

EPSON®
EXCEED YOUR VISION

OPTIMISME ET RECHAUFFEMENT CLIMATIQUE : PLUS DES TROIS QUARTS DES FRANÇAIS SONT PESSIMISTES SUR LA POSSIBILITE D'INVERSER LA TENDANCE CLIMATIQUE D'APRES LE SECOND BAROMETRE SUR LE CLIMAT D'EPSON

Levallois-Perret, le 4 octobre 2022 - Le gouvernement français a annoncé son objectif de réduire la consommation d'énergie de 10 % d'ici 2024 et de 40 % d'ici 2050. Etat, collectivités, entreprises, citoyens, chacun a un rôle à jouer. **Quelles sont les actions principales que les Français entreprennent réellement pour atténuer les effets du réchauffement climatique ?** Selon la seconde édition du baromètre Climate Reality d'Epson, **l'amélioration des bonnes pratiques en matière de recyclage (77,6 %), suivi par le fait de marcher ou faire du vélo plus souvent (70,2 %) et de réduire l'utilisation du plastique (69,2 %) sont les actions les plus plébiscitées et mises en place par le grand public.** Une tendance conforme au taux de recyclage communiqué par CITEO : en 2021, le taux de recyclage des emballages était de 72 %, une hausse record de 3 pts par rapport à 2020.

Ces chiffres font écho à une préoccupation environnementale également croissante : plus d'un tiers (38 %) des personnes interrogées en France estiment que le réchauffement climatique est le problème le plus urgent sur lequel les gouvernements, les entreprises et les populations du monde entier doivent se concentrer. Un ressenti partagé à travers le monde. Et ce d'autant plus qu'en 2022, le jour du dépassement des ressources planétaires pour la France était fixé au 5 mai. Aujourd'hui, la consommation aurait donc « une planète d'avance » sur les réserves allouées.

Malgré le ralentissement économique mondial, la crise climatique reste au premier plan des préoccupations de nombreuses personnes en France, et en croissance par rapport aux pays voisins

Ainsi, plus d'un tiers (38 %) des Français interrogés dans le cadre de ce baromètre, estiment que



La deuxième édition du baromètre Climate Reality Epson révèle les préoccupations des Français, grandissantes sur la question du réchauffement climatique quand ses voisins européens s'attachent davantage à celles de la hausse des prix et du pouvoir d'achat local

le réchauffement climatique est aujourd'hui le problème le plus urgent à traiter, tandis que les répondants allemands (42,9 %) et au Royaume-Uni (51,3 %) considèrent que la « hausse du coût de la vie » et « le retour d'une économie forte » sont prioritaires. Au niveau mondial, « la relance de l'économie » (22 %) et « l'inflation » (21 %) s'imposent en tête de liste des problématiques prioritaires des personnes interrogées.

Plusieurs réponses et hypothèses sont formulées pour enrayer le réchauffement climatique, dont celle des voyages et des déplacements polluants. Ainsi, plus de la moitié (50,7 %) des personnes interrogées en France font moins de voyages internationaux pour les affaires et les loisirs, contre environ un tiers des personnes interrogées au Royaume-Uni (33,2 %) et en Italie (38,6 %). Des chiffres qui s'expliquent aussi par l'impact de la crise sanitaire et la fermeture des frontières internationales, ayant généré chez certains individus une forme de frustration. Toutefois, 2022 s'étant jusqu'ici révélée comme une année de records sur la question du réchauffement climatique, il est possible d'envisager que ces chiffres évoluent l'année prochaine. Après des vagues caniculaires observées partout dans le monde et un nombre certain de catastrophes naturelles, les individus sont-ils pour autant plus pessimistes que l'an passé ?

L'optimisme, une question de lieu de vie et de générations

Les préoccupations climatiques ne semblent pas conduire au pessimisme. Avant la COP26, en novembre 2021, 46 % des personnes interrogées dans le monde étaient optimistes quant à la probabilité d'éviter de vivre une catastrophe climatique au cours de leur vie. Alors que le monde se prépare à la COP27, en Égypte, au mois de

novembre, le niveau d'optimisme a augmenté de deux points (48 %). Ce chiffre suggère un possible « déficit de réalité » chez les personnes qui pourraient ne pas comprendre l'ensemble des impacts futurs du réchauffement climatique sur le monde.

Pour aller plus loin, il est clair que ces moyennes mondiales masquent des variations régionales surprenantes dans les niveaux de confiance. L'optimisme est plus faible dans la plupart des économies « développées » :

- Les différents pays membres du G7 enregistrent tous des niveaux d'optimisme nettement inférieurs à la moyenne mondiale de 48 % : Le Canada (36,6 %), la France (22,5 %) - dans le Top 3 des pays les plus pessimistes), l'Allemagne (23,8 %), l'Italie (25,2 %), le Japon (10,4 %), le Royaume-Uni (28,4 %) et les États-Unis (39,4%).
- Les économies émergentes et à croissance rapide enregistrent elles des niveaux d'optimisme climatique nettement supérieurs à la moyenne mondiale : La Chine (76,2 %), l'Inde (78,3 %), l'Indonésie (62,6%), le Kenya (76 %), le Mexique (66 %) et les Philippines (71,9 %).

Les résultats de l'étude suggèrent également que l'âge est un facteur important dans la réponse à cette question : les tranches d'âge les plus âgées et les plus jeunes étant les plus préoccupées par le changement climatique. Ainsi, les répondants âgés de 55 ans et plus sont le seul groupe à citer le changement climatique comme leur principale préoccupation au niveau mondial (22,2 %), tandis que le groupe des 16 à 24 ans est le seul à le classer en deuxième position (19,3 %) - toutes les autres tranches d'âge le classent en troisième position.

En France, les jeunes répondants sont d'ailleurs plus optimistes que leurs aînés : 29,9 % des 16-24 ans sont optimistes, tandis que les 55 ans et plus sont les moins optimistes (15 %).



Yasunori Ogawa, président mondial d'Epson, indique ainsi : « *La raison d'être d'Epson est axé sur l'amélioration des vies et de la planète, et nous allons consacrer des ressources*

importantes pour y parvenir. Alors que le monde se réunit pour la COP27, notre baromètre sur la réalité climatique vise à sensibiliser et à favoriser un réel changement de comportement. Nous espérons que les enseignements du Baromètre aideront les gouvernements, les industries et les particuliers à intensifier leurs efforts pour éviter une catastrophe climatique. Même si nous savons que le chemin à parcourir est long, nous sommes convaincus que nous pouvons construire un avenir meilleur si nous travaillons ensemble et agissons maintenant. »

Prise d'initiatives : entre intentions et réalité de l'action

L'optimisme mondial croissant semble contredire la réalité climatique. En juin 2022, le Groupe d'Experts Intergouvernemental sur l'Évolution du Climat (GIEC) indiquait ainsi que « *le changement climatique d'origine humaine provoque des perturbations dangereuses et généralisées dans la nature et affecte la vie de milliards de personnes dans le monde entier.* »



Le Dr Tara Shine, spécialiste de l'environnement et codirectrice générale de l'initiative « Change by Degrees », commente : « *La dure réalité est que les sept dernières années ont été les plus*

chaudes jamais enregistrées et que nous courons un risque réel de dépasser les limites de température sûres. Pourtant, cette enquête montre que les gens du monde entier gardent l'espoir que leurs actions, ainsi que celles des gouvernements et des entreprises, peuvent transformer la société. Les défis immédiats auxquels sont confrontées les économies du monde entier, notamment la hausse des prix de l'énergie et des denrées alimentaires, sont à la fois des causes et des symptômes du changement climatique. Planifier à long terme et permettre aux gens de prendre des mesures climatiques dès maintenant est l'action la plus puissante que les pays peuvent entreprendre pour maintenir l'optimisme climatique, réduire la pollution et gagner en résilience face aux catastrophes climatiques. »

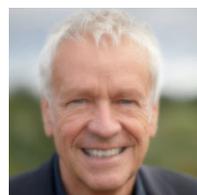
Selon les résultats du baromètre 2022, l'optimisme semble être vecteur de réactivité. Entre 2021 et 2022, le nombre de personnes interrogées qui ont, ou prévoient de :

- Utiliser un vélo ou favoriser les déplacements à pied est passé de 83,7 % à 87,2 %, dont 31,8 % le font depuis plus d'un an.
- Passer aux énergies renouvelables est passé de 78,2 % à 82,4 %, dont 18,6 % l'ont fait il y a plus d'un an.
- Réduire les voyages d'affaires et de loisirs internationaux est passé de 65,1 % à 68,2 %, parmi lesquels 23 % le font depuis plus d'un an.
- Adopter les véhicules électriques est passé de 68 % à 72,7 %, parmi lesquels 10,6 % l'ont fait depuis plus d'un an.
- Adopter un régime alimentaire végétalien est passé de 67,6 % à 68,9 %, parmi lesquels 16,5 % le font depuis plus d'un an.

En France :

- Plus de la moitié (56,7 %) des répondants ont essayé de recycler pendant plus d'un an et le font encore.
- Près de la moitié (48,2 %) ont essayé de réduire leur consommation de plastique depuis plus d'un an et continuent de le faire.
- 46,5 % ont essayé d'utiliser un vélo ou favoriser les déplacements à pied pendant plus d'un an et le font toujours.

Si les actions individuelles s'intensifient, il est clair qu'il reste encore beaucoup à faire. Les gouvernements doivent réglementer les actions en faveur du développement durable et les devoirs de chacun. Les entreprises, elles, doivent élaborer des politiques et des technologies durables et les particuliers doivent accélérer les changements dans leurs modes de vie - si le monde veut atteindre ses objectifs en matière de développement durable et éviter des catastrophes irréversibles.



Le directeur du développement durable d'Epson Europe, Henning Ohlsson, déclare ainsi : « *Nous avons une responsabilité envers les jeunes générations pour nous assurer*

que nous laissons la planète dans un meilleur état après des décennies de dommages. Il n'existe pas de solution unique à ce problème, nous devons tous jouer un rôle. Les gouvernements, les entreprises et les communautés doivent unir leurs efforts pour éviter cette catastrophe. En tant que leader technologique mondial, notre devoir est de recentrer nos efforts sur le déve-

loppement de solutions qui permettront de réduire l'impact environnemental de nos produits. En coopérant et en trouvant des solutions, nous pouvons tous collectivement inspirer des actions et provoquer des changements. »

Méthodologie du baromètre Climate Reality 2022 d'Epson

Le baromètre Climate Reality 2022 d'Epson a été réalisé par Opinion Matters, auprès de 26 205 répondants généraux (âgés de 16 ans et plus) provenant des marchés suivants : Australie, Brésil, Canada, Chili, Chine, Égypte, France, Allemagne, Inde, Indonésie, Italie, Japon, Kenya, Malaisie, Maroc, Mexique, Philippines, Arabie saoudite, Singapour, Afrique du Sud, Corée du Sud, Espagne, Taiwan, Thaïlande, Turquie, Royaume-Uni, États-Unis et Vietnam.

L'enquête a été réalisée entre le 29.07.2022 et le 04.08.2022. Opinion Matters respecte et emploie des membres de la Market Research Society qui est basée sur les principes ESOMAR.

* Lorsque des comparaisons d'une année sur l'autre sont indiquées, 17 273 consommateurs au Royaume-Uni, en Allemagne, en Italie, en France, en Espagne, aux États-Unis, au Brésil, en Australie, en Chine, à Singapour, en Inde, au Japon, en Indonésie, en Corée du Sud, à Taïwan, aux Émirats arabes unis, en Israël et en Afrique du Sud (âgés de 16 ans et plus) (06.08.2021 - 04.10.2021).

À propos d'Epson

Epson est un leader technologique mondial dont les activités contribuent à un développement durable avec comme objectif d'agir en entreprise citoyenne qui grandit dans le respect des communautés parmi lesquelles elle opère. Pour y parvenir, Epson s'appuie sur ses technologies efficaces, compactes et de précision et sur ses technologies numériques pour connecter les personnes, les objets et les informations.

La société s'attache à résoudre les problèmes sociétaux grâce à des innovations dans les domaines de l'impression domestique, bureautique, de l'impression commerciale et industrielle, de la robotique industrielle, de la communication visuelle (home cinéma, éducation, salles de réunion, événementiel).

Epson deviendra carbone négatif et éliminera de ses activités l'utilisation de ressources souterraines épuisables telles que le pétrole et le métal d'ici 2050.

Epson appartient au groupe mondial japonais Seiko Epson Corporation et réalise un chiffre d'affaires annuel d'environ 1 000 milliards de yens.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site : <http://global.epson.com/>

À propos d'Epson France SAS

Epson France commercialise sur le territoire national une large gamme de produits d'imagerie numérique, incluant imprimantes, scanners, vidéoprojecteurs, terminaux pour les points de vente et lunettes à réalité augmentée. La société abrite également les structures qui assurent le support technique expert pour l'ensemble des filiales européennes. Entreprise à taille humaine particulièrement éco-responsable, Epson France inscrit toutes ses activités dans le cadre de la Vision 2050 du groupe Epson, visant à réduire drastiquement ses émissions de gaz à effet de serre, à favoriser le recyclage de ses produits et à préserver la biodiversité en coopération avec les communautés locales où elle opère. Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site :

www.epson.fr.

Vision environnementale 2050 :

<http://eco.epson.com/>

NATHALIE SIMÉON

Nathalie.simeon@epson.fr

CHANGEZ POUR L'IMPRESSION ZÉRO CHALEUR

La technologie d'impression Zéro Chaleur PrecisionCore Epson constitue une alternative aux imprimantes laser et jet d'encre thermique, car son processus d'éjection de l'encre ne nécessite pas de chaleur, ce qui réduit fortement la consommation d'énergie.

AVANTAGES DE LA TECHNOLOGIE ZÉRO CHALEUR

Impression à haute vitesse constante

Avec la technologie Zéro Chaleur Epson, l'imprimante n'a pas besoin de chauffer lorsqu'elle est mise sous tension ou qu'elle sort du mode veille. Contrairement aux imprimantes laser, elle peut donc commencer immédiatement à imprimer. Une impression à haute vitesse constante est assurée, même pour les documents avec un fort taux d'encre.

Moins de consommation électrique pour économiser de l'énergie et de l'argent avec la technologie Zéro Chaleur Epson, l'imprimante n'a pas besoin de chauffer pour imprimer. Sa consommation électrique est donc inférieure à celle des imprimantes utilisant la technologie laser, ce qui réduit considérablement la consommation d'énergie.

Moins de pièces de rechange, moindre impact environnemental

Grâce à la technologie Zéro Chaleur, nos solutions d'impression Jet d'Encre Professionnel uti-



lisent moins de pièces susceptibles de nécessiter un remplacement qu'une imprimante laser et nos têtes d'impression ne sont pas des consommables. Cela réduit l'impact environnemental lié à la production et au recyclage des pièces supplémentaires.

Notre technologie : votre meilleure alliée



Jusqu'à
83 %
d'énergie consommée
en moins par rapport à la
technologie laser¹

Jusqu'à
50 %
plus rapide au démarrage par
rapport aux imprimantes laser²

Jusqu'à
96 %
de consommables utilisés
en moins par rapport aux
imprimantes laser³

PARTENARIAT APF - EPSON FRANCE DIRECTION SERVICE ET SUPPORT CLIENTS

APF France handicap

APF France handicap, (ex Association des Paralysés de France) est une association française créée en 1933 qui accompagne les personnes en situation de handicap vers une insertion sociale et professionnelle.



APF France handicap un réseau national

- 1^{er} acteur et réseau national du secteur adapté et protégé
- 14 000 salariés, 23 300 adhérents, 25 000 bénévoles
- 800 M€ de budget annuel
- 550 établissements sur toute la France

L'entreprise adaptée de Noisy Le Sec

- 248 salariés dont 80 % reconnus en qualité de travailleur handicapé
- 5 000 m² d'entrepôt



L'entreprise adaptée de Noisy Le Sec

- 6,1 M€ de CA
- 10 ans de partenariat avec Epson
- A fort taux de main d'œuvre et donc créateur d'emplois
- Sur des activités qui réduisent l'impact environnemental (logistique, réparation, réemploi)

Le partenariat entre APF 93 et Epson

Prestataire de services

- Gestion du parc de prêt
- Gestion des DOA
- Atelier de réparation et de reconditionnement
- Projets à valeur ajoutée ReStart, rework Burger King, Assemblée Nationale)

Client

La création d'une unité de production d'impression numérique sur textile à échelle industrielle pour favoriser :

- l'accès à l'emploi durable, les circuits courts
- le développement de filière locale dans le secteur de la mode durable et la mode sociale
- une production plus respectueuse de l'environnement

- des synergies pour stimuler la créativité et l'innovation pour faire avancer la mode durable

Nos valeurs communes



LA JOURNÉE DE SOLIDARITÉ D'EPSON FRANCE

EPSON FRANCE a organisé une journée de solidarité à la Ferme de Gally au profit des Restos du Cœur le mardi 13 septembre 2022.

65 de nos collaborateurs ont participé à la cueillette et ont permis de récolter 963 kg de fruits et légumes !



L'équipe de collaborateur d'EPSON FRANCE lors de la journée solidarité des Restos du Cœur