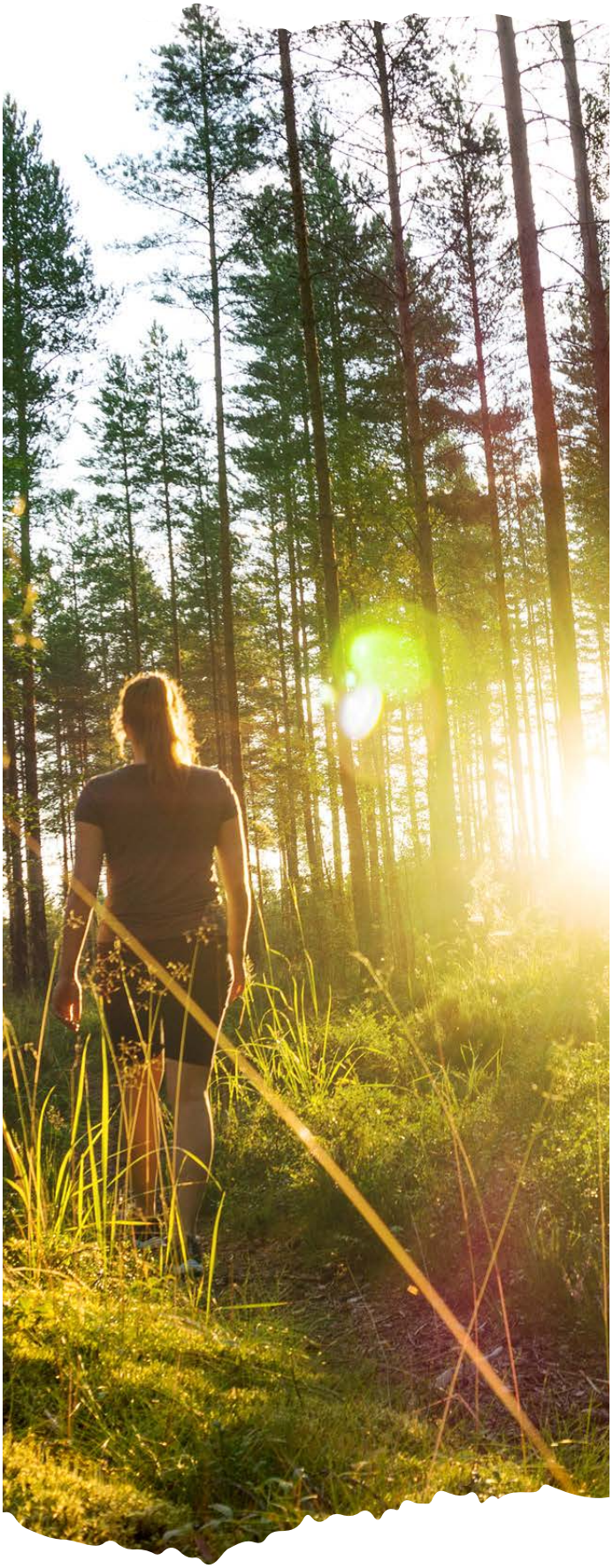
Two Sides senaste Trend Tracker-undersökning visar på både utmaningar och möjligheter för tryck- och pappersindustrin



Om undersökningen

Two Sides studie Trend Tracker undersöker konsumenternas inställning till tryck, papper, pappersbaserade förpackningar och mjukpappersprodukter.

I januari 2023 genomfördes en global studie med 10.250 konsumenter av det internationella undersökningsföretaget Toluna på uppdrag av Two Sides.

Studien, som genomförs vartannat år, ska undersöka och förstå konsumenternas föränderliga preferenser, upplevelser och inställningar till tryck, papper och pappersbaserade förpackningar, och speciellt konsumenternas

- miljöattityder
- läsvanor
- förpackningspreferenser
- inställning till mjukpappersprodukter

Nationella enkäter genomfördes i Argentina (400), Brasilien (1 000), Chile (350), Paraguay (200), Sydafrika (500), USA (1 000) samt i Europa Österrike (500), Belgien (600), Danmark (500), Finland (350), Frankrike (1 000), Tyskland (1 000), Italien (1 000), Norge (350), Sverige (500) och Storbritannien (1 000).

I detta dokument presenteras några viktiga slutsatser för Europa.

TWO SIDES

nordics.twosides.info

Tryck- och pappersindustrin omges av myter, som i många fall grundas på historiska missuppfattningar om papperets påverkan på skogarna. I många år har tjänsteleverantörer förstärkt dessa miljömyter i sina ansträngningar att förflytta konsumenterna till digital kommunikation. Behovet av att bekämpa dessa myter och öka medvetandet om papperets hållbarhet är idag viktigare än någonsin.

De viktigaste slutsatserna:

Miljöattityder

- Endast 15 % av konsumenterna tror att europeiska skogar växer
- Endast 18 % av konsumenterna tror att andelen papper som återvinns är högre än 60 % i Europa

Medievanor

- 65 % av konsumenterna föredrar att läsa tryckta böcker
- 58 % av konsumenterna uppmärksammar inte onlineannonser
- 52 % av konsumenterna anser att barnen lär sig mer när de läser tryckt material jämfört med digitalt

Förpackningspreferenser

- 55 % av konsumenterna föredrar pappersförpackningar för att de är bättre för miljön
- 39 % av konsumenterna anser att regeringen och de lokala myndigheterna har huvudansvaret för att se till att vi minskar vår användning av förpackningar som inte går att återvinna

Mjukpappersprodukter

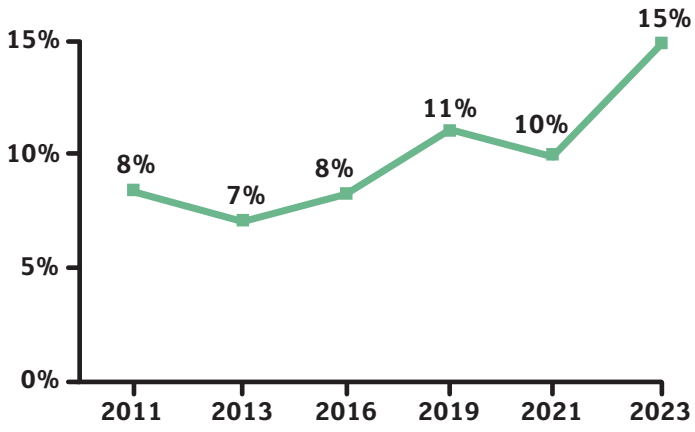
- 62 % av konsumenterna vill se att mjukpappersindustrin investerar mer i hållbar tillverkning
- 41 % av konsumenterna oroar sig för mjukpappersprodukternas miljöpåverkan

Miljöattityder

2023 års studie visar att antalet konsumenter som är medvetna om att skogarna i Europa växer i storlek har ökat från 10 till 15 % mellan 2021 och 2023.

FAKTA: Mellan 2005 och 2020 ökade europeiska skogar med 58.400 km^2. Det är en större yta än hela Schweiz! - *FAO Data, 2005 - 2020.*

Andelen konsumenter i Europa som tror att europeiska skogar växer



Studien visade att endast 18 % av de europeiska konsumenterna känner till att återvinningsgraden för papper och pappersbaserade förpackningar är högre än 60 %. Det är en liten förbättring från 2021, då det var 16 %.

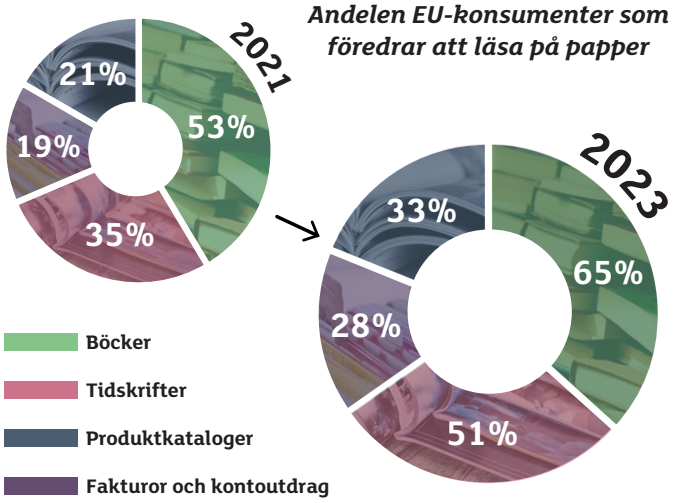
FAKTA: Återvinningsgraden för papper i Europa är 71 % , vilket gör det till ett av de mest återvunna materialen i världen! - *CEPI, 2021.*



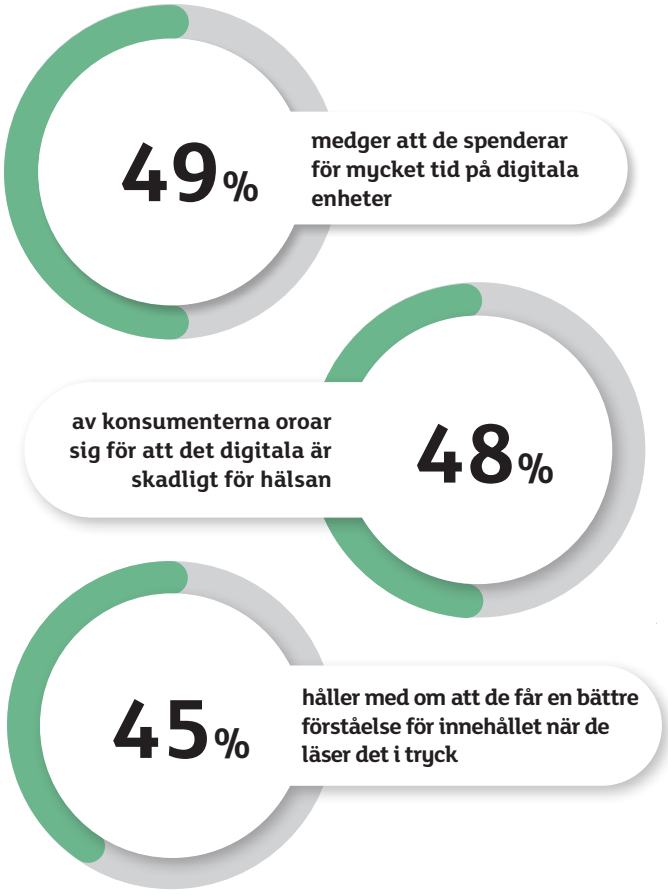
Medievanor

Efter covid-19-pandemin har det skett en betydande återgång till tryckt material hos konsumenterna.

Andelen EU-konsumenter som föredrar att läsa på papper



Det går inte att förneka att Internet förändrar sättet som många tar emot nyheter och information på, men att vi blir mer beroende av digital kommunikation har sina egna utmaningar. Undersökningen visar att konsumenternas oro över den digitala kommunikationens inverkan på livsstil och hälsa ökar.

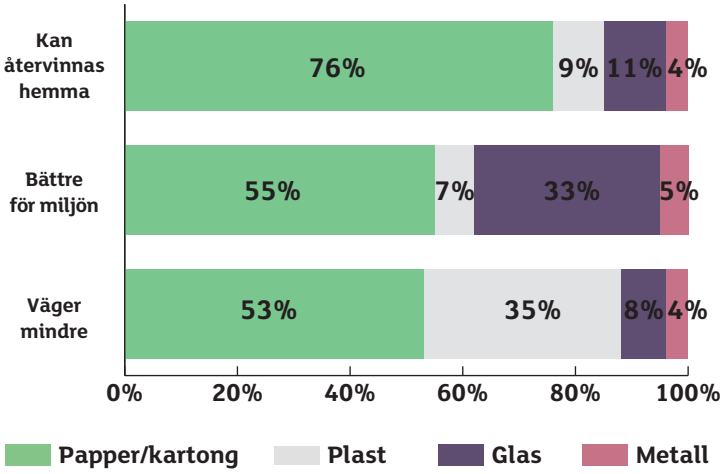


Förpackningspreferenser

I takt med att antalet konsumenter som köper varor på nätet fortsätter att öka, växer medvetandet om valet av förpackning och förpackningsmaterialets miljöpåverkan.

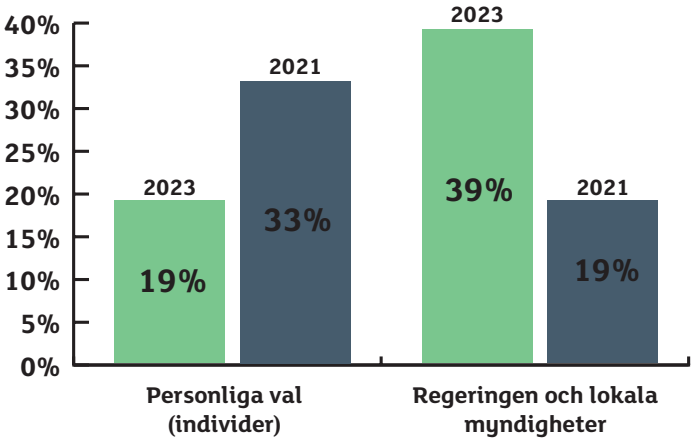
Pappersbaserade förpackningar är förstahandsvalet för 10 av 15 tillfrågade, där 55 % av konsumenterna väljer det för att det är bättre för miljön och 76 % för att det kan återvinnas hemma.

Andelen EU-konsumenter som anser att förpackningsmaterialet bäst överensstämmer med följande egenskaper



När konsumenterna ombads gradera vem de anser har det största ansvaret för att minska användningen av ej återvinningsbara engångsförpackningar, svarade 39 % att de anser att regeringen och de lokala myndigheterna bär det största ansvaret. Det är en stor förändring från 2021, då 33 % av konsumenterna ansåg att individen (dina personliga val) var mest ansvarig.

Vems ansvar är det att minska vår användningav engångsförpackningar?



To register your interest in receiving the full report, visit: **www.twosides.info/trend-tracker-2023**

Mjukpappersprodukter

Mjukpappersprodukter är en viktig del av vårt vardagsliv. De är en resurs som alla sätter värde på och ibland tar för givet att de är bra för hygienen och hälsan. Men det finns flera myter om mjukpapperets påverkan på skog och miljö.

Studien visade på en fördel för mjukpappersprodukter tillverkade av returpapper. 63 % av konsumenterna ansåg att det var bättre att tillverka mjukpappersprodukter från återvunna fibrer, och 44 % letade aktivt efter återvunna mjukpappersprodukter.



Slutsatser

Även om det är positivt att det har skett vissa förbättringar av konsumenternas uppfattningar, visar undersökningen att det återstår mycket arbete med att informera konsumenterna om pappersindustrins och dess produkters hållbarhet.

Vi måste fortsätta att investera i arbetet med att berätta för konsumenterna om pappersindustrins ledande roll i en hållbar cirkulär ekonomi, och i synnerhet om vårt arbete att bevara de europeiska skogarna produktiva och vid god hälsa.

"Att man fortfarande tror att de europeiska skogarna minskar i storlek, och att man i så hög grad underskattar återvinningsgraden inom branschen är en väckarklocka.

Det måste vara en prioritet för en industri som har investerat så mycket i att skapa attraktiva, funktionella och hållbara produkter att förse konsumenterna med information och enkla fakta om vår hållbarhet."

Jonathan Tame: VD, Two Sides Europe

Om Two Sides

Two Sides är en global, icke vinstdriven medlemsorganisation som främjar tryck, papper och pappersbaserade förpackningar för deras unika hållbarhet och egenskaper.

Two Sides webbsidor har mer än 230.000 besökare varje år, och det elektroniska nyhetsbrevet distribueras till över 1,5 miljoner mottagare.

Kampanjen Love Paper når fler än 240 miljoner människor varje år genom sin europeiska annonsering till ett uppskattat värde av 3,5 miljoner euro. En ökande närvaro på sociala medier når 19 miljoner europeiska konsumenter varje år.

Kontakta oss för att läsa mer om denna rapport och ta reda på vilka övriga verktyg och resurser Two Sides producerar.

+44 (0)1327 262920
nordics@twosides.info

nordics.twosides.info
@TwoSidesUK