** הודעה לעיתונות

**סקר קיימות חדש של Epson**

**הישראלים חיים בסרט (רע): עם פחות אחריות אישית**

**ומאמינים שניתן יהיה להימנע ממשבר האקלים בימי חייהם**

**---------------**

**סקר גלובלי חדש - ״ברומטר מציאות האקלים״** - **מגלה פער משמעותי ומדאיג בין התפיסות לגבי שינוי האקלים לבין חומרת מצב החירום: אחוז גבוה של הישראלים מתכחש למשבר האקלים שכולנו עדים לו מסביב לנו ומאמין שהטכנולוגיה היא היא המושיע הגדול**

**---------------**

סקר הקיימות הגלובלי של Epson - **״ברומטר מציאות האקלים״** -שכלל גם את ישראל, מגלה פער מסוכן בין מציאות האקלים כפי שבני האדם חווים אותה ביום יום לבין האופן שבו אנשים מבינים מהן השפעותיה הקטסטרופליות של מציאות זו.

כאשר נשאלו לדעתם בנוגע ליכולתה של האנושות להימנע ממשבר אקלים במהלך ימי חייהם, קרוב למחצית מהמשיבים הישראליים (43%) היו אופטימיים בנוגע לכך, לעומת 25% שהיו פסימיים מאד. בשאר העולם התמונה די דומה - (46%) אמרו שהם אופטימיים "מאוד" או אופטימיים "במידה מסוימת". מספר זה עולה בהרבה על 27% בלבד מכלל המשיבים אשר אמרו שהם פסימיים מאוד, או פסימיים במידה מסוימת בנוגע לכך. מסקנה: הישראלים ככל הנראה מדחיקים את מה שהם רואים מסביב בעצמם, או במהדורות החדשות.

הסקר תיעד את האופן שבו 15,264 נשאלים מרחבי אסיה, אירופה ואמריקה חווים ותופסים את שינוי האקלים. מטרת הסקר של Epson היא להגביר את המודעות הציבורית להשפעות של שינוי האקלים, להשפיע על החלטות עסקיות וליידע בצורה טובה יותר את קובעי המדיניות.

כשזה נוגע לסיבות הפופולריות ביותר התומכות באופטימיות הזו, נראה שהישראלים בוטחים בטכנולוגיה שתציל אותם - עם 29.5% שמאמינים במעבר לאנרגיה מתחדשת (לעומת 19% בשאר העולם), השימוש במדע וטכנולוגיה כדי למצוא פתרונות (28.1% - כמעט זהה לשאר העולם) והאמונה שישנה מודעות ציבורית הולכת וגוברת (22.1% - הרבה פחות משאר העולם, שם מדובר ב-32%).

כמה מהישראלים מתכחשים למשבר האקלים מלכתתחילה? לפי המחקר, 8% מהמשיבים הישראלים לא מאמינים באמת שישנו מצב חירום מבחינת האקלים מלכתחילה, מה שמציב אותה בין המדינות עם האחוז הגבוה ביותר של מכחישים מבין המדינות שנסקרו שיחד עם ארה"ב (11%), גרמניה (7%) ובריטניה (6%) עומדות איתנו בראש הרשימה..

הממצאים של ״ברומטר מציאות האקלים״ של Epson מצביעים על ניצחונה של האופטימיות על פני הראיות ועל פער מזיק בתפיסת מציאות האקלים.

לדברי **ירון פרץ**, מנהל מכירות עסקי ב-Epson ישראל,  בעוד המציאות של מצב החירום האקלימי נפרשת לנגד עינינו, העובדה שאנשים רבים כל כך לא מכירים בו, או אפילו מכחישים את קיומו הלכה למעשה, מעוררת דאגה אמיתית. ״זוהי קריאת השכמה עבור כולם – ממשלות, עסקים ואנשים, שכולם צריכים לעודד את ביצוע הפעולות הדרושות למזעור שינוי האקלים".

**בדיקת מציאות: הבנה לעומת פעולה**

מה׳ברומטר׳ עולה שאופטימיות עשויה להיות תוצאה של אי-הכרה בשינוי האקלים, וכפועל יוצא, גם בממדיו. בישראל, בפרט, מזהים את הגורמים המרכזיים למשבר האקלים כמזג אוויר קיצוני ושריפות וטמפרטורות גבוהות (71%), כשרק 33.3% מודעים לבעיות הגירה המונית ורעב. נראה שהישראלים לא מכירים באחריות אישית למשבר האקלים באופן מיוחד - רק 12.2% ראו עצמם כאחראים באופן אישי בדומה לסין וגרמניה (11%).

בעוד שאנשים מוכנים לבצע שינויים באורח החיים כדי להתמודד עם משבר האקלים, חלקם אינם ממהרים לפעול לשם כך. בישראל, 50% הסכימו להפחית נסיעות עסקים ונופש. בשאר העולם, 65% ובפועל 40% צמצמו. בארץ 55.7% מסכימים לבצע את המעבר לרכבים חשמליים בפועל 19.4% מעט יותר מהמספרים הגלובליים (16%).  בישראל 51.5% מסכימים עם הרעיון של החרמת מותגים שאינם בני קיימא (לעומת 63% גלובלית) בפועל רק 18.6% (לעומת 29% גלובלית), ו-19% אמרו שלא יעשו זאת גם בעתיד.

בראי קצת יותר אופטימי, ישראלים כן עושים כבר מספר פעולות אקולוגיות במספרים די גבוהים - 53.5% שיפרו את הרגלי המיחזור שלהם: 50.5% הפחיתו את השימוש בפלסטיק ו-45.1% הולכים ברגל או נוסעים באופניים לעיתים קרובות יותר.

**מציאות עסקית – הזמן לפעול הוא עכשיו**

׳ברומטר מציאות האקלים׳ מצביע על כך שעבור רבים, משבר האקלים הוא עדיין משהו שקורה למישהו אחר.

מכיוון שהסקר מגלה שרק 14% מהמשיבים רואים בעסקים גדולים כאחראים העיקריים להתמודדות עם מצב החירום האקלימי, ורק 3% מייחסים אחריות זאת לחברות קטנות (פחות מ-5% ממכחישי שינוי האקלים), הדבר מצביע גם על כך שכעת הוא הזמן לחברות בכל הגדלים למלא תפקיד גדול יותר. חברות יכולות להעצים עסקים וצרכנים אחרים באמצעות חידושים התומכים בקיימות.

לדוגמה, ב-Epson, הדבר בא לידי ביטוי בפיתוחן של יוזמות להפחתת השפעת לקוחות החברה על האקלים באמצעות שימוש בטכנולוגיית הדפסה נטולת חום ויעילה ביותר מבחינה אנרגטית; ובמו"פ בתחום טכנולוגיות סביבתיות דוגמת חומרים המופקים באופן טבעי (לא סינתטיים).

מעבר לחדשנות במוצרים ובחומרים, עסקים יכולים לחולל שינוי גדול על ידי קידום והדגמת אחריות אקלימית.

Epson מקדמת זאת על-ידי: מעבר ל-100% אנרגיה מתחדשת ומעורבות ביוזמות דוגמת פרויקט אנרגיה מתחדשת RE100; קידום שיפוץ מוצרים ושימוש חוזר במוצרים; ומעורבות בשותפויות בעלות השפעה רבה כגון העבודה עם נשיונל ג'יאוגרפיק למניעת התחממות כדור הארץ.

לדברי הנשיא הגלובלי של Epson, **יסונורי אוגאווה**, גילויו של הפער בתפיסת מציאות האקלים מראה שמודעות, בשילוב עם פעולה, יהיו חיוניים להתמודדות עם מצב החירום. ״המטרה של Epson היא לייצר את המודעות הזו ואת הטכנולוגיות הדרושות – על-ידי החברה שלנו, עסקים וצרכנים אחרים – כדי לחולל שינוי טרנספורמטיבי. קיימות היא מרכיב מרכזי בתוכנית העסקית שלנו ומגובה במשאבים משמעותיים – משום שלמרות שאנו יודעים שהדרך עוד ארוכה, אנו מאמינים שנוכל לבנות עתיד טוב יותר".

**סרטון**

[**https://youtu.be/T2P1g28Y5RE**](https://youtu.be/T2P1g28Y5RE)

המחקר של Katey Walter Anthony בשיתוף אפסון ונשיונל ג׳יאוגרפיק על ההתחממות בקטבים

**אודות אפסון**

אפסון היא מובילה טכנולוגית גלובלית המקשרת אנשים, התקנים ומידע באמצעות הטכנולוגיות והמוצרים שלה, ביניהם: מדפסות ומקרנים לבית ולמשרד, רובוטים תעשייתיים ושעונים. החברה מונהגת על ידי Seiko Epson Corporation שבסיסה ביפן ומעסיקה כ- 76,000 עובדים ב- 87 חברות ברחבי העולם. החברה גאה בתרומתה ההולכת וגדלה לאיכות הסביבה ולקהילות שהיא פועלת בהן

[global.epson.com/](https://global.epson.com/)

**למידע נוסף:**

נחום דוניצה     דוניצה תקשורת

donitza@donitza.co.il