

WWF E SIMPLY INSIEME PER NON ALIMENTARE LO SPRECO: CAMPAGNA SULLA RIDUZIONE DELLO SPRECO ALIMENTARE

Ambasciatori del progetto i “Viveri e Vegeti”: i cibi che ogni giorno più facilmente sprechiamo, rappresentati in chiave ironica tramite una mini-serie di vignette e protagonisti di una shopper in edizione limitata

Rozzano, 16 luglio 2014 - **Simply** - la catena dei supermercati del Groupe Auchan presente in Italia con oltre 1.500 punti vendita diretti e in franchising - **promuove in collaborazione con WWF** la campagna **“Insieme per non alimentare lo spreco”**, nell’ambito del programma **One planet food** dedicato ai temi dell’alimentazione sostenibile.

Obiettivo della campagna è di sensibilizzare i consumatori usando la **forza dell’ironia** e offrire **consigli e utili suggerimenti su come ridurre lo spreco alimentare in ambito domestico**, consolidando in questo modo gli atteggiamenti virtuosi dei clienti Simply ed evidenziando i vantaggi ambientali ed economici connessi a comportamenti anti-spreco in cucina.

Lo spreco alimentare non è, infatti, solo un problema di alimenti ma anche di **impatti sulla biodiversità**: per produrre tutto il cibo che sprechiamo, **ogni anno in Italia buttiamo nel cestino fino a 1226 milioni di metri cubi di acqua**, pari all’acqua consumata ogni anno da 19 milioni di italiani **e circa 24,5 milioni di tonnellate di CO₂e** pari a circa il 20% delle emissioni di gas serra del settore dei trasporti.

Ridurre lo spreco alimentare ha degli effetti positivi anche sulle **tasche delle famiglie**. Secondo quanto emerge dall’indagine realizzata a fine 2013 da GfK Eurisko con la collaborazione di Simply, gli italiani spendono **in media ogni anno 316 euro in cibo che viene buttato senza essere consumato**, per disattenzione o negligenza.

Ambasciatori della campagna “Insieme per non alimentare lo spreco” sono i **“Viveri e Vegeti”, cibi che ogni giorno più facilmente sprechiamo anche se ancora buoni**. Questi alimenti, dialogando e interagendo tra loro nel frigo e sugli

scaffali della dispensa, danno vita a **10 simpatiche vignette**. Rassegnati e a volte depressi, i cibi commentano la dipartita di qualche loro simile che è stato buttato o ricordano i bei tempi andati, in cui padroneggiavano la tavola e non erano ancora stati abbandonati al loro destino.

Quattro delle dieci vignette realizzate nell'ambito della campagna saranno le protagoniste delle divertenti **shopper riutilizzabili special edition WWF-Simply**, realizzate in due soggetti e disponibili in tutti i supermercati a partire **da luglio**.

Grazie alle shopper, **in vendita al prezzo di 2,00 euro**, Simply **sosterrà l'attività del WWF** con specifico riferimento al programma dedicato ai temi dell'alimentazione sostenibile, One planet food.

La campagna "Insieme per non alimentare lo spreco" prevede iniziative di sensibilizzazione in-store e attività sul web e sui social. **All'interno del sito di www.simplymarket.it** è stata inoltre creata in collaborazione con WWF una **sezione dedicata alla campagna**, in cui i clienti Simply hanno la possibilità di approfondire il tema dello spreco alimentare, ricevere consigli per evitare ogni forma di spreco in cucina (da una corretta pianificazione della spesa e conservazione degli alimenti, al tema delle porzioni e delle giuste quantità in cucina) e scoprire **tutte le storie dei "Viveri e Vegeti", per condividerle sui social e votare la vignetta preferita**.

Gli impegni di Simply in materia di spreco alimentare

La campagna in collaborazione con WWF si inserisce in un percorso più ampio che vede Simply da anni impegnato nella **lotta allo spreco alimentare**. Per aiutare le persone in difficoltà e contrastare lo spreco di beni ancora fruibili riducendo nel contempo la produzione di rifiuti, **dal 2008** Simply ha sottoscritto accordi con associazioni, onlus e altri operatori, per il **recupero di prodotti inadatti alla vendita** a causa di difetti delle confezioni o perché prossimi alla scadenza. Mediamente, i supermercati Simply **donano in un anno 300 tonnellate di generi alimentari, pari a oltre 540 mila pasti**.

Per promuovere acquisti consapevoli, limitando gli sprechi casalinghi, inoltre, Simply offre al cliente la possibilità di acquistare solo la quantità necessaria attraverso **la vendita di prodotti alimentari** (cereali, caramelle, frutta secca, legumi, pet food e vino) **e detersivi liquidi venduti a peso**. Grazie all'assenza della confezione, la vendita dello sfuso **ha consentito nel 2013 di risparmiare 12 tonnellate di materiali da imballaggio** (plastica e cartone).

Il programma WWF "One planet food"

La campagna WWF-Simply si inserisce all'interno del programma **WWF, One planet food**, dedicato ai temi dell'alimentazione sostenibile con un focus speciale sulla riduzione dello spreco alimentare lungo tutta la filiera. Nell'ambito di One Planet Food il WWF sta sviluppando un piano **iniziative di sensibilizzazione ed attivazione che coinvolgeranno milioni di italiani in comportamenti virtuosi e replicabili grazie alla collaborazione con importanti imprese del settore**, in connessione al **Piano Nazionale contro lo spreco alimentare promosso dal Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare**. Lo spreco sarà, inoltre, uno dei temi che caratterizzeranno la partecipazione di WWF ad EXPO 2015 che vedrà l'associazione - in qualità di "Civil Society Participant" - impegnata in una serie di iniziative per portare l'alimentazione sostenibile all'attenzione del grande pubblico.