

DASH OPERAZIONE SALVAENERGIA: UN 2007 A CONSUMO INTELLIGENTE

Dash ed Enel insieme in un programma di sensibilizzazione e azioni concrete per favorire l'abbattimento dei consumi energetici domestici a vantaggio del cittadino e della collettività; 3.700.000 lampadine a basso consumo e 600.000 economizzatori idrici offerti da Enel in distribuzione con Dash

Milano, 25 gennaio 2007 - Il 16 febbraio 2007 ricorre il secondo anniversario dell'entrata in vigore del protocollo di Kyoto. Un impegno fondamentale per l'Europa che chiama decisamente in causa tutti noi nella corsa contro il tempo per la riduzione dei gas serra. **Per quanto riguarda l'Italia, la riduzione dei consumi energetici nei settori industriale, abitativo e terziario** è una delle sei azioni stabilite dal protocollo per la salvaguardia dell'ambiente.

In questo quadro, Dash promuove l'**Operazione Salvaenergia, una campagna di educazione e di sensibilizzazione sul tema del risparmio energetico realizzata in partnership con Enel**, rivolta a tutti gli italiani per promuovere e valorizzare azioni eco-intelligenti che ogni singolo cittadino può realizzare all'interno delle mura domestiche.

L'impegno di Dash si concretizza in **un nuovo approccio al bucato, ovvero abbassare la temperatura del bucato senza rinunciare al pulito, risparmiando così fino al 33% dell'elettricità necessaria.** Per raggiungere questo obiettivo, Dash diventa **Dash Impeccabile a Freddo, in quattro varianti formulate per un lavaggio, appunto, impeccabile anche in acqua fredda** (pari a 20°C). Con un piccolo gesto è quindi possibile risparmiare moltissima energia.

E c'è di più: grazie alla collaborazione con Enel, nel 2007, con **Dash Impeccabile a Freddo, saranno distribuite 3.700.000 lampadine a basso consumo e 600.000 rompigitto, il cui utilizzo da parte dei cittadini comporterà un risparmio annuo in termini di consumi elettrici di circa 287 milioni di kilowattora e di 197.000 tonnellate di CO2 in meno** immesse nell'atmosfera.

Ma la sfida sta nel cambiamento graduale delle abitudini degli italiani che, ad oggi, preferiscono ancora in gran parte il lavaggio a caldo: il 60% dei lavaggi avviene a temperature superiori ai 40° e il 30% a più di 60°. Per meglio comprendere quanto impattante possa essere **la presa di consapevolezza delle "buone abitudini" del risparmio energetico domestico da parte di ogni cittadino,** in occasione del lancio di Dash Impeccabile a Freddo, Dash **ha commissionato all'Istituto Ipsos l'"Energy Saving Test", una ricerca sulle abitudini verso il bucato.** Con questa ricerca si è testato il risparmio energetico derivante da un nuovo approccio al bucato, risparmio di cui oltre il singolo individuo beneficerebbe l'ambiente e quindi in generale l'intera collettività.

La ricerca, **strutturata sul modello del product test con diario** si è sviluppata su di **un campione di 302 famiglie** a cui è stato chiesto in una prima fase di seguire le consuete abitudini di lavaggio e in una seconda fase di **abbassare la temperatura di lavaggio dei capi**, mantenendo inalterate le altre abitudini, **utilizzando Dash Impeccabile a Freddo**, ovvero il detersivo nato proprio per essere usato a basse temperature. Il consumo d'energia è stato misurato per mezzo di un wattmetro dato in dotazione a ciascuna famiglia. La riduzione dei consumi di energia nella seconda fase di lavaggio a basse temperature **è stata più che incoraggiante: con lavaggi a 10° C in meno rispetto al solito, si è registrata una contrazione dei consumi elettrici pari al 36%** e, **da sottolineare che, con una riduzione di 20°, la contrazione dei consumi registrata è notevole: addirittura il 55% in meno**. Queste le percentuali di riduzione dei consumi elettrici che sono state registrate tra le famiglie che di buon grado hanno sperimentato il nuovo approccio al bucato: in realtà solo 75 famiglie su 302 (pari al 25%) ha ridotto significativamente la temperatura, abbassando di un "click" di 10 °C o di due "click" e quindi di 20 °C.

Una prima considerazione emersa dalla ricerca è che **la strada verso un cambiamento abitudinale, pur in presenza di un vantaggio concreto ossia il risparmio energetico, non è così scontata. Nel complesso il campione (302 famiglie) ha infatti abbassato la temperatura media di lavaggio di soli 4° C risparmiando comunque il 10% di energia; 75 famiglie hanno sperimentato l'abbassamento di 10° C o più e un esiguo numero di queste (13) si è spinto a diminuire la temperatura di 20°.**

La prima fase della ricerca ha evidenziato **due tipologie di comportamento abituali: gli "incuranti", ovvero coloro che sono soliti lavare a temperature molto alte, 60°C o superiori e i "risparmiosi", che normalmente fanno il bucato a meno di 30°C**. In termini di profilo sociodemografico, generalmente gli incuranti vivono al Nord e in città medio piccole, sono giovani (sotto i 34 anni) e svolgono lavori fuori casa. Di contro, i risparmiatori abitano in grandi centri urbani del Centro Sud e delle Isole, sono adulti di età superiore ai 45 anni e sono casalinghe a tempo pieno. Non sono invece emerse differenze significative legate alla composizione del nucleo familiare e al livello di istruzione.

L'abitudine al risparmio non è così radicata: eppure, i benefici collettivi derivanti da un atteggiamento individuale rivolto al risparmio di corrente sono immediatamente visibili a tutti.

Dai calcoli effettuati dalla Ricerca e Sviluppo Procter & Gamble risulta che, abbassando la temperatura della lavatrice di un "click", si consumerebbero in media **0,26 kWh in meno a lavaggio**. Calcolando che le famiglie italiane sono 21.659.000 (fonte: Eurostat, 2000) e che ogni anno vengono effettuati in media 269,4 bucati per famiglia (fonte: studi P&G), si potrebbero economizzare in totale di 1,5 miliardi di kilowattora. **Un risparmio che corrisponde all'energia necessaria**

per illuminare 44.000 piazze italiane per un anno intero e per una media di 10 ore ogni giorno, o meglio ... ogni notte. Ma anche all'energia consumata in un anno da oltre mezzo milione di famiglie, ossia più degli abitanti di una città come Firenze.

E per evidenziare come ognuno di noi possa attivamente contribuire alla salvaguardia dell'ambiente, Dash ha commissionato a **MCM Energy Lab del Politecnico di Milano** un test dimostrativo con l'impiego di ciclisti professionisti della squadra **Unidelta**. Il Professor Francesco Castelli Dezza del Dipartimento di Elettrotecnica dell'Ateneo lombardo ha provato che per avviare una lavatrice per il lavaggio a freddo basta l'impiego di un solo ciclista, mentre ne occorrono addirittura sei per un lavaggio a 40°C. Un modo divertente e originale per dimostrare in maniera visibile lo sforzo necessario per produrre energia e d'immediato impatto i benefici di un consumo intelligente.

La campagna Dash Operazione Salvaenergia si sviluppa con azioni diffuse e capillari sul territorio nazionale mettendo a disposizione dei consumatori strumenti concreti per la riduzione dei consumi (le lampadine e gli economizzatori), e di sensibilizzazione (guida al consumo e consigli pratici) presso i punti vendita della grande distribuzione e il sito internet www.dash.it.

Dal **28 gennaio 2007** sarà inoltre on air sulle reti nazionali la campagna televisiva realizzata da Saatchi&Saatchi.

Per informazioni:

Procter&Gamble
Renato Sciarrillo
Tel. 06 50972970
sciarrillo.re@pg.com

Enel Relazioni con i media
Te. 06/83055699
fax 06/83053771
e-mail: ufficiostampa@enel.it

Peliti Associati
Vittoria Castagna – Claudia Trillo
Tel. 02/20480015
vittoria.castagna@peliti.it

Dichiarazione Varvaro sull'impegno di P&G per un consumo consapevole e sostenibile

La sostenibilità dello sviluppo è una scelta strategica per P&G. In questo senso i nostri prodotti, che sono presenti in milioni di famiglie italiane possono rappresentare uno strumento utile per un utilizzo efficiente e razionale delle risorse e, nel contempo, un veicolo importante per sensibilizzare il pubblico su temi di elevata rilevanza sociale come quello dell'energia. La tutela dell'ambiente comincia dai nostri piccoli gesti quotidiani, in particolare, attraverso Dash, che da sempre è sinonimo di detersivo di alta qualità, riteniamo di avere una grandissima opportunità per coinvolgere i consumatori verso un consumo più consapevole e intelligente delle risorse attraverso l'operazione Dash Salvaenergia .

Dichiarazione Livio Gallo, Direttore Infrastrutture e Reti di Enel

"L'iniziativa con Procter & Gamble si iscrive nella strategia di Enel mirata a promuovere presso i clienti comportamenti "virtuosi" per risparmiare energia, senza per questo rinunciare al comfort offerto dalla moderna tecnologia, di cui siamo leader nel campo elettrico. Un uso più consapevole dell'energia è infatti la più importante "fonte rinnovabile" di cui disponiamo. Da sola può ridurre sensibilmente le emissioni di anidride carbonica in atmosfera, generando un duplice risultato positivo per i clienti e per la comunità: la riduzione del consumo dei combustibili (e, di conseguenza, minori spese e minori emissioni) e la maggiore indipendenza dell'Italia sotto il profilo energetico.

Per rinnovare questo impegno a favore dell'ambiente, Enel ha recentemente lanciato un grande piano d'investimenti per oltre 4 miliardi di euro, che contempla la realizzazione di nuovi impianti che utilizzano fonti rinnovabili, la ricerca e sperimentazione di nuove tecnologie amiche dell'ambiente, e dedica consistenti risorse alla diffusione della cultura del risparmio e dell'efficienza energetica. Siamo infatti convinti che l'uso più razionale dell'energia di cui disponiamo sia la strada maestra verso uno sviluppo sostenibile. Enel è già da tempo attiva in tale direzione, sostenendo il 50% dello sforzo di efficienza energetica del Paese, e ha in cantiere altri importanti progetti per il futuro."