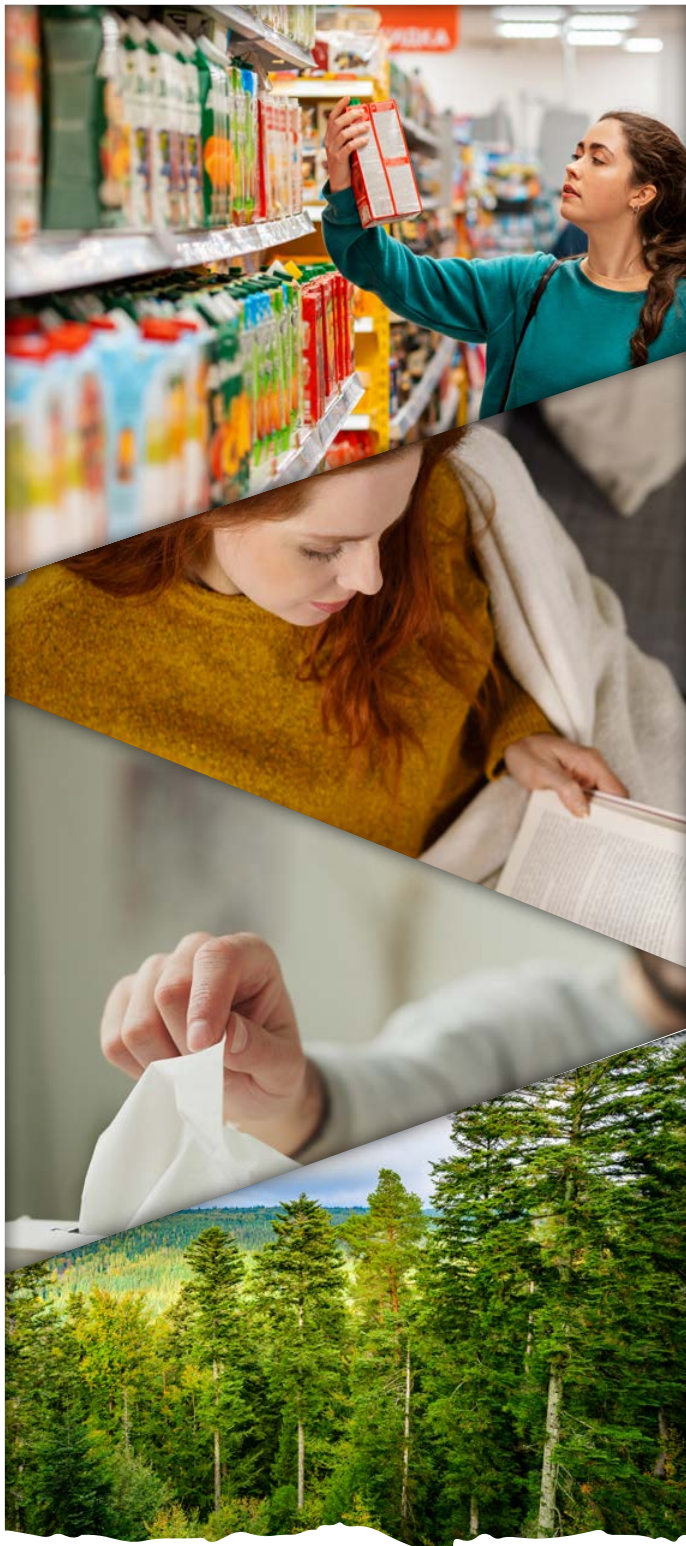


Průzkum spotřebitel Trend Tracker 2025

Výzvy a příležitosti pro polygrafický a papírenský průmysl



O průzkumu

Two Sides Trend Tracker 2025 je komplexní globální průzkum zkoumající postoje spotřebitelů k výrobkům produkováným na bázi papíru.

Studie, kterou si objednala společnost Two Sides a provedla nezávislá výzkumná společnost Toluna, byla realizována dotazováním online v lednu 2025. Výzkum 2025 zahrnuje reprezentativní poznatky od 12 400 spotřebitelů ze zemí Evropy (Rakousko, Belgie, Dánsko, Finsko, Francie, Německo, Itálie, Norsko, Švédsko a Spojené království), jakož i z Argentiny, Austrálie, Brazílie, Kanady, Nového Zélandu, Jižní Afriky a Spojených států.

Zaměření průzkumu 2025:

- Vnímání papíru, tisku a produktů na bázi vláken z hlediska životního prostředí
- Preference tištěné nebo digitální komunikace
- Postoje k obalům a udržitelným alternativám
- Názory spotřebitelů na používání a výrobu hygienických produktů z papíru

Tento dokument poskytuje některá klíčová zjištění pro Evropu. Exekutivní zpráva, podrobné prezentace z evropského výzkumu Trend Tracker 2025 v PowerPointu a podrobná zjištění rozdělená podle zemí, věku a pohlaví spolu s podpůrnými marketingovými materiály, jsou k dispozici členům Two Sides zdarma nebo jsou pro nečleny k zakoupení za 849 eur.

Chcete-li vyjádřit svůj zájem o zaslání celé zprávy, navštivte: www.twosides.info/trend-tracker-2025

Chcete-li se dozvědět více o kampani Two Sides, a jak se stát jejím podporovatelem, navštivte: www.twosides.info



ČESKÁ UNIE VYDAVATELŮ
DIGITÁLNÍ A TIŠTĚNÁ MÉDIA

Print, Paper and
Paper Packaging
have a great
environmental
story to tell



www.twosides.info

Klíčová zjištění:

Vnímání životního prostředí

- Pouze **16 %** spotřebitelů si uvědomuje, že evropské lesy se zvětšují.
- Pouze **25 %** chápe, že míra recyklace papíru v Evropě přesahuje 60 %.

Mediální chování

- **76 %** chce mít právo zvolit si, jak bude dostávat své účty a výpisy – tištěné nebo elektronické.
- **63 %** dává přednost čtení tištěných knih.
- **58 %** nevěnuje pozornost většině reklam v online marketingu.
- **58 %** se domnívá, že se děti naučí více při čtení tištěných materiálů ve srovnání s digitálními.
- **48 %** dává přednost čtení tištěných časopisů.

Preference obalů

- **53 %** dává přednost papírovým obalům, protože je přesvědčeno, že jsou lepší pro životní prostředí.
- **62 %** dává přednost doručování produktů objednaných online v papírových obalech.

Hygienické papírové výrobky

- **41 %** se obává dopadů těchto produktů na životní prostředí.
- **42 %** se domnívá, že hygienické výrobky z papíru jsou plýtváním.

Vnímání životního prostředí

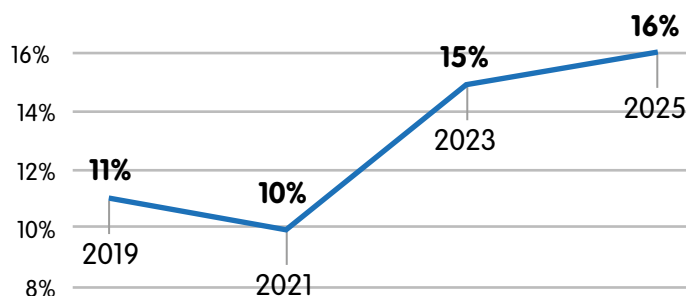
Tiskový a papírenský průmysl je obklopen mýty, z nichž mnohé vycházejí z mylných historických představ o dopadu papíru na lesy. Potřeba tyto mýty vyvrátit a zvýšit povědomí o udržitelnosti papíru je nyní důležitější než kdy dříve.

Papír je jedním z nejvíce ekologicky udržitelných produktů, které dnes používáme – pochází z přírodního, obnovitelného zdroje a je součástí prosperujícího oběhového hospodářství. Navzdory pokroku, kterého dosáhlo odvětví v propagaci těchto pravd, však mnoho spotřebitelů stále zastává názory formované zastaralými nebo nesprávnými informacemi.

FAKT: Mezi lety 2005 a 2020 se evropské lesy rozrostly o 58 390 km². To je plocha větší než Švýcarsko!

Two Sides Analysis of FAO Data, 2005 - 2020.

Počet spotřebitelů, kteří rozumí evropským lesům, roste:



Neznámý rekord v recyklaci papíru

Průzkum zjistil, že pouze 25 % evropských spotřebitelů ví, že míra recyklace papíru a obalů na bázi papíru přesahuje 60 %. Tento podíl spotřebitelů se ale zejména od roku 2023, kdy to bylo 18 %, zlepšil.

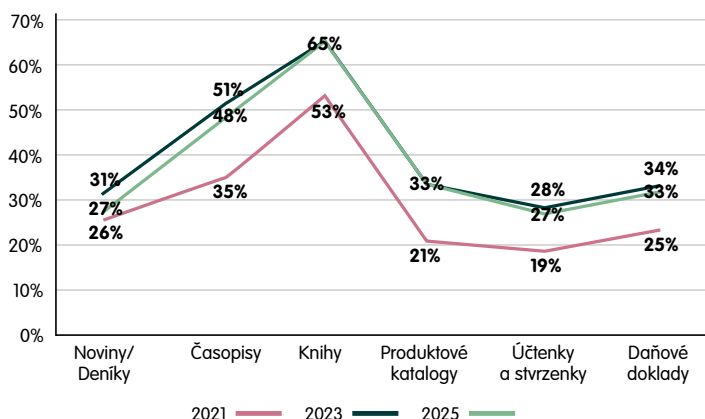
FAKT: Míra recyklace papíru v Evropě je 79 %, což z něj činí jeden z nejvíce recyklovaných materiálů na světě!

Cepi, 2023

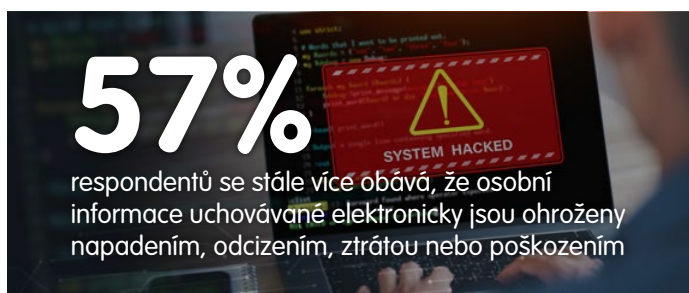
Mediální návyky

Pandemie COVID-19 přinesla zásadní zlom v případě tištěných médií a změnila způsob, jakým spotřebitelé vstupují do interakce se zprávami a tištěným obsahem. S nárůstem využívání digitálního obsahu se mnoho lidí odvrátilo od tradičního tisku. Nyní, v roce 2025, průzkum ukazuje, že preference spotřebitelů pro tisk zůstávají stabilní ve všech hlavních kategoriích.

Procento evropských spotřebitelů, kteří dávají přednost čtení v tištěné podobě:



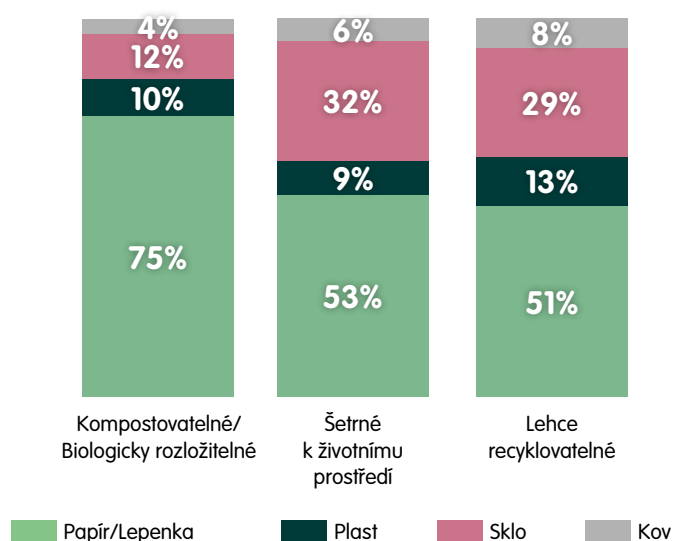
Mnoho spotřebitelů stále dává přednost přijímání nebo čtení důležitých dokumentů v tištěné podobě před digitálními zařízeními, a to z důvodu pocitu bezpečí, trvalosti a snadného přístupu. Pro právní, finanční nebo lékařské záznamy poskytuje fyzická kopie hmatatelnou referenci, která není závislá na zařízeních, heslech nebo připojení k internetu. Mít tyto důležité dokumenty v tištěné podobě snižuje riziko zanedbání důležitých informací v důsledku přehlédnutých e-mailů nebo vlivu spamových filtrů. Mnoho publikovaných renomovaných výzkumů prokázalo, že čtení na papíře zlepšuje soustředění a porozumění, což usnadňuje vsřebávání a uchovávání důležitých detailů.



Vnímání obalů

Papírové obaly jsou stále více uznávány jako ekologicky preferovaná volba udržitelných obalů, zejména ve spojení s růstem elektronického obchodování. Průzkum ukazuje, že spotřebitelé upřednostňují papírové obaly pro jejich kompostovatelnost, recyklovatelnost a menší dopad na životní prostředí. Spotřebitelé byli požádáni, aby si vybrali svůj preferovaný obalový materiál – papír/karton, plast, sklo nebo kov podle různých důležitých environmentálních, vizuálních a fyzikálních vlastností. Papír/karton byl nejčastější volbou v 9 kategoriích, sklo ve 4, kov a plast jen v 1 kategorii.

Spotřebitelé preferují papírové obaly z následujících důvodů:



Omezování nerecyklovatelných obalů – Kdo je za to odpovědný?

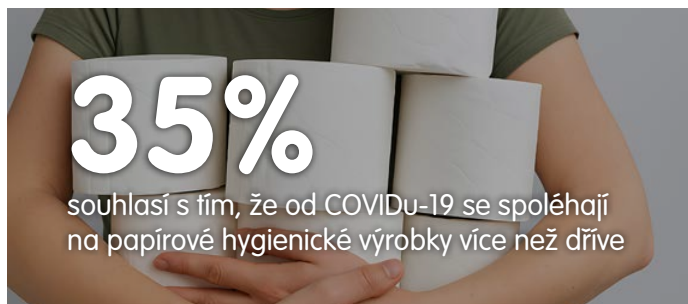
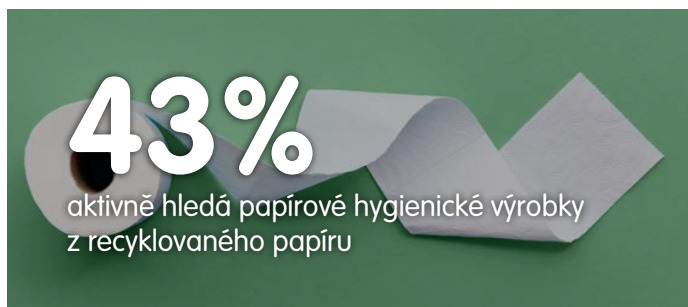
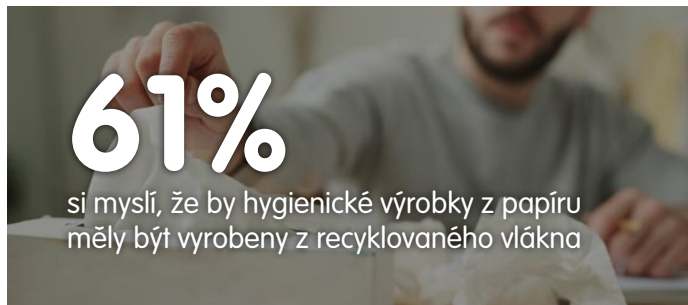
Když byli spotřebitelé požádáni, aby seřadili, kdo podle nich nese největší odpovědnost za snížení používání nerecyklovatelných jednorázových obalů, 39 % se jich domnívá, že nejvíce zodpovědné jsou vlády a místní správa.



Hygienické výrobky z papíru

Tyto výrobky tvoří nedílnou součást našeho každodenního života. Jsou zdrojem, kterého si všichni ceníme a jehož hygienické a zdravotní přínosy někdy považujeme za samozřejmost. Nicméně environmentální mýty o dopadech papírových hygienických výrobků na lesy a životní prostředí jsou běžně rozšířené.

Průzkum ukázal, že spotřebitelé dávají přednost výrobě hygienického zboží z recyklovaného papíru, přičemž 61 % spotřebitelů si myslí, že je lepší vyrábět je z recyklovaného vlákna, a 43 % aktivně vyhledává recyklované kapesníky.



FAKT: Více než 90 % dřevních vláken používaných v tomto odvětví pochází z Evropy, přičemž 73 % dřeva a 90 % tržní buničiny pochází z certifikovaně řízených lesních zdrojů.

Cepi Forest Resources, 2023

Závěry

Vnímání papíru a papírových výrobků spotřebiteli se zlepšuje, ale mylné představy přetrvávají. Průzkum Trend Tracker 2025 odhaluje povzbudivý pokrok v chápání ekologické udržitelnosti papíru, ale zároveň zdůrazňuje mezery – zejména pokud jde o rozšiřování lesů a podíl recyklace. S rostoucím environmentálním povědomím musí tiskový, papírenský a obalový průmysl i nadále šířit jasná, fakticky podložená sdělení, aby čelil mýtům o digitálních technologiích a zdůrazňoval environmentálně silné stránky papíru.

Dosažením jedné z nejvyšších měr recyklace v Evropě a závazkem k udržitelnému lesnictví jsou úspěchy průmyslu založeného na papíru významné. Nicméně přetrvává nesoulad mezi tímto úsilím a přesvědčením spotřebitelů. Pro překlenutí této propasti je nezbytná průběžná komunikace.

Iniciativy jako Two Sides a Love Paper hrají klíčovou roli v informování a inspirování k udržitelným rozhodnutím, ukotveným v transparentnosti a důvěře.

Toto hlavní shrnutí představuje pouze klíčová zjištění pro Evropu. Celou zprávu, včetně prezentací v PowerPointu a podpůrných marketingových materiálů, naleznete na adrese: twosides.info/trend-tracker-2025.

Two Sides

Two Sides je globální nezisková členská organizace, která propaguje jedinečné, udržitelné a atraktivní vlastnosti tisku, papíru a obalů na bázi papíru.

Každý rok navštíví webové stránky Two Sides přes 230 000 návštěvníků a elektronické newslettery jsou distribuovány více než 1,5 milionu lidí.

Kampaň „Love Paper“ oslovuje prostřednictvím evropské reklamy přes 240 milionů lidí ročně. Hodnota kampaně se odhaduje na 3,5 milionu eur. Rostoucí přítomností na sociálních sítích každoročně zasahuje 19 milionů evropských spotřebitelů a profesionálů.

Two Sides má celosvětově tisíce podporovatelů v oblasti tisku, papíru a obalů, včetně lesnictví, výroby celulózy, papíru, obalů, inkoustů a chemikálií, konečné úpravy, vydavatelství, tisku, obálek a poštovních operátorů.

www.twosides.info

Chcete-li se dozvědět více o této zprávě nebo o mnoha dalších nástrojích a zdrojích, které Two Sides vytváří, kontaktujte nás prosím:



www.twosides.info



enquiries@twosides.info



+44 (0)1327 262920



@TwoSidesUK