6 lipca 2023 r.

Henkel angażuje polskie szkoły w działania prośrodowiskowe

Znamy laureatów konkursu III edycji „Lekcji Nieśmiecenia”

**Fundacja Nasza Ziemia i Henkel Polska podsumowały trzecią edycję kampanii edukacji ekologicznej, skierowaną do szkół podstawowych. W trwającym od kwietnia br. projekcie promującym poprawną segregację odpadów zarejestrowało się około 157 placówek z całej Polski. Z nadesłanych zgłoszeń jury wybrało 20 laureatów, do których trafią edukacyjne stacje do praktycznej segregacji odpadów. Po raz pierwszy przyznano tytuł „Ambasadora Nieśmiecenia”- otrzymała go Szkoła Podstawowa im. Stanisława Konarskiego w Raciążu.**

Projekt „Lekcja Nieśmiecenia” od 2021 roku wspiera szkoły podstawowe w edukacji ekologicznej. Jego celem jest zwiększanie świadomości ekologicznej uczniów oraz edukacja na temat odpowiedniej segregacji odpadów i możliwości ich wykorzystania.

**Niezwykła popularność projektu**

Istotną częścią projektu jest konkurs, w którym do wygrania są praktyczne nagrody – stacje edukacyjne do segregacji odpadów. Merytoryczną wartość projektu wspierają materiały edukacyjne, które pomagają nauczycielom realizować zajęcia edukacji ekologicznej na wszystkich poziomach nauczania (klasy I-VIII).

O popularności projektu 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](about:blank) blisko 3000 razy. Stacjami edukacyjnymi nagrodzonych zostało 60 placówek.

**Tegoroczne zadanie konkursowe**

Tegoroczna edycjarozpoczęła się 13 kwietnia i trwała do 15 maja, a w jej ramach szkoły mogły zaprezentować proekologiczne aktywności placówki i sukcesy odniesione w latach 2020-2023. W pierwszej części zadaniem było przedstawienie działań organizowanych przez instytucje zewnętrzne, w których placówki wzięły udział. W części drugiej uczestnicy mieli za zadanie zaprezentować zainicjowane przez siebie ekologiczne działania wewnętrzne. Trzecia część, która umożliwiała uzyskanie dodatkowych punktów i była brana pod uwagę przez jury przy przyznawaniu wyjątkowego tytułu „Ambasadora Nieśmiecenia”, opierała się na złożeniu przez szkołę oświadczenia o udziale we wcześniejszych edycjach „Lekcji Nieśmiecenia” i w sztandarowym projekcie Fundacji Nasza Ziemia „Sprzątanie świata – Polska”. Komisja konkursowa oprócz aktywności, oceniała także wartość merytoryczną działania zaproponowaną we wniosku konkursowym, liczebność uczestników i skalę oddziaływania oraz cykliczność ekologicznych wydarzeń podejmowanych przez placówki.

**Laureaci III edycji i Ambasador „Lekcji Nieśmiecenia”**

Jury wyłoniło [20 laureatów](https://www.lekcjaniesmiecenia.pl/zasady#laureates), do których trafią edukacyjne stacje do nauki praktycznej segregacji odpadów z podziałem na5 obowiązujących frakcji (szkło, papier, tworzywa sztuczne, bioodpady, zmieszane), wyposażone również w zgniatarkę do puszek.

Spośród laureatów, komisja wyłoniła w tym roku również szkołę, która uzyskała najwięcej punktów dodatkowych. Ambasadorem „Lekcji Nieśmiecenia” została Szkoła Podstawowa im. Stanisława Konarskiego w Raciążu. Jury doceniło długofalowe zaangażowanie placówki w rozmaite akcje, a także udział w licznych ogólnopolskich konkursach, dotyczących wiedzy na temat odnawialnych źródeł energii, ekologii i zmian klimatycznych. Dodatkowo szkołacały rok organizuje zbiórki surowców wtórnych: zużytych baterii, starych zużytych telefonów komórkowych oraz plastikowych nakrętek - w jednym z projektów zebrała aż 12 ton elektroodpadów.

- *Byliśmy pod wrażeniem ilości i różnorodności działań proekologicznych podejmowanych przez tę placówkę, jak również przez pozostałych laureatów. Myślę tu zarówno o aktywnościach, które szkoły same inicjowały, jak i o działaniach podejmowanych przez nie we współpracy z instytucjami zewnętrznymi. Zaangażowanie placówek i uzyskane efekty na przestrzeni wszystkich trzech edycji pokazały, że Lekcja Nieśmiecenia wpisała się na stałe w edukację ekologiczną polskiej szkoły. Bardzo cenimy sobie możliwość realizowania tego niezwykłego projektu z firmą Henkel, dzięki której zyskał on taką skalę i mógł być tak wartościowo poprowadzony. Bardzo dziękujemy wszystkim zaangażowanym* - **powiedziała Beata Butwicka, Prezes Zarządu Fundacji Nasza Ziemia.**

*- Wierzymy, że edukacja ekologiczna jest kluczowym narzędziem w walce o ochronę środowiska, a młode pokolenie może być motorem realnych zmian w tym obszarze. Dlatego też konsekwentnie podejmujemy wiele inicjatyw społecznych, a jedną z nich jest właśnie „Lekcja Nieśmiecenia”. Niezwykle budujące jest to, że już od kilku lat w ten projekt angażuje się tak wiele szkół, uczniów i nauczycieli, którzy z wielką pasją realizują naprawdę ważne projekty, które zasługują na uznanie. Gratulujemy wszystkim uczestnikom! –* **podkreślił Patricjus Ziecik, dyrektor marketingu działu Laundry & Home Care, Henkel Polska**

**Henkel – walka z zanieczyszczeniem środowiska**

Inicjatywa „Lekcji Nieśmiecenia” wpisuje się w [realizację prośrodowiskowych zobowiązań firmy Henkel.](about:blank) Firma szczególną wagę przykłada do wdrażania gospodarki obiegu zamkniętego i odpowiedzialnego wykorzystywania tworzyw sztucznych. Do 2025 r. wszystkie opakowania produktów konsumenckich Henkla mają nadawać się do dalszego przetwarzania lub powtórnego użycia.

Po stronie firmy realizację programu „Lekcja Nieśmiecenia” od samego początku sponsorują takie marki kosmetyczne, takie jak: Syoss, Taft, Schauma, Gliss, Fa i Nature Box. Po raz pierwszy do akcji dołączyły również marki Henkel Consumer Brands: Clin, Bref, Perwoll. Są to brandy zaangażowane społeczne, dla których temat recyklingu jest niezwykle bliski.

**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](about:blank).

Materiały graficzne są dostępne na stronie: [**www.henkel.com/press**](about:blank)

**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](about:blank) mszymańczak@solskipr.pl

Henkel AG & Co. KGaA