

# Simply aderisce alla Giornata del Risparmio Energetico “M’illumino di meno”

*Venerdì 14 febbraio le sedi e i punti vendita Simply diretti e in franchising spengono le luci e sensibilizzano la clientela*

Rozzano, 12 febbraio 2014 – Simply® Italia riconferma l’impegno nei confronti dell’ambiente e del risparmio energetico, aderendo per il settimo anno consecutivo a **“M’illumino di meno”**, la Giornata del Risparmio Energetico lanciata dalla popolare trasmissione radiofonica **Caterpillar**, in onda su **RAI Radio 2**.

**Venerdì 14 febbraio a partire dalle 18** i supermercati Simply, IperSimply e PuntoSimply, diretti e in franchising, oltre alla sede centrale di Rozzano MI e alle cinque sedi regionali di Milano, Rodengo Saiano BS, Roma, Ancona e Catania aderiscono alla campagna spegnendo **tutte le luci non strettamente necessarie** al regolare e sicuro svolgimento delle normali attività. Nei punti vendita, ad esempio, sarà spento il **50% delle luci dell’area vendita** e tutte le luci dei reparti dove non si effettua lavorazione.

Per la settima edizione aderiscono al simbolico “silenzio energetico” le **5 sedi del gruppo**, i **269 supermercati diretti** e i **563 supermercati affiliati**. Anche quest’anno aderiranno inoltre alcuni **Master Franchisee** di Simply® Italia: il **Gruppo 3A** di Asti con oltre 140 supermercati, la **Cooperativa Etruria** di Monteriggioni con oltre 280 supermercati e la **Fratelli Ibba** di Oristano con 13 supermercati e i **Master Campano CSC** con una cinquantina di supermercati. In totale saranno quindi **oltre 1.300 i supermercati** aderenti, **diretti e in franchising**, a insegna Simply, IperSimply e PuntoSimply, distribuiti su tutto il territorio nazionale.

Ad integrazione di ciò, sul sito **Simplymarket.it** e alle casse sarà esposto il **Decalogo dei consigli** di M’illumino di Meno, con alcuni suggerimenti di buone abitudini che possono essere adottati nelle proprie abitazioni per risparmiare energia. L’obiettivo è di accrescere nei **4 milioni di clienti** che visitano ogni settimana i punti vendita Simply la conoscenza e la diffusione di comportamenti più sostenibili nei consumi energetici domestici, nella convinzione che anche piccoli gesti se ripetuti quotidianamente portano a grandi risultati. Per sensibilizzare i collaboratori sarà utilizzato il giornale aziendale **SimplyNews** e la **intranet**, mentre nei punti vendita sarà diffuso via radio l’**inno ufficiale della campagna 2014** “Per la scossa dei tuoi baci” realizzato dal **gruppo musicale folk rock** italiano Marmaja.

*“In linea con il posizionamento sostenibile della nostra insegna, ci impegniamo da anni ad osservare una politica di rispetto dell’ambiente. – commenta **Carlo Delmenico**, Direttore Responsabilità Sociale d’Impresa di Simply® Italia – Come attori economici del territorio, siamo consci della nostra responsabilità e vogliamo contribuire al miglioramento dell’ecosistema sia con iniziative concrete sia attraverso campagne di sensibilizzazione, che diano nuovi stimoli e suggerimenti ecologicamente virtuosi ai nostri clienti, che si stanno dimostrando estremamente attenti a queste tematiche.”*

Una vocazione sostenibile, che porta risultati concreti: **75% della rete diretta** alimentata da energia rinnovabile; **10 soluzioni tecniche** per il risparmio energetico validate e in progressiva estensione sulla rete diretta; oltre **13 milioni** di euro devoluti alla ricerca scientifica di Telethon dal 2002. Per quanto riguarda il 2013, l’attenzione verso l’ambiente e il sociale è testimoniata dai seguenti indicatori: **6,4 milioni** di Kwh risparmiati attraverso interventi tecnici dei nuovi punti vendita con conseguente riduzione di CO2 emessa nell’atmosfera; **299 tonnellate** di prodotti alimentari devoluti alle associazioni caritative del territorio; **7,63 tonnellate** di imballaggi non immessi nell’ecosistema grazie alla riduzione del packaging dei prodotti di marca privata Simply; oltre **12.000 tonnellate** di plastica, cartone e legno riciclato nei punti vendita; **328 tonnellate** di prodotti alimentari e detersivi sfusi venduti, che grazie all’assenza delle confezioni hanno

permesso di risparmiare **12,4 tonnellate** di plastica e cartone. Nello specifico, circa 200 tonnellate sono solo di detersivi, il 96% dei quali sono stati venduti senza confezione, segno che i clienti hanno accolto il messaggio: meno confezioni, meno imballaggi, meno rifiuti, meno emissioni di Co2.

**Simply**<sup>®</sup> è l'insegna dei supermercati del Groupe Auchan, presente nel settore della grande distribuzione italiana con tre formule commerciali: le superette di vicinato a insegna PuntoSimply, i supermercati di prossimità a insegna Simply e i supermercati d'attrazione a insegna IperSimply. Oggi Simply<sup>®</sup> occupa in Italia circa 9.000 dipendenti ed è presente sul territorio nazionale in 19 regioni con oltre 1.500 punti vendita, di cui 269 gestiti direttamente e i restanti gestiti con la formula dell'affiliazione.

-