**Perlana lancia il progetto educativo “Rethink New at School” per sensibilizzare i giovani sulla moda sostenibile**

*Coinvolte oltre 1.500 scuole medie in tutta Italia*

**Milano, 24 settembre 2024 –** In occasione del ritorno a scuola, Perlana presenta il progetto educativo “**Rethink New at School**”, un'iniziativa rivolta agli studenti tra gli 11 e i 14 anni in oltre 1.500 istituti su tutto il territorio italiano con l’obiettivo di sensibilizzare le nuove generazioni sull'**impatto dell'industria della moda sul pianeta e promuovere un consumo più responsabile e sostenibile.**

Il progetto, che si svilupperà nel corso dell’intero anno scolastico, è stato studiato per essere integrato nelle lezioni di educazione civica, grazie a un kit educativo dedicato che supporta i docenti nel presentare queste tematiche complesse in modo coinvolgente e pratico grazie a workshop e giochi interattivi.

Gli studenti potranno esplorare i princìpi della moda sostenibile con “Rethink Shop”, un game educativo digitale che, simulando l’esperienza di un e-commerce, aiuta gli alunni a comprendere il reale costo ambientale dei loro acquisti. Al termine della simulazione dell’acquisto, infatti, anziché visualizzare il costo totale in denaro, gli studenti verranno indirizzati a un riepilogo che mostra l'impatto ambientale di ciò che hanno nel carrello, misurato in termini di risorse utilizzate per la produzione dei capi scelti come il consumo di acqua, le emissioni di CO2, e i metri quadrati di suolo sfruttati. Uno studente che prova ad acquistare una semplice maglietta di cotone e un paio di jeans, ad esempio, scoprirà che la produzione di questi capi ha richiesto oltre 10.000 litri d'acqua, rendendosi così più consapevole dell’impatto ambientale legato alle sue scelte di consumo.

**I quattro moduli didattici: Rinnova, Riduci, Riusa e Ricicla**

Il percorso prevede inoltre quattro moduli didattici con un focus sui quattro princìpi fondamentali della moda sostenibile: *Riduci, Riusa, Ricicla, Rinnova* - che approfondiscono il ciclo di vita degli abiti, dall'origine dei tessuti al loro smaltimento, incoraggiando i giovani a prendersi cura dei loro capi e a prolungarne la durata. Gli studenti potranno esplorare l’origine dei materiali usati nell’industria tessile, distinguendo tra fibre naturali e artificiali e scoprendo l'impatto ambientale delle più comuni, con dati e definizione sulle risorse impiegate per la produzione degli indumenti.

Il progetto prevede anche moduli incentrati sui comportamenti per ridurre il consumo e l’acquisto di abiti, ma anche per farli durare più a lungo. Legandosi al concetto di *vintage,* i docenti potranno infatti incoraggiare gli studenti a seguire trend di moda sostenibili, creando un proprio stile personale nel rispetto dell’ambiente.

*"Con Rethink New at School, Perlana prosegue il suo impegno nell’educare ad uno ‘slow fashion’: non una tendenza, ma un movimento incentrato sulla longevità dell’abbigliamento per ridurre l’impatto ambientale legato alla produzione e allo smaltimento dei tessuti*” - ha dichiarato **Francesca D’Angelo-Valente, Direttrice Marketing di Henkel Consumer Brands.** *“Attraverso attività creative e ricreative, questo progetto si propone di coinvolgere ragazze e ragazzi su temi che risuonano con i valori della loro generazione, stimolandoli ulteriormente a riflettere su come i loro comportamenti quotidiani, a partire dall’acquisto e dalla cura dell’abbigliamento, possano davvero fare la differenza. Vogliamo rafforzare la consapevolezza e incentivare azioni concrete che contribuiscano al benessere del pianeta, dando forma a un futuro più sostenibile”.*

Per incoraggiare la partecipazione al progetto e supportare la formazione degli studenti, Perlana ha messo inoltre in palio dei premi dedicati. Scaricando il kit didattico e avviando il percorso formativo, i docenti e le scuole parteciperanno automaticamente all’estrazione di gift card e buoni spesa.

Maggiori informazioni su [www.ascuolaconperlana.it](http://www.ascuolaconperlana.it)

\*\*\*

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/)

**Per informazioni alla stampa:**

**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