La ricerca di Beko rivela la determinazione dell’ Europea per salvare il pianeta.

Istanbul, 24 giugno 2021: Beko, il marchio leader mondiale di elettrodomestici, ha condotto un'indagine a livello europeo\* sugli atteggiamenti e le preoccupazioni delle persone in merito alla sostenibilità e alla loro consapevolezza dei loro effetti individuali sull'ambiente, e ha scoperto una forte convinzione il potere dell'individuo di fare la differenza per il futuro del nostro pianeta.

Con la crescente consapevolezza dei nostri mari inquinati e della perdita della natura, sarebbe molto facile sentirsi impotenti, ma la stragrande maggioranza (UK 88%, IT 88%, ES 87%, DE 84%, FR 78%, PL 74%) dei sei paesi intervistati ha affermato di sentire che è loro responsabilità personale fare la differenza riducendo al minimo i rifiuti, l'uso di acqua ed energia nella loro vita quotidiana. Il numero di persone che pensano che dipenda da altri, come il governo o le imprese, o che pensano di non poter fare la differenza, è trascurabile.

Lo studio, che è stato annunciato durante la vetrina online di sette elettrodomestici ecologici di Beko, ha scoperto che il danno ambientale umano è percepito come la minaccia più critica per un pianeta sostenibile da tutti gli intervistati, seguito dal problema della plastica, quindi dalle malattie infettive - che possono Non avrei nemmeno fatto la lista se queste domande fossero state poste due anni fa. Seguono le condizioni meteorologiche estreme, seguite da disastri naturali, crisi delle risorse naturali, perdita di biodiversità, spreco alimentare e infine stress idrico.

Il riciclaggio risulta essere il modo più popolare con cui le persone praticano la sostenibilità a casa. È interessante notare che questa attività ottiene un punteggio significativamente più alto nel mercato del Regno Unito all'84% rispetto a tutti gli altri, con l'Italia che si avvicina di più al 78% e la Germania al 66%.

Alla domanda su cos'altro potrebbero fare per proteggere il pianeta, gli intervistati elencano in ordine di efficacia, acquistando prodotti sostenibili, combattendo lo spreco alimentare, riducendo i viaggi aerei e mangiando meno carne. Energia e cibo sono le prime due importanti categorie in cui l'utilizzo di prodotti ecocompatibili è più importante, con gli elettrodomestici in arrivo, prima dell'abbigliamento e dei viaggi.

Il principale ostacolo a una vita più sostenibile in casa risulta essere la percezione dei prezzi elevati dei prodotti sostenibili in tutti i paesi. I prezzi elevati sono menzionati meno in Germania rispetto ad altri paesi sia per i prodotti FMCG che non FMCG, mentre gli intervistati spagnoli hanno una sensibilità al prezzo significativamente più alta per i prodotti FMCG. Il prezzo è il fattore più importante quando si acquista un elettrodomestico, seguito dalla longevità e dal rispetto dell'ambiente, nonostante la maggior parte degli intervistati (IT 88%, ES 86%, FR 85%, PL 84%, UK 77%, DE 75 %) concordando sull'importanza di acquistare elettrodomestici sostenibili che abbiano un impatto positivo significativo sul nostro pianeta. Tuttavia, la mancanza di conoscenza, volontà o convinzione di essere in grado di fare la differenza sono ancora una volta, in modo rassicurante, molto in basso nell'elenco dei motivi alla base del non vivere in modo sostenibile a casa.

“La nostra ricerca ha mostrato che siamo assolutamente allineati con i nostri clienti sui nostri obiettivi di sostenibilità. È incoraggiante che le persone vogliano fare la cosa giusta per l'ambiente e credono che le loro azioni possano avere un impatto. Il prezzo stesso ha un impatto significativo sul comportamento di acquisto. In Beko, siamo appassionati di democratizzare la tecnologia, renderla accessibile e garantire che il maggior numero possibile di persone possa accedervi. Facendo della sostenibilità un modello di business e integrandola in tutto ciò che facciamo, ci sforziamo di ridurre il danno ambientale umano attraverso lo sviluppo di elettrodomestici ad alte prestazioni, durevoli, convenienti e anche ecologici. Lo scopo del marchio Beko è consentire alle generazioni future di vivere una vita più sana, il che è possibile solo vivendo in modo più sostenibile e lavorando per un pianeta più sano. Tutte le nostre azioni e ogni prodotto che utilizziamo ha un impatto sulla natura. Quindi, oltre a questo portafoglio di sette prodotti, siamo ansiosi di adattare le nostre tecnologie esistenti per rendere anche tutti i nostri elettrodomestici più rispettosi dell'ambiente. Per Beko, questo è solo l'inizio” ha detto Francesco Misurelli Country Manager Beko Italy “.

**Note per l'editore: \*Il sondaggio è stato condotto su 1.800 persone nel Regno Unito, Francia, Germania, Italia, Polonia e Spagna.**

Beko è il marchio internazionale di elettrodomestici di Arçelik. Offre linee di prodotti che comprendono grandi elettrodomestici, condizionatori e piccoli elettrodomestici. Beko è il marchio leader di elettrodomestici a libera installazione in Europa nel settore degli elettrodomestici e il marchio n.1 di grandi elettrodomestici nel Regno Unito. Il marchio è Main Partner dell'FC Barcelona, ​​naming partner della squadra di basket maschile del Fenerbahçe e fornitore ufficiale dell'European League of Legends Championship (LEC).

Da anni Beko si concentra su una vita sana, sensibilizzando e sviluppando prodotti che rendono possibile e conveniente una vita sana. Ora la missione del marchio è "una vita sana è possibile solo su un pianeta sano". Ogni azione che intraprendiamo per essere sani dipende anche dalla salute del pianeta. Beko si impegna a proteggere la nostra Madre Terra progettando e producendo prodotti ad alta efficienza energetica e investendo nell'efficienza delle risorse nella produzione. Beko incoraggia i suoi concorrenti a seguire l'esempio.

Informazioni sulla società madre di Beko, Arçelik:

Arçelik è orgogliosa di essere stata riconosciuta come Industry Leader nel Dow Jones Sustainability Index (DJSI) nella categoria Household Durables nel 2019 e nel 2020. Arçelik è stata inclusa nell'indice per il quarto anno consecutivo. La missione di Arçelik è "Rispettare il mondo, rispettato in tutto il mondo".

Per ulteriori informazioni o immagini, contattare: bekomsl@mslgroup.com