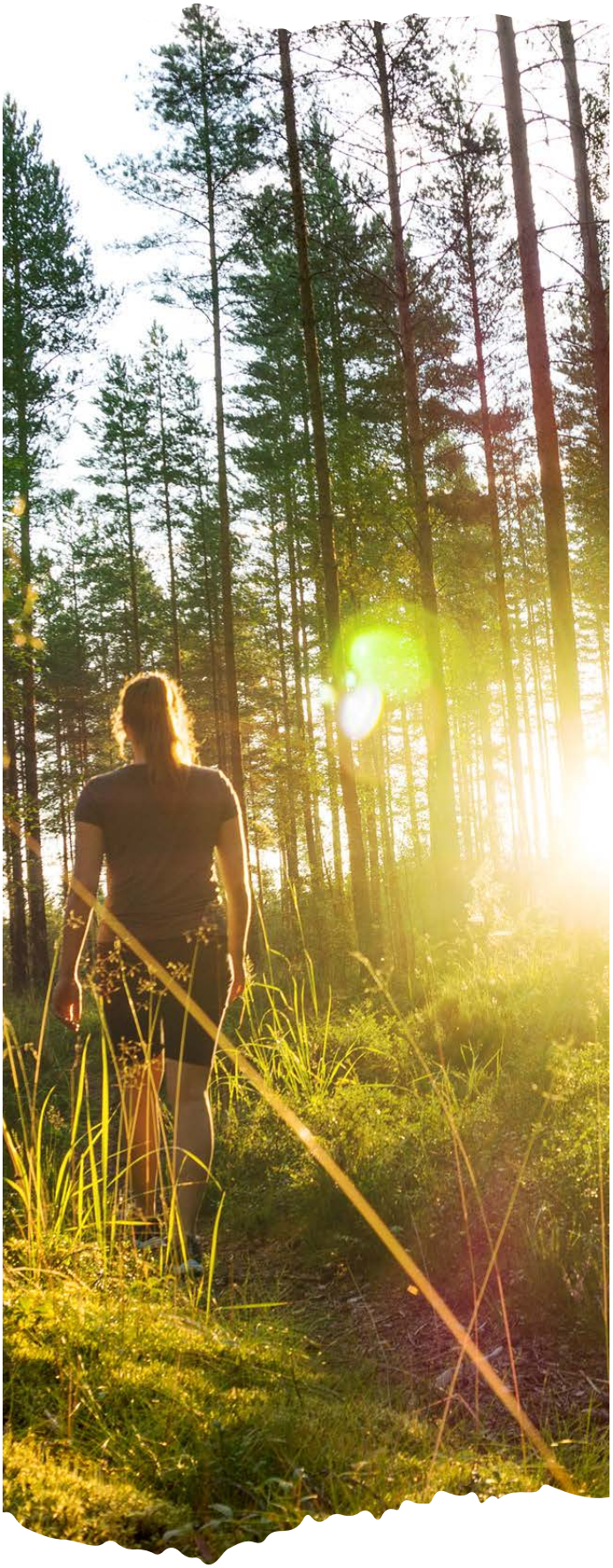
La nouvelle enquête de Two Sides révèle les défis et les opportunités du papier et de l'imprimé



À propos de cette enquête

L'enquête « Trend Tracker » de Two Sides explore la perception des consommateurs à l'égard de l'imprimé, du papier, des emballages en papier/carton et des produits d'hygiène.

En janvier 2023, 10 250 personnes ont été interrogées en ligne par l'institut Toluna à la demande de Two Sides.

Cette enquête est réalisée tous les deux ans. Elle nous aide à comprendre l'évolution des préférences, des perceptions et des comportements des consommateurs, et plus particulièrement de leurs :

- Perceptions environnementales
- Habitudes de lecture
- Préférences en matière d'emballage
- Attitudes à l'égard des produits d'hygiène à usage unique

L'échantillon était composé de répondants de différentes nationalités, de manière à également être représentative par pays. L'enquête a ainsi été menée en Autriche (500 répondants), en Belgique (600), au Danemark (500), en Finlande (350), en France (1 000), en Allemagne (1 000), en Italie (1 000), en Norvège (350), en Suède (500) et au Royaume-Uni (1 000). Elle a également été menée en Argentine (400 répondants), au Brésil (1 000), au Chili (350), en Afrique du Sud (500), et aux États-Unis (1 000).

Ce document présente les résultats clés pour l'Europe. Une synthèse et les résultats détaillés, ventilés par pays, âge et sexe, sont disponibles gratuitement pour les membres de Two Sides, ou au prix de 849 euros pour les organisations non-membres.

Pour faire part de votre intérêt à recevoir le rapport complet, rendez-vous sur :
www.twosides.info/trend-tracker-2023

Pour en savoir plus sur la campagne Two Sides et sur la manière dont vous pouvez la soutenir, consultez le site :
www.fr.twosides.info

Les produits papetiers, une relation durable avec l'environnement

TWO SIDES
fr.twosides.info

Le papier et l'imprimé sont soumis à des idées reçues, dues à une méconnaissance de leur véritable performance environnementale. Pendant de nombreuses années, les fournisseurs de services les ont renforcées en incitant leurs clients à basculer aux communications numériques au nom d'une bien mal nommée « dématérialisation » qui serait écologiquement vertueuse. Il est aujourd'hui plus important que jamais de dissiper ces idées reçues et de rétablir les faits.

Principales conclusions :

Perception environnementale

- Seules 15 % des personnes interrogées pensent que la surface des forêts européennes augmente
- Seules 18 % des personnes interrogées savent que le taux de recyclage du papier dépasse 60 % en Europe

Habitudes de lecture

- 65 % des personnes interrogées préfèrent lire des livres imprimés
- 58 % ne prêtent pas attention aux publicités en ligne
- 52 % pensent que les enfants apprennent davantage en lisant des documents imprimés qu'en utilisant des outils numériques

Préférences en matière d'emballage

- 55 % des personnes interrogées préfèrent les emballages en papier/carton parce qu'ils sont perçus comme plus respectueux de l'environnement
- 39 % des personnes interrogées pensent que les pouvoirs publics et les collectivités locales ont la plus grande responsabilité dans la réduction de l'utilisation d'emballages non recyclables

Produits d'hygiène à usage unique

- 62 % des personnes interrogées souhaitent que l'industrie des produits d'hygiène investisse davantage dans une production durable
- 41 % des personnes interrogées s'inquiètent de l'impact environnemental des produits d'hygiène à usage unique

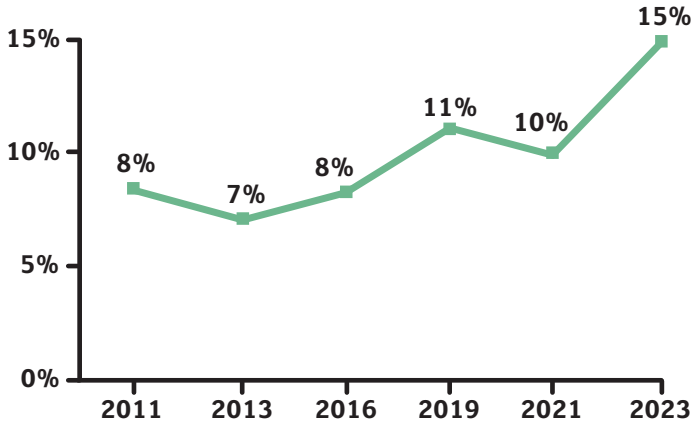


Perception environnementale

L'étude 2023 met en avant que la part des personnes sachant que la surface des forêts européennes augmente a progressé pour atteindre 15 % en 2023, contre 10 % en 2021.

FAIT : Entre 2005 et 2020, la surface des forêts européennes a augmenté de 58 390 km^2. C'est une superficie supérieure à celle de la Suisse ! *- Données de la FAO, 2005 - 2020.*

Pourcentage des personnes interrogées de l'UE qui pensent que la surface des forêts européennes augmente



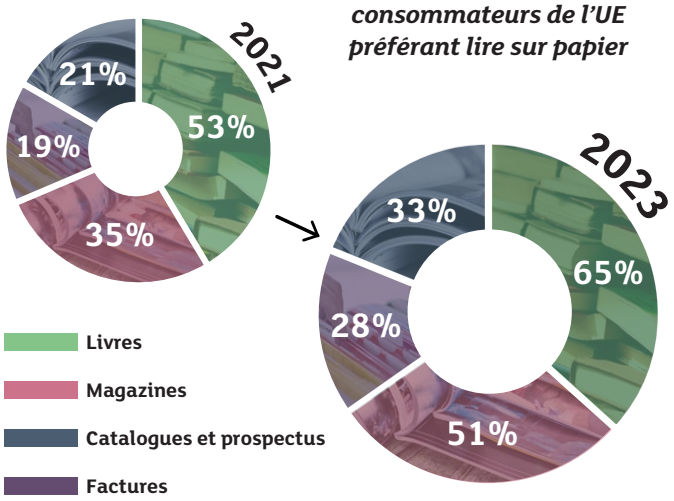
L'enquête a révélé que seuls 18 % des personnes savent que le taux de recyclage du papier et des emballages en papier/carton est supérieur à 60 %. Ce chiffre a légèrement progressé par rapport à 2021, où il était de 16 %.

FAIT : Le taux de recyclage du papier en Europe est de 71 %, ce qui en fait l'un des matériaux les plus recyclés au monde ! - *CEPI, 2021.*

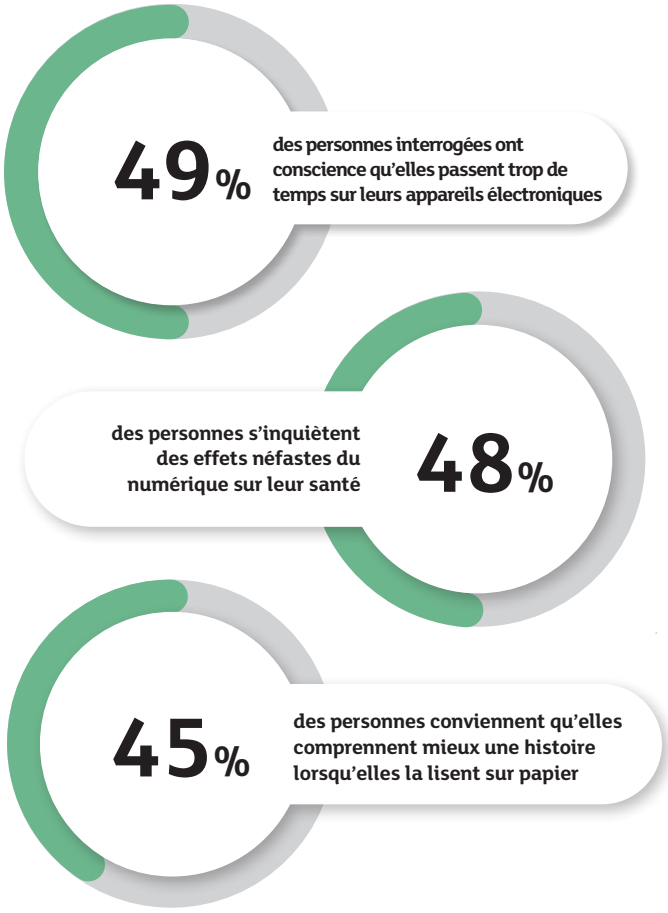
Habitudes en matière de lecture

La préférence des consommateurs européens pour le papier et l'imprimé a considérablement rebondi après la pandémie.

Pourcentage de consommateurs de l'UE préférant lire sur papier



Internet s'est indéniablement imposé dans notre quotidien pour nous informer. Mais la dépendance croissante à l'égard de la communication numérique pose de nombreuses questions. L'enquête révèle que les consommateurs ont des inquiétudes croissantes au sujet de la communication numérique en matière de mode de vie et de santé.

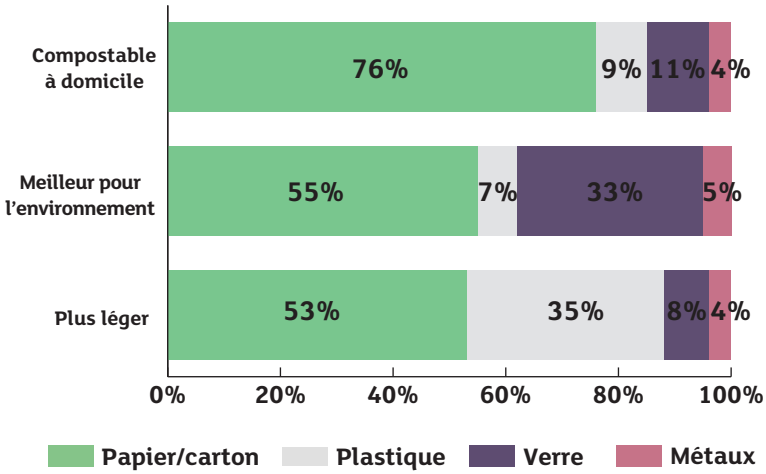


Préférences en matière d'emballage

Les achats en ligne sont en croissance constante, avec pour conséquence une prise de conscience accrue des consommateurs des impacts environnementaux de l'emballage.

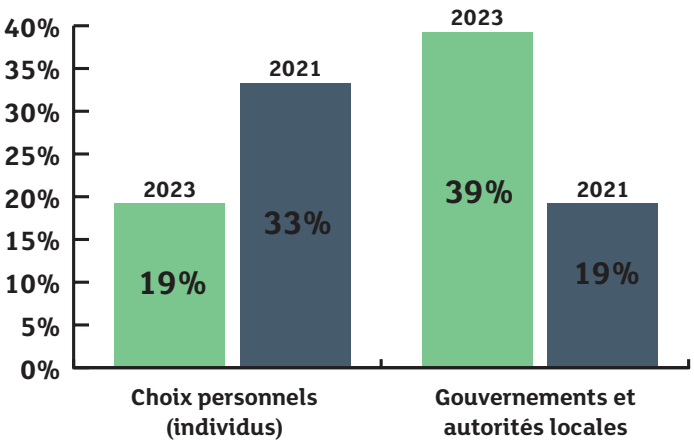
Dans la continuité des précédentes études menées par Two Sides, l'emballage en papier/carton est le matériau d'emballage que les personnes interrogées disent préférer pour 10 des 15 attributs testés, 55 % des consommateurs le percevant comme meilleur pour l'environnement et 76 % pour sa compostabilité à domicile.

Pourcentage de personnes interrogées estimant que le matériau d'emballage correspond le mieux à chacun des attributs suivants



Lorsqu'il a été demandé aux consommateurs de classer quel acteur a, selon eux, la plus grande responsabilité dans la réduction de l'utilisation d'emballages non recyclables à usage unique, 39 % citent désormais les gouvernements et les autorités locales. Il s'agit d'un changement important par rapport à l'étude menée en 2021, où les consommateurs avaient classé l'individu (par ses choix personnels) en premier avec 33 %.

À qui incombe la responsabilité de réduire notre utilisation d'emballages à usage unique ?

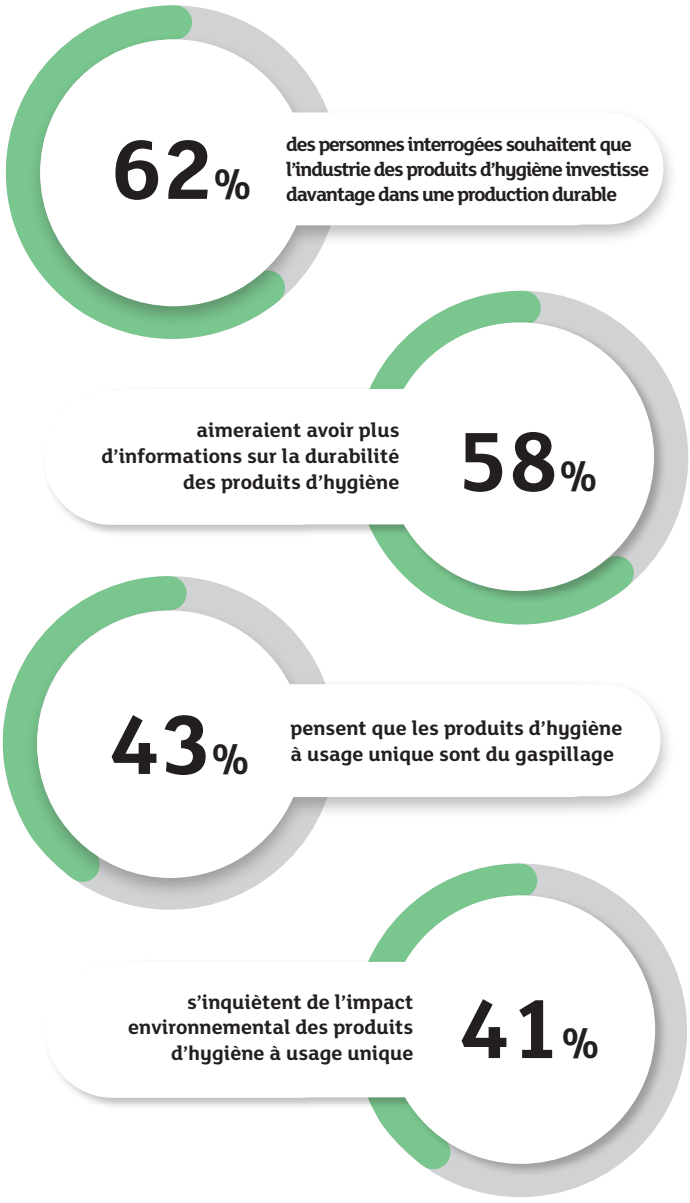


Vous souhaitez recevoir le rapport complet ? Rendez-vous sur : **www.twosides.info/trend-tracker-2023**

Produits d'hygiène à usage unique

Les produits d'hygiène sont essentiels à notre vie quotidienne. Leurs avantages sanitaires et de santé sont parfois considérés comme allant de soi. Pourtant, les idées reçues concernant l'impact de ces produits sur les forêts et l'environnement sont courantes.

L'enquête a mis en avant une préférence pour les produits d'hygiène fabriqués à base de recyclé : 63 % des personnes interrogées ont fait part de cette préférence, et 44 % disent spécifiquement vouloir acheter des produits d'hygiène recyclés.



Conclusions

Cette édition de notre étude met en avant une meilleure connaissance de la performance environnementale de l'industrie papetière et de ses produits par les personnes interrogées. Pour autant, il reste encore beaucoup à faire pour corriger des idées reçues anciennes et installées depuis longtemps.

"La croyance persistante selon laquelle la taille des forêts européennes diminue et la sous-estimation significative du taux de recyclage de l'industrie sont des signaux inquiétants.

Fournir aux consommateurs des informations et des faits simples sur la performance environnementale de nos produits doit être considéré comme une priorité pour une industrie qui investit tant dans la création de produits attrayants, fonctionnels et durables."

Jonathan Tame: Directeur général, Two Sides Europe

À propos de Two Sides

Two Sides est une initiative mondiale sans but lucratif qui informe sur la performance environnementale du papier et de l'imprimé. Les membres de Two Sides couvrent l'ensemble de sa chaîne de valeur : foresterie, pâte à papier, papier, encres, finition, édition, impression, enveloppes et opérateurs postaux. L'adhésion à Two Sides démontre l'engagement de ses adhérents pour l'environnement et leur volonté constante d'améliorer leurs pratiques.

Chaque année, plus de 230 000 personnes visitent les sites web de Two Sides et des bulletins d'information électroniques sont distribués à plus de 1,5 million de personnes.

Pour en savoir plus sur la campagne Two Sides et sur la manière dont vous pouvez la soutenir, consultez le site : **www.fr.twosides.info**

+33 (0) 1 53 89 24 66
france@twosides.info

fr.twosides.info
@TwoSides_FR

Pour faire part de votre intérêt à recevoir le rapport complet, visitez : **www.twosides.info/trend-tracker-2023**