



## ***Acqua nelle nostre mani:*** **l'impegno di Finish contro lo spreco di acqua**

***Il progetto di Finish, in collaborazione con FAI, Bosch e il content partner National Geographic, per diffondere un uso responsabile dell'acqua, un bene prezioso per noi e per il nostro Pianeta***

Milano, 25 settembre 2019 – **Finish, brand di RB leader nel mercato dei prodotti per la lavastoviglie, presenta *Acqua nelle nostre mani***: un progetto volto a sensibilizzare gli italiani riguardo al problema della scarsità d'acqua per arrivare a cambiare il comportamento di tutti verso abitudini più sostenibili. Ad accompagnare Finish in questo percorso **FAI – Fondo Ambiente Italiano, Bosch e National Geographic, in qualità di content partner.**

**Al fine di innescare una conversazione sulla situazione idrica in Italia, Finish ha coinvolto il FAI, che ha analizzato lo scenario a livello mondiale e locale.** L'Italia è notoriamente un paese ricco di acqua, grazie al sistema montuoso e alla permeabilità dei suoi suoli. Con i cambiamenti climatici, però, sta mutando la struttura ecologica stessa del nostro Pianeta e, di conseguenza, anche nel nostro Paese si registrano con una maggiore frequenza fenomeni estremi: periodi prolungati di siccità si alternano a violente precipitazioni.

Dando uno sguardo agli avvenimenti accaduti nel recente passato, ci si può rendere conto di come la siccità sia già una realtà nel nostro paese. **Nel 2017 11 regioni italiane hanno chiesto lo stato di calamità naturale** per i danni all'agricoltura e in diverse città italiane gli effetti sono stati molto più estesi e capillari anche per la vita di tutti i giorni. **Nel 2019 l'allarme è continuato per l'assenza di pioggia nei primi tre mesi invernali**, arrivando a registrare per il nord Italia una situazione addirittura peggiore di quella del 2017. Un inverno particolarmente asciutto, segnato da precipitazioni dimezzate (-50% al nord rispetto alla media stagionale) che hanno lasciato a secco fiumi, laghi, invasi, terreni e senza neve le montagne, proprio nel momento in cui l'acqua era essenziale per l'irrigazione delle coltivazioni. Nonostante ciò, **il consumo per uso civile di acqua in Italia è di 220 litri pro capite al giorno, ben al di sopra della media Europea di 165 litri.**

RB è attenta ad un uso consapevole delle risorse e, attraverso il brand Finish, si impegna attivamente per ridurre i consumi di acqua nella quotidianità, promuovendo la cultura del risparmio di acqua tra i consumatori italiani. *“Abbiamo avviato un progetto in grado di coinvolgere tutti, partendo dalla nostra popolazione aziendale, passando dai nostri partner e stakeholder esterni, fino ad arrivare ai nostri consumatori”* ha commentato **Enrico Marchelli, Regional Director Italia, Grecia e Israele RB Hygiene Home.**

Il progetto *Acqua nelle nostre mani* prevede diverse attività di sensibilizzazione riguardo l'uso consapevole della risorsa idrica. In quest'ottica nasce la collaborazione con il FAI, attore principale nella salvaguardia e valorizzazione del patrimonio artistico e naturale italiano. *“L'impegno di questa azienda per promuovere il valore dell'acqua come risorsa preziosa ci è sembrato da subito ammirevole dal momento che la salvaguardia del patrimonio idrico italiano è tra i nostri primari obiettivi. Il FAI si è infatti prefissato un traguardo ambizioso: ridurre del 20% in 10 anni i consumi di acqua all'interno dei suoi beni. Non posso ancora svelarvi di più, ma vi anticipo che questo è solo l'inizio di una collaborazione duratura e di valore che abbiamo intrapreso assieme a Finish”* **interviene Daniele Meregalli, Responsabile Ambiente FAI.**



**Diffondere la conoscenza del problema è il primo passo per iniziare a cambiare le cose e la collaborazione con National Geographic nasce con questo intento.** *“National Geographic racconta storie che contano attraverso immagini suggestive, un giornalismo basato sui fatti ed un intrattenimento senza rivali. I contenuti sviluppati per la campagna Finish diffonderanno la conoscenza del problema della scarsità d’acqua e mostreranno come apportare piccoli cambiamenti alle nostre abitudini quotidiane può fare la differenza”* spiega **Deborah Armstrong, Senior Vice President, Advertising Sales, Brand Partnerships and General Manager National Geographic.**

Fra le misure che si possono adottare per contribuire alla salvaguardia della risorsa idrica e, che rientrano nel progetto *Acqua nelle nostre mani*, c’è **l’uso più frequente e consapevole della lavastoviglie**. L’utilizzo di questo elettrodomestico consente, infatti, di **ridurre ogni volta il consumo di acqua da 122L a soli 12L<sup>1</sup>** grazie all’effetto combinato di lavastoviglie e detergente. Per questo motivo, al fianco di Finish per diffondere questa buona abitudine c’è Bosch, numero 1 al mondo nel mercato delle lavastoviglie. *“La sostenibilità è parte integrante della storia del marchio Bosch e si concretizza attraverso innovazioni di prodotto che mettono al centro il benessere delle persone e la tutela dell’ambiente, risparmiando risorse preziose come energia e acqua.*

*A partire dal 1964, anno in cui abbiamo lanciato la nostra prima lavastoviglie, non ci siamo mai fermati e, attraverso importanti innovazioni tecnologiche, abbiamo contribuito a semplificare la vita quotidiana di milioni di famiglie in tutto il mondo. Come azienda leader, garantire il benessere delle persone e la salvaguardia dell’ambiente è parte integrante di tutto ciò in cui crediamo.”* afferma **Giorgio Marazzi, AD BSH Italia.**

Non solo l’impiego della lavastoviglie, ma anche i comportamenti che accompagnano il suo utilizzo possono fare la differenza. **Oggi ancora il 56% degli italiani pre-lava i piatti prima di metterli in lavastoviglie<sup>2</sup>, sprecando fino a 38 litri di acqua ogni volta<sup>3</sup>.** Se riuscissimo a convincere gli italiani ad abbandonare questa gesto non necessario, una singola famiglia risparmierebbe ogni anno una quantità di acqua equivalente a circa un mese del proprio fabbisogno idrico<sup>4</sup>. *“La nostra ambizione è rendere i consumatori italiani consapevoli dell’importanza della salvaguardia dell’acqua e convincerli a cambiare le proprie abitudini per proteggere questa importante risorsa. Finish con il supporto dei partner coinvolti nel progetto continuerà ad impegnarsi fino al raggiungimento di questo scopo.”* conclude **Enrico Marchelli, Regional Director Italia, Grecia e Israele RB Hygiene Home.**

**Fonti:**

1. Berkholz, P. (2016) Laboratory Investigation of Manual Dishwashing Habits and its Resource Consumptions: A Study of Consumer Panels in Seven Global Regions. Schriftenreihe der Haushaltstechnik Bonn, 1, Aachen
2. Ipsos, Consumer Insights on Water Consumption, Omnibus study, 2018
3. Ricerca Ipsos CAPI In Home Meter effettuata su un campione rappresentativo di 153 famiglie Italiane. Luglio 2019
4. Elaborazione basata su dati ISTAT.



### **Su Finish**

Finish è la marca numero uno nel mercato dei detergenti per lavastoviglie ed è all'avanguardia nel settore del lavaggio automatico da oltre 60 anni. Grazie a una lunga storia di innovazioni Finish è diventato negli anni sinonimo di detergente per lavastoviglie: dal primo detersivo in polvere nel 1969 alla prima pastiglia a doppio strato nel 1995, alla presentazione della tecnologia Powerball rossa nel 1999 e infine all'introduzione del suo miglior prodotto di sempre con la capsula Quantum a tre camere del 21° secolo.

### **Su FAI – Fondo Ambiente Italiano**

Il FAI è una Fondazione senza scopo di lucro che opera grazie al sostegno di privati cittadini, aziende e istituzioni illuminate per tutelare, conservare e valorizzare il patrimonio d'arte, natura e paesaggio italiano. Fin dalla sua fondazione, nel 1975, si è ispirato al National Trust inglese ed è affiliato all'INTO – International National Trust Organization.

Il FAI, con il contributo di tutti:

- CURA in Italia luoghi speciali per le generazioni presenti e future
- PROMUOVE l'educazione, l'amore, la conoscenza e il godimento per l'ambiente, il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione
- VIGILA sulla tutela dei beni paesaggistici e culturali, nello spirito dell'articolo 9 della Costituzione Italiana (La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e [...] tutela il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione)

### **Su Bosch**

Il nome Bosch è noto in tutto il mondo come simbolo di eccellenza qualità e affidabilità. Da oltre 80 anni, i suoi elettrodomestici onorano questa affermazione: Bosch è il principale produttore europeo di elettrodomestici. I suoi prodotti si basano esclusivamente sulle reali esigenze delle famiglie moderne. Grazie a soluzioni tecnologiche sorprendentemente semplici, gli elettrodomestici Bosch consentono di raggiungere con facilità risultati perfetti e semplificano la vita tutti i giorni. Inoltre, materiali di alta qualità, rifiniti con precisione e un design senza tempo, acclamato a livello internazionale, garantiscono qualità e sostenibilità. Un servizio assistenza di qualità rafforza la fiducia dell'utente nel marchio e sostiene il principio guida di Bosch. "Tecnologia per la vita".

### **Contatti ufficio stampa:**

#### **HAVAS PR**

Elisa Mendicino – [elisa.mendicino@havaspr.com](mailto:elisa.mendicino@havaspr.com)

Maria Davico – [maria.davico@havaspr.com](mailto:maria.davico@havaspr.com)