**Recepty młodych na brak wody**

**Warszawa, 12 października 2022 - Choć mają świadomość kryzysu wodnego, nie obawiają się, że zabraknie wody w kranach. Cenią rolnictwo zrównoważone, a rolnikom chętnie wręczyliby nasiona roślin odpornych na suszę.** **Oto oni: młodzi Polacy w raporcie „Barometr Bayer 2022”****[[1]](#footnote-2). Kreśli on obraz młodych ludzi świadomych problemów, ale też wiedzących jak korzystać z innowacji.**

„Barometr Bayer“ jest dorocznym badaniem stanu świadomości Polaków na ważne społecznie tematy - zrównoważony rozwój, stosunek do nauki oraz do nowoczesnych rozwiązań w rolnictwie i zdrowiu. W tym roku badanie skupia się na szeroko dyskutowanych w przestrzeni publicznej tematach, w tym kryzysie wodnym – świadomości młodych i podejmowanych działaniach by ograniczyć skutki. Honorowy patronat nad badaniem objął United Nations Global Compact Network Poland.

W tym roku ta barwnie namalowana diagnoza, która zawsze skłania do żywiołowych dyskusji, portretuje pokolenie gotowe już za moment przejąć stery świata. Jak go urządzą i w jakiej kondycji pozostaną dzisiejsi 20-latkowie?

**Ile młodzi Polacy wiedzą o problemie niedoboru wody?**

**Jeśli zabraknie wody, to raczej na świecie niż w Polsce** – twierdzą młodzi, a tylko **jedna trzecia** z nich jest przekonana, że to pilny problem. Pytani o to, kto jest odpowiedzialny za niedobory, bez wahania wskazują na siebie (64%), przemysł (42%), duże firmy (41%), polityków (39%). Jednocześnie to nie tylko zakłady produkcyjne, politycy i my wszyscy powinniśmy przeciwdziałać kryzysowi wodnemu, ale również krajowe i międzynarodowe fundacje oraz organizacje pozarządowe.

Jakie działania podejmują młodzi? Aby przeciwdziałać niedoborom, są gotowi zakręcać kurki przy myciu zębów i rezygnować z długiej kąpieli. **Blisko 80% badanych wyraźnie potępia pomysł umycia samochodu w czasie suszy.** Jednocześnie tylko co piąty młody człowiek jest przekonany, że jego sposoby na oszczędzanie wody przyczyniają się do poprawy jej dostępności. A z jakimi konsekwencjami niedoborów wody stykają się na co dzień? Najbardziej bolą podwyżki – wzrost cen żywności i ogrzewania, ale ankietowani wymieniają też usychanie roślin, obniżenie lustra wody w rzekach i jeziorach, a także pożary.

**Innowacje ważne dla rolników**

Zdaniem większości młodych Polaków to **rolnicy są szczególnie narażeni na niedobory wody** i powinni korzystać z nowych technologii upraw i systemów nawadniania (47% wskazań), stosować gatunki roślin odporne na susze (46%) i potrzebujące mniej wody (45%) oraz monitorować nawodnienie pól za pomocą technologii cyfrowych (36%).

Do rozwiązań, które rolnicy wykorzystują obecnie, należy - według badanych - zatrzymywanie i magazynowanie wody (42%) oraz stosowanie nowych odmian roślin, które potrzebują mniej wody (25%) i są odporne na susze (również 25%).

Za najoszczędniejszy w gospodarowaniu wodą typ rolnictwa dwudziestolatkowie uważają rolnictwo zrównoważone, przed ekologicznym i konwencjonalnym.

*- „Barometr Bayer“ rysuje obraz młodych jako pokolenia czującego odpowiedzialność za stan świata, a jednocześnie mającego świadomość, że kryzys wodny w szczególny sposób uderza w rolnictwo. Widzą jednak nadzieję w nauce i innowacyjności – i rozwiązaniach, które pozwalają radzić sobie ze zmianami klimatu –* mówi Antoine Bernet, szef działu Crop Science w Bayer dla Polski, Krajów Bałtyckich, Czech i Słowacji *– To, co młodzi postulują, my – z pomocą nauki – już wprowadzamy. To m.in. rośliny tolerujące niedobory wody czy rozwiązania cyfrowe do monitorowania pola.*

**O firmie Bayer**

Firma Bayer to międzynarodowe przedsiębiorstwo, którego działalność skupia się na obszarach nauk Life Sciences, jakimi są ochrona zdrowia i produkcja żywności. Jej produkty i usługi mają na celu przyniesienie korzyści ludziom i planecie poprzez wspieranie wysiłków zmierzających do przezwyciężenia głównych wyzwań związanych z rosnącą i starzejącą się populacją globalną. Bayer angażuje się w zrównoważony rozwój i wywieranie pozytywnego wpływu poprzez swoją działalność. Jednocześnie Grupa dąży do poprawy rentowności i tworzenia wartości poprzez innowacje i wzrost. Marka Bayer oznacza zaufanie, niezawodność i jakość na całym świecie. W roku podatkowym 2021 Grupa zatrudniała około 100 000 osób, a wartość jej sprzedaży wyniosła 44,1 mld euro. Wydatki na badania i rozwój - przed uwzględnieniem pozycji nadzwyczajnych - wyniosły 5,3 mld euro. Więcej informacji na stronie internetowej [www.bayer.com](http://www.bayer.com).

Kontakt:

**/// Aleksandra Mrowiec**, Communications Business Partner CS CEE, Bayer Sp. z o.o., tel. 883 373 998, e–mail: aleksandra.mrowiec@bayer.com

Biuro prasowe Bayer:

**Aleksandra Stasiak,** Omega Communication, tel. 602 115 401, e-mail astasiak@communication.pl

**Oświadczenia dotyczące przyszłości**

Niniejszy komunikat prasowy może zawierać oświadczenia dotyczące przyszłości oparte na bieżących założeniach i prognozach kierownictwa firmy Bayer. Istnieje wiele znanych oraz nieznanych rodzajów ryzyka, niewiadomych oraz innych czynników, które mogą prowadzić do znaczących różnic pomiędzy rzeczywiście osiągniętymi w przyszłości wynikami, sytuacją finansową firmy oraz tempem jej rozwoju a przedstawionymi w niniejszym dokumencie szacunkami. Czynniki te obejmują elementy omówione w publicznie dostępnych sprawozdaniach firmy Bayer, które są dostępne na stronie internetowej spółki pod adresem [www.bayer.com](http://www.bayer.com). Spółka nie ponosi żadnej odpowiedzialności za aktualizacje tych stwierdzeń dotyczących przyszłości ani za dostosowanie ich do przyszłych sytuacji lub zdarzeń.

1. *Badanie „Barometr Bayer” przeprowadził instytut Kantar na reprezentatywnej próbie Polaków w wieku 20-30 lat; N=1026, sierpień / wrzesień 2022* [↑](#footnote-ref-2)