Two Sides Trend Tracker 2025

Sfide e opportunità per la filiera della carta, della stampa e degli imballaggi nel mondo



Profilo del sondaggio

Il Trend Tracker 2025 di Two Sides è uno studio di ricerca che cattura l'evoluzione delle opinioni dei consumatori sui prodotti in carta.

Commissionata da Two Sides e realizzata in modo indipendente dall'istituto di ricerca Toluna, l'indagine è stata condotta online nel gennaio 2025. L'edizione 2025 raccoglie le opinioni rappresentative di 12.400 consumatori provenienti da tutta Europa — tra cui Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Italia, Norvegia, Svezia e Regno Unito — oltre che da Argentina, Australia, Brasile, Canada, Nuova Zelanda, Sudafrica e Stati Uniti.

Aree tematiche dell'indagine 2025:

- Percezione del profilo ambientale di carta, stampa e prodotti a base di fibre
- Preferenze tra comunicazione su carta e digitale
- Opinioni sugli imballaggi e sulle alternative sostenibili
- Opinioni sull'uso e la produzione dei prodotti tissue

Questa sintesi fornisce alcuni dei risultati principali a livello europeo. Una relazione più ampia e l'intera indagine in PowerPoint, insieme ai risultati dettagliati suddivisi per paese, età e sesso sono disponibili gratuitamente per i Partner di Two Sides o al prezzo di 849 euro per le aziende non Partner.

Per richiedere il report completo, visita il sito:
www.twosides.info/trend-tracker-2025

Per saperne di più sulla campagna di comunicazione Two Sides e su come diventare Partner, visita il sito:
www.it.twosides.info

Carta, stampa e imballaggi hanno una grande e bella storia da raccontare

TWO SIDES
it.twosides.info

Risultati più importanti

Percezioni ambientali

- Solo il **16%** dei consumatori sa che le foreste europee stanno crescendo, non diminuendo.
- Solo il **25%** sa che in Europa il tasso di riciclo della carta supera il 60%.

Utilizzo dei media

- Il **76%** desidera poter scegliere come ricevere bollette e rendiconti: stampati su carta o in formato elettronico.
- Il **63%** dei consumatori preferisce leggere il classico libro di carta.
- Il **58%** è convinto che i bambini apprendano di più leggendo su carta.
- Il **48%** preferisce le riviste su carta.

Preferenze di imballaggio

- Il **53%** preferisce gli imballaggi di carta perché ritiene che siano migliori per l'ambiente.
- Per il **62%** i prodotti acquistati online dovrebbero essere consegnati in imballaggi di carta.

Prodotti in carta tissue

- Il **41%** esprime preoccupazione per l'impatto ambientale dei prodotti di carta tissue.
- Il **42%** percepisce questi prodotti come un rifiuto.



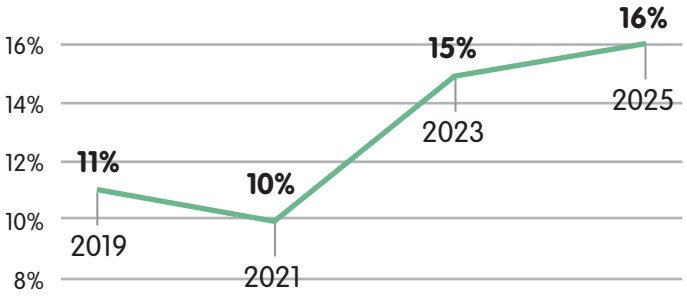
Percezioni ambientali

La filiera della carta e della stampa è circondata da miti, molti dei quali sono radicati in concezioni storiche errate sull'impatto della carta sulle foreste. Per molti anni, i fornitori di servizi hanno rafforzato questi miti ambientali nel tentativo di spostare i consumatori verso le comunicazioni digitali. La necessità di sfatare questi miti e di sensibilizzare l'opinione pubblica sulla sostenibilità della carta è oggi più importante che mai.

La carta è uno dei prodotti più sostenibili che utilizziamo oggi: deriva da una risorsa naturale e rinnovabile e ha sviluppato un'ampia economia circolare. Ma nonostante i progressi compiuti dall'industria nel promuovere questi dati di fatto, molti consumatori hanno ancora un'opinione basata su informazioni obsolete o errate.

FATTO: tra il 2005 e il 2020, le foreste europee sono cresciute di 58.390 km^2. Si tratta di un'area più grande della Svizzera!
- Analisi Two Sides dei dati FAO, 2005 - 2020.

Consumatori che sanno che le foreste europee stanno crescendo:



L'incredibile record di riciclo della carta non viene compreso

L'indagine ha rilevato che solo il 25% dei consumatori europei sa che il tasso di riciclo della carta e degli imballaggi a base di carta supera il 60%. Questo dato è migliorato notevolmente rispetto al 2023, quando era pari al 18%.

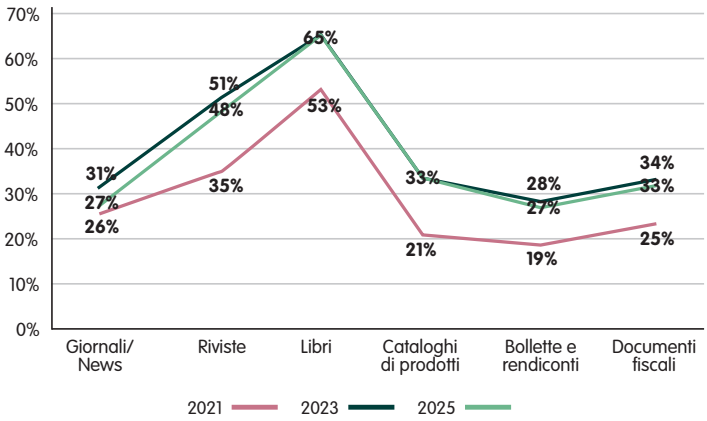
FATTO: il tasso di riciclo della carta in Europa è del 79%, il che la rende uno dei materiali più riciclati al mondo!
- Cepi, 2023

Utilizzo dei media

La pandemia COVID-19 ha portato grandi sconvolgimenti nel mondo della stampa, ridisegnando il modo in cui i consumatori interagiscono con le notizie e i contenuti stampati. Con l'aumento dell'uso del digitale, molti si sono allontanati dalla stampa tradizionale.

Ora, nel 2025, l'indagine mostra che le preferenze dei consumatori per la stampa rimangono stabili in tutte le principali categorie.

Percentuale di consumatori europei che preferiscono leggere su carta:



Molti consumatori preferiscono ancora ricevere o leggere documenti importanti in formato cartaceo piuttosto che tramite dispositivi digitali, spinti da un senso di sicurezza, permanenza e facilità di accesso. Per i documenti legali, finanziari o medici, avere una copia fisica fornisce un riferimento tangibile che non dipende da dispositivi, password o connettività Internet. Avere questi documenti importanti in formato cartaceo riduce il rischio di perdere informazioni cruciali a causa di e-mail trascurate o filtri antispam. Sono stati pubblicati numerosi studi che dimostrano che la lettura su carta migliora la concentrazione e la comprensione, rendendo più facile assorbire e conservare i dettagli importanti.



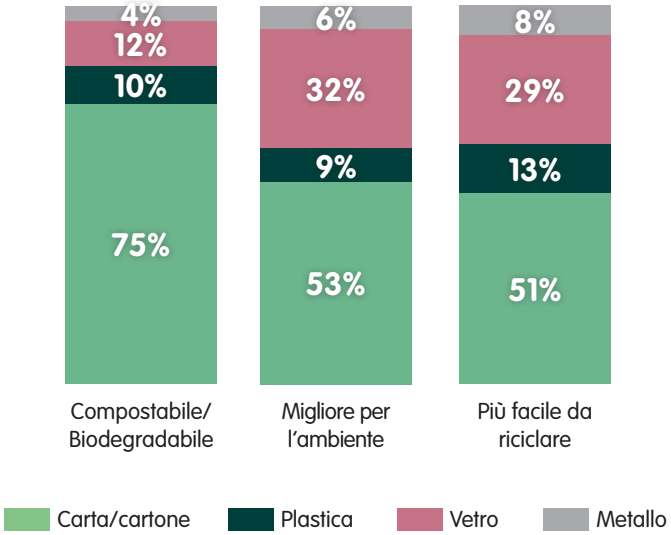


Le preferenze sul packaging, svelate

Gli imballaggi in carta sono sempre più riconosciuti come la scelta di imballaggio sostenibile preferita, soprattutto con la crescita del commercio elettronico. L'indagine mostra che i consumatori preferiscono gli imballaggi in carta per la loro compostabilità, riciclabilità e minore impatto ambientale.

Ai consumatori è stato chiesto di scegliere il materiale di imballaggio preferito - carta/cartone, plastica, vetro o metallo - in base ad alcune importanti caratteristiche ambientali, visive e fisiche. La carta/cartone è risultata la scelta migliore in 9 categorie, il vetro in 4, il metallo e la plastica in 1 ciascuna.

I consumatori preferiscono gli imballaggi in carta per le seguenti caratteristiche:



Riduzione degli imballaggi non riciclabili - Chi è responsabile?

Quando è stato chiesto ai consumatori di classificare chi ritengono sia maggiormente responsabile della riduzione dell'uso di imballaggi monouso non riciclabili, il 39% ritiene che i governi e le autorità locali siano i più responsabili.



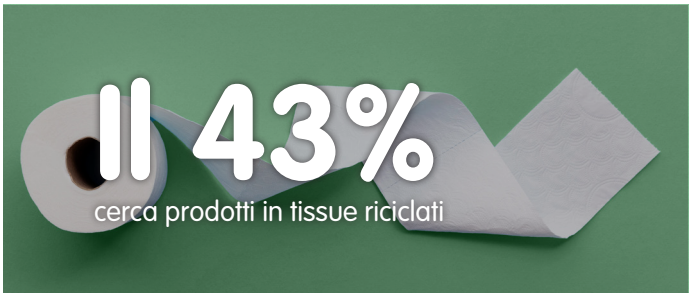
Per richiedere il report completo, visita il sito: **www.twosides.info/trend-tracker-2025**

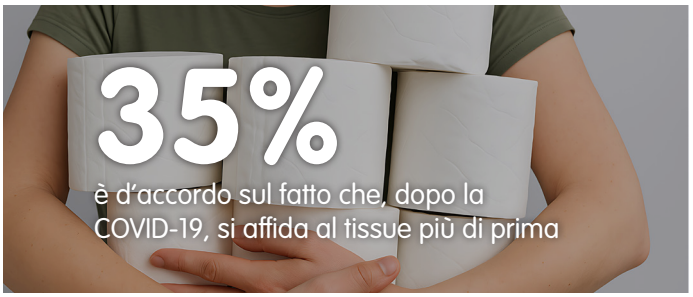
Prodotti in carta tissue

I prodotti tissue costituiscono una parte essenziale della nostra vita quotidiana. Sono una risorsa che tutti apprezziamo e di cui a volte diamo per scontati i benefici per la salute e l'igiene. Tuttavia, i falsi miti sull'impatto del tissue sulle foreste e sull'ambiente sono ancora comuni.

L'indagine ha rivelato una preferenza per i prodotti tissue realizzati con carta riciclata: il 61% dei consumatori ritiene che sia meglio produrre prodotti tissue con fibre riciclate e il 43% cerca prodotti tissue riciclati.







FATTO: oltre il 90% della fibra di legno utilizzata dall'industria proviene dall'Europa, con il 73% del legno e il 90% della pasta di legno provenienti da fonti di gestione forestale certificate.
- Cepi Forest Resources, 2023

Conclusioni

La percezione dei consumatori nei confronti della carta e dei prodotti a base di carta sta migliorando, ma permangono convinzioni errate. Il Trend Tracker 2025 rivela incoraggianti progressi nella comprensione della sostenibilità della carta da parte del pubblico, ma evidenzia anche delle lacune, in particolare per quanto riguarda la crescita delle foreste e il riciclo. Con l'aumentare della consapevolezza ambientale, l'industria della stampa, della carta e degli imballaggi deve continuare a condividere messaggi chiari e basati sui fatti per sfatare i miti legati al digitale e rafforzare la percezione dei punti di forza ambientali della carta.

Con uno dei tassi di riciclo più alti d'Europa e l'impegno per una silvicoltura sostenibile, i risultati ottenuti dall'industria cartaria sono significativi. Tuttavia, persiste uno scollamento tra questi sforzi e le convinzioni dei consumatori. Una comunicazione continua è essenziale per colmare questo divario.

Iniziative come Two Sides e Love Paper giocano un ruolo cruciale nell'informare e ispirare scelte sostenibili basate sulla trasparenza e la fiducia.

Questa sintesi fornisce solo alcuni dei risultati principali a livello europeo. Per l'intera indagine in PowerPoint della ricerca, visita il sito: **twosides.info/trend-tracker-2025.**

About Two Sides

Two Sides è un'iniziativa globale senza scopo di lucro che promuove gli attributi, unici, sostenibili e attraenti, di carta, stampa e imballaggi in carta.

Ogni anno, oltre 230.000 visitatori accedono ai siti web di Two Sides, mentre le newsletter vengono distribuite a oltre 1,5 milioni di destinatari.

La campagna "Love Paper" raggiunge più di 240 milioni di persone in Europa, con un valore stimato di €3,5 milioni in pubblicità. La nostra presenza sui social media cresce e raggiunge 19 milioni di consumatori e professionisti.

A livello mondiale, Two Sides conta migliaia di sostenitori in tutta la filiera: dalla silvicoltura alla stampa, fino agli operatori postali.

www.it.twosides.info

Per saperne di più su questo sondaggio o per conoscere i molti altri strumenti e risorse che Two Sides mette a disposizione dei Partner, contattateci:

www.it.twosides.info italy@twosides.info +39 02 29 003 018 @TwoSidesItalia