podstawowych, przedszkoli oraz placówek oświatowych i ma na celu teoretyczną oraz praktyczną naukę ekologicznych nawyków, związanych z segregacją śmieci. Na zwycięzców czekają atrakcyjne nagrody: stacje do nauki selektywnej segregacji odpadów oraz granty finansowe. Prace konkursowe można zgłaszać do 13 maja poprzez stronę [www.lekcjaniesmiecenia.pl](http://www.lekcjaniesmiecenia.pl).

”Lekcja Nieśmiecenia” to kampania edukacyjna, która od 2020 roku wspiera placówki oświatowe w promowaniu postaw ekologicznych związanych z segregacją śmieci. Założeniem projektu jest nie tylko przekazywanie praktycznej wiedzy na ten temat, ale też kształtowanie pozytywnych nawyków i zachowań w tym zakresie. Nauczyciele z placówek biorących udział w danej edycji mogą bezpłatnie korzystać z szerokiej puli materiałów edukacyjnych, dostosowanych do wszystkich etapów nauczania i przedstawiających w ciekawy sposób różnorodne aspekty ekologii.

**IV edycja konkursu z kreatywnym zadaniem**

Zadaniem uczestników jest zorganizowanie kampanii promocyjnej na rzecz idei nieśmiecenia. Projekt powinien zawierać plan, opis i cel działań, a także informację kto będzie adresatem kampanii - społeczność placówki oświatowej lub lokalnej, czy rodzice. W pracy konkursowej uczniowie lub podopieczni placówki, wspólnie z koordynatorem mają także za zadanie przedstawić i opisać narzędzia promocyjne. Może to być film, plakat, piosenka czy komiks oraz wskazać, gdzie zostaną wykorzystane.

Tak przygotowane materiały należy zgłosić na stronie [www.lekcjaniesmiecenia.pl](http://www.lekcjaniesmiecenia.pl) do 13 maja. Nagrodami głównymi są wyjątkowe stacje do praktycznej nauki selektywnej zbiórki odpadów. Korzysta już z nich aż 60 placówek, wyróżnionych w trzech poprzednich edycjach „Lekcji Nieśmiecenia”. Teraz dołączy do nich kolejnych 20 laureatów IV edycji. Dodatkowo, po raz pierwszy, szkoły i placówki oświatowe mają również możliwość wygrania grantów finansowych w wysokości 3000, 2000 i 1000 złotych.

- *To dla nas ogromna satysfakcja, że możemy zaprosić szkoły, przedszkola i inne placówki do czwartej już odsłony kampanii „Lekcja Nieśmiecenia” –* mówi Aleksandra Gawlas, Dyrektor ds. Marketingu w dziale Henkel Consumer Brands w Henkel Polska. – *Cieszymy się, że do każdej kolejnej edycji mamy tak wiele zgłoszeń. Jestem przekonana, że i w tym roku zostaniemy pozytywnie zaskoczeni kreatywnością młodych ludzi, którzy nie tylko chcą wzmacniać swoją proekologiczną postawę, ale też z pewnością będą przekazywać te wspaniałe idee dalej.*

Firma Henkel organizuje kampanię „Lekcja Nieśmiecenia” wspólnie z Fundacją Nasza Ziemia. *„Lekcja Nieśmiecenia” to projekt, który idealnie wpisuje się w naszą misję. Edukacja ekologiczna dzieci i młodzieży, w tym promocja idei nieśmiecenia w naturze, to działania, które Fundacja Nasza Ziemia prowadzi nieprzerwanie od trzech dekad. Dlatego tak bardzo cieszymy się, że w tym roku wystartowała już IV z kolei edycja tego projektu, który realizujemy we współpracy z firmą Henkel.  Kilkadziesiąt rozdanych stacji do nauki selektywnej zbiórki odpadów, materiały edukacyjne do wykorzystania przez nauczycieli na każdym poziomie kształcenia szkoły podstawowej, tytuły Ambasadorów Nieśmiecenia dla najlepszych szkół, to tylko niektóre z elementów, które czynią ten projekt wyjątkowy. Dziękujemy więc bardzo serdecznie za zaufanie nauczycielom koordynatorom, którzy podejmują trud stawania w konkursowe szranki Lekcji Nieśmiecenia i gorąco zapraszamy do kolejnej, jeszcze atrakcyjniejszej tegorocznej edycji.* - mówi Prezes Fundacji Nasza Ziemia – Beata Butwicka

**Henkel – odpowiedzialność za ludzi, planetę i społeczeństwo**

Projekt „Lekcja Nieśmiecenia” jest wspierany przez marki z portfolio firmy, takie jak: Syoss, Silan, Schwarzkopf Gliss, Bref, Palette, Perwoll, Persil, Schauma, Clin, Somat, Fa, E, Schwarzkopf taft, Pur. Kampania wpisuje się w szeroko zakrojoną strategię społecznej odpowiedzialności, realizowaną przez Henkell Polska. Jej trzy główne obszary to: regeneracja planety (czyli tworzenie przyszłości opartej na gospodarce obiegu zamkniętego i zerowej emisji CO2), rozwój społeczności (czyli tworzenie szans na lepsze życie, poprzez wspieranie równości, edukacji i dobrostanu) oraz bycie zaufanym partnerem (poprzez osiąganie wyników biznesowych przy jednoczesnej dbałości o jakość i bezpieczeństwo produktów).

**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 około 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**](http://www.henkel.com/press)



|  |  |
| --- | --- |
|  |  |