

למה ישראל שוב מתייבשת?

בימים האחרונים בטח נתקלתם בסלוגן מוכר מהעבר - "ישראל מתייבשת". המסר הפשוט, שפרץ לתודעה לפני כעשור, קיבל מתיחת פנים וחזר למסכים שלנו במסגרת קמפיין חדש שהשיקה רשות המים בשבוע שעבר. הקמפיין מדגיש את הצורך בשינוי הרגלי צריכת המים הביתית, ומזהיר כי לאור שינוי האקלים, לא נוכל להישען על ההתפלה לבדה. ארבע השנים האחרונות בישראל הוגדרו כשנות בצורת, והשנה הנוכחית הוגדרה בחלק מהאזורים כשנה מתחת לממוצע. השירות המטאורולוגי מצא כי החורף האחרון היה יבש מהרגיל, ואפילו חודש ינואר, שהיה גשום במיוחד, לא הספיק על מנת לסגור את הגירעון במשקעים שנפער לאורך השנה בצפון הארץ ובמרכזה. אולם חרף ההיצע ההולך ומצטמצם, הביקוש למים של הצרכן הביתי נמצא במגמת עלייה: משנת 2011 ועד 2016 הצריכה לנפש גדלה ביותר מעשרה אחוזים, ובשנתיים האחרונות המגמה הוקצנה אף יותר. איך נוצר הפער הזה, והאם הקמפיין החדש הוא בבחינת מעט מדי ומאוחר מדי?

"החיסכון חייב להגיע מהמגזר הביתי"

באופן חריג, מבהירים ברשות המים כי המשבר הנוכחי הוא על רקע משבר האקלים העולמי, ולכן דורש שינוי בהרגלי הצריכה לטווח הארוך ("מצמצמים צריכה, עכשיו ולתמיד!"), קורא האתר הרשמי של הקמפיין. (כדור הארץ אכן הולך ומתחמם כתוצאה מפליטות של גזי חממה בידי האדם, ויש הסכמה בקרב הקהילה המדעית שהמזרח התיכון הולך לסבול מהשלכות חמורות במיוחד, שכוללות עלייה בתדירות ובעוצמה של גלי חום, החרפה של תקופות הבצורת וצמצום בכמות המשקעים הכוללת. בעיות מסוג זה ילוו אותנו במשך שנים רבות, והן אף צפויות להתגבר במהלך המאה ה-21. בשנים האחרונות, מדינת ישראל שיפרה באופן משמעותי את יכולתה לספק את הביקוש ההולך וגובר למים. כיום פועלים בישראל חמישה מפעלי התפלה גדולים לאורך חופי הים התיכון ומתקני התפלה קטנים יותר, שמספקים כ-660 מל"ש (מיליון מ"ק לשנה) של מי שתייה מדי שנה, כ-50 אחוז מכלל התצרוכת וכ-80 אחוז מכמות המים שמסופקת לצרכנים במגזר הפרטי והתעשייתי. בנוסף להתפלה, ישראל נחשבת למעצמה גם בהשבת מי קולחין - טיהור שפכים וניצולם, בעיקר לטובת החקלאות. ישראל ממחזרת כך כ-75 אחוז מהשפכים שלה, באופן שמספק עוד כ-350 מיליון מ"ק מדי שנה. עם זאת, גורמים ממשלתיים ומומחים מזהירים שזו לא יכולה להיות חזות הכול. לצד העלות הכלכלית והאנרגטית הגבוהה של התפלה, היא גם לא מהווה פתרון מספק לדרישה החקלאית למים או לפגיעה בזכות הטבע למים כפי שמתרחש בכנרת, בנחלים ובמעיינות כתוצאה משנות בצורת מרובות ורצופות. ד"ר דוד כץ מאוניברסיטת חיפה, מומחה לכלכלת מים ולמשאבי מים, מסביר כי ישראל היא מקרה בוחן ייחודי בעולם המפותח. הודות להתפלה ולהשבת הקולחין שמושמים ברמה הלאומית, נוצר מצב שבו הצרכן העיקרי של מים שפירים ממקורות טבעיים הוא המגזר הביתי, שלפי נתוני רשות המים צורך כמות גדולה כמעט פי 2 מזו המשמשת לחקלאות. "זה מצב שונה מרוב המדינות בעולם, שבהן 70-80 אחוז מהצריכה מגיעה מהחקלאות, ואז כשצריך לחסוך אפשר

לקצץ שם", אומר כץ. "אצלנו, כבר קיצצנו הרבה. החקלאות על הקרשים וקשה מאוד לקצץ עוד. בטווח הקצר-בינוני, החיסכון חייב להגיע מהמגזר הביתי".

"תחושת ביטחון כוזבת"

על מנת לעודד את הצרכן הביתי לחסוך, מסביר כץ, יש לפנות אליו דרך הכיס ודרך המסך. את העלייה בצריכת המים לנפש מאז שנת 2011 הוא מנמק בשתי סיבות עיקריות - עצירה של הקמפיינים הקוראים לחיסכון וירידה במחירי המים. "קמפיינים מחזיקים מעמד תקופה מסוימת, ולאחר מכן ההשפעה דועכת. צריך להזכיר ולהדגיש כל הזמן שעדיין יש משבר, ובישראל עשו בדיוק את ההיפך", הוא טוען. ב-2010, למשל, עלתה לאוויר [פרסומת שנויה במחלוקת של רשות המים](#), שבה נקבע כי "משבר המים של ישראל יסתיים בעוד שלוש שנים", אם רק נמשיך לחסוך. לכך ניתן להוסיף את הוזלת תעריפי המים בשנים האחרונות. "אנחנו משלמים מעט על מים יחסית למדינות ה-OECD הראשון הדבר". כץ טוען, "בעיניי אסטרטגית טעות היתה המחירים והורדת OECD שלומדים בכלכלה הוא שהמחיר משקף כמה המוצר מבוקש וכמה הוא במחסור. בישראל יש נטייה להגיד שזה משקף רק את עלות האספקה. זה מסמן שיש לנו מים בשפע ולא נותן תמריץ לחסוך". מסרים כאלה, כמו גם חדירת הישגי ההתפלה לתודעה הציבורית, יצרו תחושת ביטחון כוזבת אצל הצרכן. כץ מזכיר כי בתקופה זו מקורות המים העיליים שלנו (הכנרת והנחלים) הגיעו לשפל חסר תקדים ושמאגרי מי התהום מצויים בגירעון שייקח לפחות עשור לשקם. "זה שיש לנו מים בברז, לא אומר שפתרנו את



"זה שיש לנו מים בברז, לא אומר שפתרנו את המחסור במדינה". צילום: Tosta Luis, Unsplash

מסרים מתונים ועקביים

היעילות של קמפיינים לחיסכון במים בישראל מודגמת היטב [במחקר חדש](#) שנערך על ידי כלכלנים ומומחי שיווק מישראל ומארה"ב, ובהם כץ. במסגרת המחקר, מסרים המעודדים חיסכון נשלחו בדואר אל מאות בתי אב בפתח תקווה לאורך ארבעה שבועות. 500 בתי אב קיבלו מסרים תקיפים ("חייבים לחסוך במים") ול-500 נוספים נשלחו מסרים מעודנים יותר ("כדאי לחסוך במים"). הקבוצה השלישית, שכללה אף היא 500 בתי אב, הוגדרה כביקורת וחבריה לא קיבלו את המסרים של ה"קמפיין". אותם צרכנים שקיבלו את מסרי החיסכון אכן השתמשו בפחות מים - בממוצע, כ-6.9 אחוזים פחות לאורך חמישה שבועות בהשוואה לקבוצת הבקרה. אם נניח שכל בתי האב בישראל היו מקבלים את המסרים של החוקרים, לאורך התקופה הזו היו נחסכים למעלה מ-2 מיליון מ"ק, שהם חצי אחוז מכלל הצריכה הביתית השנתית. כמות זו נשמעת קטנה יחסית, אך יש לזכור שהיא הושגה על ידי גלויות פרסומיות פשוטות, כך שקמפיין לאומי מחוכם ונרחב ודאי יהיה יעיל עוד יותר. עם זאת, דפוסי הצריכה בחודשים שאחרי הניסוי מראים שאכן יש לנו זיכרון קצר-טווח. שבועות ספורים לאחר קבלת המסרים, צריכת המים חזרה לקדמותה ולא נרשם עוד הבדל בין הקבוצות השונות. מסקנה נוספת מפתיעה העולה מהמחקר נוגעת לנוסח המסרים. הקבוצה שקיבלה מסרים מתונים חסכה יותר (הן בכמות והן במשך הזמן) בהשוואה לאלו שנחשפו לשפה יותר תקיפה (בממוצע, 7.6 אחוזים נוסף). החוקרים משערים כי בקשה מעודנת לחיסכון במים מתקבלת באופן יותר חיובי אצל הצרכן, בעיקר משום שדרישה לצמצם שימוש במוצר בסיסי כל כך עלולה להיתפס כפגיעה בחירותו של הפרט. התוצאות הללו

אינן ייחודיות לישראל והן מחזקות מסקנות דומות ממחקרים קודמים. אך בכל זאת יש סיבה להתגאות בצרכן הישראלי. לפי כץ, "יש לנו יתרון בכך שאנשים מודעים למצב המים, והם נחשבים לנכס לאומי. מפלס הכנרת או 'הקו האדום' הם מושגים מוכרים אצלנו. בהרבה מקומות אחרים זה לא המצב. למשל, במשבר המים בדרום אפריקה, כשאומרים לציבור שהמאגרים מלאים רק עד לרמה של 13 אחוז, זה לא אומר כלום לאף אחד". עוד הוסיף כץ שבבדיקות שביצע לאחרונה נמצא שבשיא משבר המים הקודם, בין 2007 ל-2011, כלל שכבות האוכלוסייה בישראל התגייסו לחיסכון באופן דומה, ללא הבדלים בין יישובים מאשכולות סוציו-אקונומיים שונים. נראה שהפעם רשות המים שואפת לייצר שינוי הרגלים ארוך טווח אצל הצרכן הישראלי בעזרת הנחיות פשוטות לחיסכון, שכוללות, בין היתר, את קיצור זמן המקלחת, הדחה של חצי מיכל בשירותים וייעול ההשקיה של גינות פרטיות. ניסיון העבר ומחקרים עדכניים מלמדים שעל מנת שעל מנת להבטיח את הצלחת התהליך ולמנוע שאננות, הקמפיין חייב ללוות אותנו בעקביות לאורך זמן ולהזכיר לכולנו שהמאבק על המים ימשך עוד שנים רבות.