



COMUNICATO STAMPA

I RISULTATI DELL'ULTIMA INDAGINE DI TWOSIDES SUL RUOLO DELLA CARTA IN UN MONDO POST-PANDEMIA

22 aprile 2021 - L'industria della carta soffre immeritadamente di un problema di percezione ambientale: lo rivela l'ultimo rapporto di Two Sides **"Paper's Place in a Post-Pandemic World"** che mira a comprendere le mutevoli percezioni dei consumatori nei confronti della stampa, della carta, degli imballaggi di carta e dei prodotti tissue. Questa visione unica dell'atteggiamento dei consumatori, nei confronti di uno dei materiali più antichi e universalmente utilizzati al mondo, sarà ripetuta ogni due anni per monitorare e riferire sull'evoluzione delle percezioni dei consumatori man mano che la consapevolezza ambientale si intensifica e i canali di comunicazione digitali alternativi diventano prevalenti.

I risultati dello studio del 2021 mostrano che, mentre la carta mantiene il suo posto come materiale di comunicazione e imballaggio vitale, rimangono idee sbagliate sull'impatto ambientale dell'industria della carta.

I consumatori non sanno che le foreste europee stanno crescendo.

Lo studio ha rilevato che solo il 6% dei consumatori italiani è consapevole che le foreste europee si stanno espandendo. Tale percentuale sale al 10% per i giovani di età compresa tra i 18 e i 24 anni (Gen Z).

Mentre ben l'82% dei consumatori italiani che ritiene che le foreste europee stiano riducendo. Nel 2011 invece i cittadini italiani che ritenevano in diminuzione la superficie forestale europea erano di meno, il 77%. Questo dato evidenzia come la giusta e crescente preoccupazione per lo stato delle foreste in alcune aree del mondo non consenta al cittadino europeo di fare una chiara distinzione rispetto a dove, grazie anche al ruolo dell'industria, le foreste sono gestite in modo sostenibile.

Infatti, tra il 2005 e il 2020, le foreste europee sono cresciute di ben 58.390 km², un'area più grande della Svizzera e equivalente a 1.500 campi da calcio di crescita forestale ogni giorno¹.

Gli alti tassi di riciclaggio per carta e imballaggi in carta non sono apprezzati.

Un altro malinteso comune sull'industria della carta è la quantità di carta riciclata. Il sondaggio ha rilevato che solo il 17% dei consumatori italiani ritiene che il tasso di riciclaggio della carta superi il 60%. Inoltre, il 29% ritiene che carta e imballaggi in carta siano uno spreco. In realtà, il tasso di riciclaggio della carta in Europa è attualmente del 72%, mentre gli imballaggi in carta sono ancora più alti dell'84%².

• Nel 2019 in Europa sono state raccolte e riciclate un totale di 57,5 milioni di tonnellate di carta.

- I giovani italiani di età compresa tra i 18 e i 24 anni e tra i 25 e i 34 anni rilevano il più grande malinteso riguardo al riciclaggio, con solo il 10% che ritiene che il tasso di riciclaggio della carta superi il 60%.
- L'85% dei consumatori italiani pensa che dovrebbe essere utilizzata solo carta riciclata.

Comunicazione cartacea vs elettronica.

La crescita della comunicazione elettronica nello scorso anno ha subito una forte accelerazione con riunioni, eventi e attività quotidiane sempre più svolte online e i consumatori si affidano sempre più alle notizie online. Sebbene la comodità e la capacità delle persone di lavorare a casa siano senza dubbio fattori chiave in questo cambiamento, l'impatto ambientale delle comunicazioni digitali viene spesso trascurato.

I prodotti di carta e stampa sono tra i più bassi emettitori di gas a effetto serra con lo 0,8%, mentre l'industria ICT rappresenta il 2,5-3% delle emissioni globali di gas a effetto serra e si prevede che aumenterà al 14% entro il 2040. Nonostante ciò, il 73% dei consumatori intervistati in Italia, nella nostra relazione, ritengono che la comunicazione elettronica sia più rispettosa dell'ambiente rispetto alla comunicazione cartacea.

"Questo rapporto mostra che ci sono molti pregiudizi ambientali riguardo ai prodotti di stampa e carta", afferma Jonathan Tame, amministratore delegato di TwoSides Europe. "Molti consumatori ritengono che le dimensioni delle foreste europee si stiano riducendo, sottovalutano enormemente il tasso di riciclaggio della carta e non comprendono la natura sostenibile dei prodotti di carta. Queste incomprensioni rendono il lavoro che facciamo con Two Sides e Love Paper ancora più vitale".

Per saperne di più sulla campagna TwoSides e su come diventare un sostenitore, visita: www.twosides.info

¹FAO, 2020

²Cepi, 2019

³Belkhir L & Elmeligi A, 2018

Note per i redattori:

Informazioni sul sondaggio TwoSides "Paper's Place in a Post-Pandemic World"

Nel gennaio 2021, uno studio globale su 8.800 consumatori è stato commissionato da TwoSides e condotto online dalla società di ricerca indipendente Toluna. Indagini rappresentative, a livello nazionale, sono state condotte in Brasile (1.000), Stati Uniti (1.000) e 10 paesi in Europa, tra cui Austria (500), Belgio (600), Danimarca (500), Finlandia (350), Francia (1.000), Germania (1.000), Italia (1.000), Norvegia (350), Svezia (500) e Regno Unito (1.000). Il sondaggio sarà condotto ogni due anni per esplorare e comprendere le preferenze, le percezioni e gli atteggiamenti dei consumatori nei confronti della stampa, della carta e degli imballaggi di carta.

A proposito di TwoSides:

TwoSides è un'iniziativa globale senza scopo di lucro che promuove le caratteristiche sostenibili, attraenti e uniche della stampa, della carta e degli imballaggi di carta. I membri di TwoSides coprono l'intera catena del valore della stampa, della carta e degli imballaggi, inclusi silvicoltura, pasta di legno, carta, imballaggi, inchiostri e prodotti chimici, finitura, editoria, stampa, buste e operatori postali.

Per ulteriori informazioni contattare:

Two Sides Italia

Telefono: +39 0229003018

E-mail italy@twosides.info

Per conoscere i fatti ambientali sull'industria della carta, visitare il sito www.it.twosides.info/miti-e-realta/