

Epson rilancia la campagna di sensibilizzazione sulla crescita delle zone verdi presenti nell'Artico

L'iniziativa mira a sensibilizzare l'opinione pubblica sullo scioglimento del permafrost ed è l'evoluzione della campagna vincitrice del Webby Award dello scorso anno, realizzata da National Geographic CreativeWorks.

Cinisello Balsamo, 14 ottobre 2022 – Per il secondo anno consecutivo, Epson continua a impegnarsi per aumentare la consapevolezza sul riscaldamento globale con una nuova campagna incentrata sul tema del cosiddetto "inverdimento dell'Artico" dove aumentano le aree verdi a discapito di quelle ghiacciate, e su come le aziende e i consumatori possano agire per ridurre il proprio impatto ambientale.



"L'inverdimento dell'Artico" è il tema della nuova campagna Epson in collaborazione con National Geographic CreativeWorks.

L'iniziativa si basa sulla campagna Epson dello scorso anno prodotta da National Geographic CreativeWorks e vincitrice del Webby Award come People's Voice Winner nella categoria dei contenuti dei social media dedicati alla sostenibilità, al clima e alle questioni ambientali. Nella campagna di quest'anno, l'esploratrice ed ecologista del National Geographic, la professoressa Isla Myers-Smith dell'Università di Edimburgo, illustra nella sua ricerca, come l'aumento delle temperature e il riscaldamento delle stagioni stiano dando origine a un fenomeno chiamato "inverdimento dell'Artico".

Isla Myers-Smith studia l'impatto del cambiamento climatico sulla tundra artica da quasi vent'anni e negli ultimi anni, insieme ai suoi colleghi, ha notato una netta tendenza: alberi e arbusti crescono più facilmente nell'Artico. Con l'aumento delle temperature, il permafrost si scongela, rilasciando il carbonio in esso contenuto, per lo più sotto forma di piante e animali

www.epson.it

morti parzialmente decomposti. Via via che il terreno si riscalda, le piante diventano più alte e fitte, catturano la neve che funge da coperta per isolare il terreno e accelerano ulteriormente il riscaldamento per rilasciare più anidride carbonica. Gli scienziati prevedono che il permafrost mondiale si scongelerà in modo sostanziale entro il 2100.

Nel gennaio 2022 uno studio pubblicato sulla rivista scientifica *Nature Reviews Earth & Environment* ha previsto che lo scongelamento del permafrost potrebbe rilasciare nell'atmosfera fino a 624 milioni di tonnellate di anidride carbonica all'anno.

La professoressa Myers-Smith e i suoi collaboratori hanno pubblicato uno studio separato su *Nature Reviews Earth & Environment*, secondo il quale il cambiamento della vegetazione della tundra, compreso l'aumento degli arbusti, potrebbe svolgere un ruolo importante nella velocità di disgelo del permafrost. E' quindi fondamentale che le persone comprendano le implicazioni dell'inverdimento dell'Artico e che i piccoli cambiamenti nella nostra vita quotidiana possano avere un effetto positivo sull'ambiente.

Isla Myers-Smith afferma: "Sono tante le scelte che possono fare la differenza: risparmiare energia a casa, andare al lavoro in bici, scegliere alimenti dei produttori locali. È importante che ognuno di noi sia consapevole di come le scelte di tutti influiscono sull'ambiente, nel nostro piccolo così come a livello globale."

Yasunori Ogawa, presidente di Epson, ha dichiarato: "Siamo lieti di collaborare per il secondo anno con National Geographic CreativeWorks al fine di sensibilizzare l'opinione pubblica sul tema dell'"inverdimento dell'Artico". La sostenibilità è al centro di tutto ciò che facciamo in Epson: non solo ci impegniamo a ridurre l'impronta sull'ambiente, ma aiutiamo anche i nostri clienti a farlo".

Per contribuire alla causa, Epson ha sviluppato una gamma di innovative stampanti con tecnologia di stampa a freddo caratterizzata da bassi consumi energetici e meno componenti da sostituire. Con questa campagna, Epson intende incoraggiare le aziende e le persone a fare scelte tecnologiche più consapevoli che consentano di ridurre le emissioni.

Secondo l'azienda giapponese, questo è solo uno dei tanti modi in cui tutti possono fare la differenza.

Per saperne di più, visita il portale sulla tecnologia a freddo di Epson:

<https://www.epson.it/heat-free-technology>

Tecnologia a freddo:

La tecnologia a freddo di Epson non richiede calore per l'espulsione dell'inchiostro: al suo posto viene applicata pressione a un elemento piezoelettrico, riducendo l'impatto ambientale e allo stesso tempo aumentando la produttività senza bisogno di compromessi.

Questa tecnologia offre quattro vantaggi:

- Costi e consumi energetici ridotti;
- meno componenti da sostituire, con conseguente minor impatto ambientale;
- stampa ad alta velocità e risparmio di tempo;
- meno interventi per una maggiore produttività.

Gruppo Epson

Epson è leader mondiale nel settore tecnologico e si impegna a cooperare per generare sostenibilità e per contribuire in modo positivo alle comunità facendo leva sulle proprie tecnologie efficienti, compatte e di precisione e sulle tecnologie digitali per mettere in contatto persone, cose e informazioni. L'azienda si concentra sullo sviluppo di soluzioni utili alla società attraverso innovazioni nella stampa a casa e in ufficio, nella stampa commerciale e industriale, nella produzione, nella grafica e nello stile di vita. Entro il 2050 Epson diventerà carbon-negative ed eliminerà l'uso di risorse naturali esauribili quali petrolio e metallo. Guidato da Seiko Epson Corporation con sede in Giappone, il Gruppo Epson genera un fatturato annuo di circa 1.000 miliardi di Yen (circa 7,5 miliardi di euro).
<http://global.epson.com>

Environmental Vision 2050

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

Per ulteriori informazioni:

Epson Italia

Silvia Carena – PR & Social Media Manager

tel. 02.66.03.21

silvia_carena@epson.it

Via Viganò De Vizzi, 93/95

Cinisello Balsamo (MI)

www.epson.it

Attitudo - Giuseppe Turri

Ufficio stampa Epson Italia

Corporate e Prodotti IT

tel. 0362.17.87.591 - 335.73.90.945

giuseppe.turri@attitudo.it

Corso Italia 54

Bovisio Masciago (MB)

www.attitudo.it