

PROCTER & GAMBLE ED ENEL LA SOSTENIBILITA' TRA LE MURA DOMESTICHE

Energia "pulita", prodotti per la pulizia della casa e per il bucato a basso consumo energetico e idrico, informazioni sul consumo intelligente: al via l'iniziativa "La casa del consumo intelligente".

Roma, 6 marzo 2008 - Procter&Gamble ed Enel consolidano il loro impegno sul fronte dello sviluppo sostenibile, con una nuova campagna sul consumo intelligente, mirata a valorizzare quei comportamenti che ogni cittadino può adottare all'interno delle mura domestiche, dando così il proprio contributo alla tutela dell'ambiente. Obiettivo della campagna, è far leva sulla possibilità dei marchi P&G e di Enel di dialogare con milioni di cittadini italiani, per contribuire in modo attivo alla costruzione di un futuro "sostenibile", offrendo informazioni utili sull'utilizzo appropriato delle tecnologie disponibili.

Dopo Dash Operazione Salvaenergia, condotta congiuntamente con successo nel 2007, le due Aziende vogliono continuare ad offrire agli Italiani strumenti concreti per un utilizzo "più intelligente" delle risorse energetiche. Per P&G l'impegno nell'ambito della sostenibilità ambientale si esplicita attraverso le tecnologie di cinque dei maggiori marchi per la pulizia della casa e del bucato che offrono un'alta performance e al contempo consentono un consumo più razionale di elettricità ed acqua. Enel propone invece alle famiglie che scelgono di passare sul mercato libero, offerte a prezzo "congelato" per due anni per la fornitura di energia elettrica certificata Recs. Questa certificazione internazionale coinvolge 25 Paesi europei ed è istituita per finanziare, su base volontaria, lo sviluppo della generazione di energia da acqua, sole, vento e calore della terra.

La nuova campagna congiunta di Enel e P&G, rivolta a tutte le famiglie italiane, si articola in **due iniziative**.

La prima iniziativa, riguarda la distribuzione in moltissimi punti vendita sul territorio italiano, dalla fine del mese di febbraio, di oltre **2 milioni di lampadine fluorescenti compatte** di Classe A fornite da Enel.si, insieme a **1.300.000 guide sul risparmio energetico** ricche di consigli utili per rendere più efficiente il consumo domestico di energia, senza per questo rinunciare al comfort offerto dalla moderna tecnologia.

Le lampadine distribuite, a parità di utilizzo con le tradizionali lampadine a incandescenza, consentiranno un **risparmio annuo di circa 150 milioni di chilowattora**, i consumi delle famiglie di una città come **Ancona**, evitando così ogni anno l'emissione in atmosfera di **80.000 tonnellate di CO2**, gas ritenuto il principale responsabile del cambiamento climatico.

Lampadine e guide sono in distribuzione all'interno degli ipermercati e dei maggiori supermercati presenti su tutto il territorio italiano **con i fustini Dash** da 58, 84 e 92 misurini e le confezioni multiple di Dash liquido (bipacco da due bottiglie da 4 litri e tripacco da 3 litri). Nei punti vendita interessati dall'iniziativa vengono inoltre allestiti

corner informativi dove i cittadini potranno ricevere gratuitamente le guide al risparmio energetico.

La seconda iniziativa vedrà la partenza, **da aprile**, della **“Casa del consumo intelligente”**, l’iniziativa itinerante che permetterà ai cittadini italiani di conoscere e provare le offerte di Enel Energia in favore dell’energia “senza emissioni” e le tecnologie dei marchi P&G per il risparmio energetico e idrico, negli ipermercati e in alcuni supermercati su tutto il territorio italiano.

L’attività si concretizzerà nella distribuzione, nelle confezioni di Dash da 58 e 82 misurini e in quelle di Dash Sensazioni da 84 misurini, di un **“kit del risparmio energetico”** contenente:

- un voucher Enel che dà diritto a uno **sconto di 22 euro alla sottoscrizione di un contratto con Enel Energia**, la società di Enel per la vendita di elettricità e gas sul mercato libero, per la fornitura di energia elettrica da fonti rinnovabili certificata RECS;
- un booklet di **buoni sconto per l’acquisto dei prodotti de “La casa del consumo intelligente”**;
- una **confezione di Fairy**.

L’operazione prevede corner ad hoc sui tanti punti vendita, dove i consumatori potranno ricevere buoni sconto per l’acquisto dei prodotti della Casa del consumo intelligente (Dash, Fairy, Swiffer, Viakal, Mastro Lindo) e il kit del risparmio energetico. L’iniziativa include inoltre un **concorso volto a diffondere la conoscenza e l’utilizzo degli impianti che permettono di produrre energia elettrica da fonti rinnovabili**: acquistando uno dei prodotti della casa del consumo intelligente e spedendo lo scontrino, il consumatore potrà infatti partecipare all’estrazione di 1 impianto fotovoltaico e di 5 impianti solari termici, messi a disposizione da Enel.si, la società di Enel che è il maggior installatore di questi impianti a livello nazionale.

Dichiarazione Sami Kahale - Presidente e Amministratore Delegato Procter&Gamble Italia

“La sostenibilità, ovvero l’integrazione armoniosa di crescita economica, tutela ambientale e sociale, è una scelta strategica per P&G che alimenta la nostra visione: “migliorare la qualità della vita dei consumatori di tutto il mondo, oggi e per le generazioni a venire”. La tutela dell’ambiente comincia dai nostri piccoli gesti quotidiani. In questo senso i nostri prodotti, presenti nelle case di milioni di famiglie italiane possono rappresentare uno strumento utile per un utilizzo efficiente e razionale delle risorse energetiche ed idriche e un veicolo importante per sensibilizzare ed informare il pubblico sull’adozione di comportamenti consapevoli a tutela dell’ambiente”

Dichiarazione Francesco Starace – Direttore Divisione Mercato Enel

*“Siamo lieti di consolidare una partnership con un gruppo come P&G, particolarmente attento al risparmio e all’efficienza energetica, tematiche alle quali Enel ha sempre dedicato un forte impegno, così come al rispetto e alla cura dell’Ambiente. Forte attenzione che abbiamo riscontrato, debbo sottolineare, anche nei nostri clienti: **oltre il 20% delle piccole e medie imprese e più del 70% delle famiglie che hanno***

aderito alle offerte di Enel Energia per il mercato libero, hanno scelto una fornitura di energia "verde". Una risposta che ci ha indotto, dal primo di febbraio, a proporre soltanto offerte certificate Recs. Gli italiani sono quindi orientati a sostenere lo sviluppo delle fonti rinnovabili, come acqua, sole, vento e calore della terra. Grande impulso anche per l'installazione degli impianti fotovoltaici, sostenuto dalle incentivazioni messe a disposizione dal nuovo Conto Energia".