**Dixan in collaborazione con CESVI lancia il progetto "Nei Suoi Passi":**

**un esperimento sociale per sensibilizzare sulla Povertà di Igiene**

**Milano, 10 settembre 2024 –** [**Dixan**](https://www.dixan.it/), storica marca della multinazionale tedesca Henkel, lancia il progetto **"*Nei Suoi Passi: A fianco e nei panni di chi vive la povertà di igiene*"** con **un cortometraggio, una landing page dedicata e attivazioni social.** Il corto, sviluppato in collaborazione con [**CESVI**](https://www.cesvi.org/)**,** si presenta come un toccante **esperimento sociale** volto a mettere in luce il **tema della povertà di igiene** e le **barriere sociali** che ne conseguono.

Il video mostra, attraverso l’utilizzo dello split screen, **due declinazioni parallele del racconto,** confrontando una versione del protagonista in abiti puliti e una con gli stessi vestiti, ma sgualciti. Il corto segue, in entrambe le situazioni, Giulio, un giovane violinista di 28 anni, che si deve recare a un’importante audizione musicale in una città che non conosce. A causa del cellulare scarico, non avendo accesso alle mappe, Giulio è costretto a chiedere indicazioni ai passanti.

Il risultato è sorprendente: **il contapassi in sovrimpressione nel corso del video** rivela che Giulio, quando **indossa abiti non puliti**, **deve compiere molti più passi per raggiungere la sua destinazione**. I passanti si dimostrano infatti meno propensi a fermarsi per offrire il proprio aiuto quando la persona di fronte a loro appare trascurata, segno che l’aspetto esteriore – indipendentemente dalle cause fondanti – genera ancora oggi pregiudizi, ostacolando l’accesso a opportunità e alla piena realizzazione del proprio potenziale.

Il progetto è parte dell'impegno di Dixan con CESVI per sensibilizzare l'opinione pubblica sulla povertà di igiene, una situazione che **colpisce circa il 10% delle famiglie italiane[[1]](#footnote-2)**. Intesa come **l'impossibilità di permettersi le spese relative all'igiene personale, dei propri indumenti e della propria abitazione,** la povertà di igiene comporta conseguenze gravi come isolamento sociale, senso di abbandono, problemi psicologici e disagi che limitano le opportunità di affermazione personale.

“*Continuiamo a collaborare con CESVI e con le loro Case del Sorriso per tenere alta l’attenzione sul tema della povertà di igiene, guardando soprattutto alle conseguenze che non vengono solitamente prese in considerazione, come l’esclusione e le barriere sociali*" - ha dichiarato **Francesca D’Angelo-Valente, Direttore Marketing di Henkel Consumer Brands Italia**. *“Da sempre Dixan si impegna a garantire capi puliti affinché ognuno sia nelle condizioni per poter dare il meglio di sé. Crediamo infatti che l'igiene personale non debba mai rappresentare una barriera per la realizzazione dei propri sogni”.*

*“Questo progetto di sensibilizzazione offre un’occasione di riflessione sul tema della povertà di igiene, spesso dimenticato, e conferma l’importanza di garantire un sostegno costante e attento affinché, anche ai soggetti più vulnerabili del nostro territorio, non siano pregiudicate opportunità importanti a causa della propria situazione di fragilità e possano aspirare a un futuro di crescita personale”* dichiara **Roberto Vignola, Vicedirettore Generale di CESVI**. *“Grazie al sostegno di Dixan abbiamo potuto rafforzare il programma Case del Sorriso attivo a favore di bambini, giovani e famiglie nei contesti del nostro Paese colpiti da povertà economica e educativa. Attraverso il nostro programma, infatti, ci impegniamo, ogni giorno, per offrire a minori e famiglie percorsi di sostegno in grado di rispondere ai loro bisogni e fragilità quotidiane*. *Il Programma Case del Sorriso ha l’obiettivo di migliorare le condizioni di vita delle comunità, educando alla cura personale e degli altri e potenziando le risorse di ciascuno, offrendo strumenti e opportunità per comprendere l’importanza di dare valore a sé stessi e ai propri cari, partendo dalla cura del corpo e della mente”* conclude Vignola.

Dixan e CESVI collaborano attivamente infatti dal 2023 per contrastare questo fenomeno e sensibilizzarne la conoscenza a tutti i livelli. Dopo il successo del cortometraggio "**Imma, i sogni non si macchiano**", presentato al **Giffoni Film Festival**, nel 2024, Dixan e CESVI hanno tenuto la conferenza "*Oltre la superficie: Analisi e proposte per combattere la Povertà di igiene*" in presenza delle istituzioni della regione Lombardia. In questa occasione sono stati presentati i dati di una ricerca IPSOS sul sentiment degli italiani in merito alla povertà e alla povertà di igiene, risultati che mostrano come tra l'1% e il 10% delle famiglie italiane viva oggi in condizioni di povertà di igiene, nonostante di questo fenomeno si parli ancora troppo poco.

Oltre a queste iniziative di divulgazione, Dixan si impegna in modo concreto a supportare l’operato delle Case del Sorriso di CESVI; luoghi sicuri che garantiscono cura, igiene personale e supporto psicologico a bambini e famiglie che vivono in condizioni di degrado e abbandono.

Il corto “Nei Suoi Passi” è disponibile sulla landing page dedicata ([https://www.donnad.it/lp/dixanpovertadigiene)](https://nam02.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2F%2Fwww.donnad.it%2Flp%2Fdixanpovertadigiene&data=05%7C02%7Cccolombo%40apcoworldwide.com%7C1c9926aa831541a4bd7108dcce501c77%7C77a5f6209d7747dba0cd64c70948d532%7C1%7C0%7C638612090906292414%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJWIjoiMC4wLjAwMDAiLCJQIjoiV2luMzIiLCJBTiI6Ik1haWwiLCJXVCI6Mn0%3D%7C0%7C%7C%7C&sdata=PFy9ff23v9TPDVd9mOLlGoRul9hR44tsJ146Lx14S%2BM%3D&reserved=0) e sui canali [Facebook](https://www.facebook.com/DixanItalia/) e [Instagram](https://www.instagram.com/dixan_italia/?locale=it&hl=en) di Dixan, con ulteriori contenuti di approfondimento.

Lo storytelling e il concept creativo sono stati ideati dall’agenzia APCO in collaborazione con Coldfocus.

\*\*\*

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 2023 Henkel ha registrato un fatturato complessivo di oltre 21,5 miliardi di euro, con un margine operativo depurato pari a circa 2,6 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 circa 48.000 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](http://www.henkel.com/)

Materiale fotografico e video sono disponibili all’indirizzo[**www.henkel.com/press**](http://www.henkel.com/press)

**Informazioni su CESVI**

**Fondazione CESVI** è un’organizzazione umanitaria laica e indipendente nata a Bergamo nel 1985. Da quasi 40 anni porta il cuore, la generosità e l’operosità degli italiani nelle emergenze e nei luoghi più poveri del mondo attraverso progetti di lotta alla fame e alle grandi pandemie, per la tutela delle persone e dell’ambiente. CESVI agisce fornendo strumenti e competenze affinché le popolazioni aiutate possano poi essere artefici del proprio futuro. Premiata tre volte con l’Oscar di Bilancio per la trasparenza, è parte del network europeo Alliance2015. Per info: [www.CESVI.org](http://www.cesvi.org/)

**Ufficio stampa Henkel**

**Henkel Consumer Brands Italia APCO Worldwide**

Simona Di Bianco Caterina Colombo, Gabriele Vita

Tel: 331.6499771 Tel: 342 5440693; 340 552 3055

E-mail: simona.dibianco@henkel.com E-mail: apco4henkel@apcoworldwide.com

1. Fonte: Ricerca IPSOS per Dixan, Marzo 2024 [↑](#footnote-ref-2)