

O lugar do papel em um mundo pós pandêmico

A pesquisa Two Sides Trend Tracker examina as atitudes do consumidor em relação à comunicação impressa, ao papel, às embalagens de papel e aos papéis sanitários



Papel, cartão e
papelão: uma ótima
história ambiental
para contar



twosides.org.br



lovepaper.org.br

Sobre a pesquisa

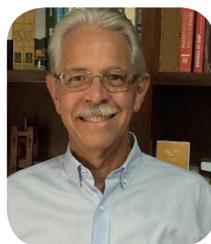
Em janeiro de 2021, um estudo global com 8.800 consumidores foi encomendado por Two Sides e conduzido pela empresa independente de pesquisa online Toluna.

A pesquisa foi realizada regionalmente no Brasil (1.000), nos EUA (1.000) e Europa - Áustria (500), Bélgica (600), Dinamarca (500), Finlândia (350), França (1.000), Alemanha (1.000), Itália (1.000), Noruega (350), Suécia (500) e o Reino Unido (1.000).

O objetivo foi conhecer as preferências do consumidor, suas percepções e atitudes em relação à comunicação impressa, ao papel, às embalagens de papel e papelão e papéis sanitários.

O presente relatório traz os principais resultados obtidos no Brasil, analisados à luz das tendências mundiais e comparados a resultados anteriormente levantados.

Para solicitar os relatórios dessa pesquisa, aplicada nos demais países, visite:
www.twosides.info/trendtracker



Fabio Arruda Mortara
CEO de Two Sides Brasil e América Latina

“A pesquisa Trend Tracker busca entender as percepções do consumidor em uma gama abrangente de tópicos relacionados à comunicação impressa, ao papel, às embalagens de papel e papelão e aos papéis sanitários. Fizemos pesquisas em anos anteriores e continuaremos no futuro para rastrear percepções importantes do consumidor sobre a atratividade e a sustentabilidade dos produtos feitos de papel.

A pesquisa Trend Tracker será repetida a cada dois anos, permitindo-nos olhar para trás e relatar as mudanças ou tendências significativas que a indústria deve observar. Essas descobertas podem ser usadas para informar e orientar a indústria a fim de melhorar a demanda e acabar com os mitos mais comuns sobre nossos produtos.

Esperamos que esse relatório informativo seja útil para você.”

Sobre Two Sides

Two Sides é uma iniciativa global de empresas da cadeia de valor da comunicação gráfica, incluindo silvicultura, celulose, papel, tintas, produtos químicos, pré-impressão, impressão, editoração, envelopes e correios. Foi criada em 2008 na Inglaterra, para combater a desinformação quanto aos impactos ambientais do papel e promover sua eficácia como meio de comunicação e embalagem. Constitui um fórum para a troca de experiências sobre como melhorar a confiança dos consumidores na mídia impressa e nas embalagens de papel e papelão.

Fale conosco

Se você quiser saber mais sobre este relatório ou descobrir sobre as muitas outras ferramentas e recursos que Two Sides fornece, entre em contato.

+55 11 994 642 969

twosides@twosides.org.br

www.twosides.org.br

www.lovepaper.org.br

www.al.twosides.info

@TwoSidesBrasil | @LovePaperBrasil

@TwoSidesAL

Conteúdo

Página 3, Seção 1: **Percepção ambiental sobre o papel**

A verdade sobre a reciclagem do papel

Redução das preocupações do consumidor sobre o papel

Página 5, Seção 2: **O desafio do papel em um mundo digital**

Disrupção, escolha da mídia, atenção e confiança

Atitudes em relação ao digital

Comunicando-se com os consumidores

Os pontos positivos da impressão

Página 7, Seção 3: **Preferências sobre embalagem**

Papel; A embalagem preferida e sustentável

Redução de embalagens não recicláveis; quem é o responsável?

Os consumidores exigem que os varejistas façam mais

O aumento nas compras online: positivo para embalagens de papel

Página 9:

Considerações finais

Referências

Principais conclusões - Brasil

Percepções ambientais:

- 32% acreditam que a taxa de reciclagem do papel seja superior a 60%.
- 79% acreditam que florestas plantadas sejam benéficas para o meio ambiente.
- 59% acreditam que secar as mãos com secadores de ar seja mais ecológico.

Hábitos de leitura:

- 37% preferem ler livros impressos.
- 64% se dizem preocupados com o uso excessivo de dispositivos eletrônicos.
- 74% desejam ter o direito de escolher como receberão suas contas e extratos.

Embalagem:

- 54% preferem embalagens de papel por serem melhores para o meio ambiente.
- 43% acreditam que o indivíduo tem mais responsabilidade de garantir a redução do uso de embalagens não recicláveis que o governo, fabricantes ou varejistas.
- 58% considerariam evitar um varejista se soubessem que ele não está ativamente tentando reduzir o uso de embalagens plásticas não recicláveis.

Percepções ambientais sobre o papel

Nosso setor é cercado por inúmeros mitos completamente infundados. As percepções equivocadas do consumidor relacionadas ao desempenho ambiental de nossa indústria ainda prevalecem, mostrando que temos muito a fazer para educar e informar.

O crescimento das florestas plantadas

O estudo mostra que para cerca de 79% dos entrevistados as florestas plantadas são benéficas para o meio ambiente. No entanto, 81% acreditam que o consumo de papel, cartão e papelão causam desmatamento. Tal contradição mostra que os entrevistados não relacionam os produtos de papel às florestas plantadas.

A indústria de papel depende do manejo florestal sustentável para fornecer um suprimento confiável de fibra de madeira - a principal matéria-prima de seus produtos. Florestas manejadas de forma correta trazem múltiplos benefícios para a sociedade, tais como meios de subsistência, serviços ecossistêmicos e biodiversidade. Entre 2015 e 2019, as plantações de eucaliptos, pinus e outras espécies, de onde as fábricas de papel e celulose brasileiras obtêm 100% de sua fibra de madeira, cresceram em mais de 1,2 milhão de hectares, representando um crescimento de 15%.^{1/2}

O Brasil possui, atualmente, 9 milhões de hectares de árvores plantadas, sendo que 7,4 milhões de hectares são certificados na modalidade manejo florestal, incluindo, além da área produtiva, as áreas de preservação e aquelas destinadas a outros usos existentes nos empreendimentos certificados. Se considerada apenas a área de plantios certificados, estima-se um total de 4,4

milhões de hectares, um aumento de 29% sobre o total certificado em 2018.²

Entre 2015 e 2019, as florestas plantadas brasileiras, compostas por eucaliptos, pinus e outras espécies, cresceram 1,2 milhões de hectares.

As empresas do setor de base florestal têm total interesse em garantir a sustentabilidade da cadeia produtiva de árvores plantadas e reforçar seu comprometimento com as questões socioambientais. Por isso, a maioria das empresas busca a certificação que atesta que o manejo florestal é conduzido de forma responsável, ou seja, seguindo os princípios e critérios de responsabilidade social e ambiental estabelecidos pelas normas do sistema de certificação, que segue rigoroso processo de avaliação e auditoria. Dessa forma, aumentam sua credibilidade e se diferenciam das concorrentes. Essas certificações são atribuídas por organizações independentes, como o Forest Stewardship Council (FSC) e Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes (PEFC), representado no Brasil pelo Programa Nacional de Certificação Florestal (Cerflor).²

A verdade sobre a reciclagem de papel

Cerca de 32% dos entrevistados acreditam que a taxa de reciclagem de papel seja superior a 60%; um aumento significativo em relação à pesquisa de 2019, que apurou que apenas 18% possuía tal percepção. Também é um índice bastante significativo quando se olha para o levantamento mundial, em que somente 17% dos entrevistados acredita que se recicla mais de 60% dos produtos de papel. Essa é uma boa notícia, mesmo porque, quanto mais sensibilizada a sociedade para a

importância da reciclagem, maior a tendência de sua participação ativa no processo.

Em 2018, um total de 5,09 milhões de toneladas de papel foram coletadas e recicladas, resultando em uma taxa de reciclagem de 68%. Desse volume, as caixas de papelão ondulado representaram 81,3% de todo o papel usado, recuperado para reciclagem. O papel é um dos materiais mais reciclados no Brasil.³

A questão do impacto ao meio ambiente é agora muito melhor compreendida. Em cada nível, individual, empresarial e governos, o foco está em como todos podem fazer sua parte para proteger o planeta. Por esse motivo é importante reforçar as ações socioambientais e fornecer o máximo de visibilidade a elas, a fim de conscientizar a sociedade sobre as verdades acerca das questões relacionadas à sustentabilidade da comunicação impressa, do papel e das embalagens de papel

Diminuindo as preocupações do consumidor sobre o papel

68%

Acreditam

Papel e embalagens de papel e papelão são ruins para o meio ambiente

O papel é feito à base de madeira, um material renovável. Já durante seu crescimento, as árvores absorvem CO₂ da atmosfera. O setor brasileiro contribui por meio de três vetores para a mitigação das mudanças climáticas: remoções e estoques de carbono nas florestas plantadas e de conservação; emissões evitadas na indústria e o carbono estocado nos produtos. Estima-se que os 9 milhões de hectares de árvores plantadas estocam aproximadamente 1,88 bilhão de tCO₂ eq. Além disso, os quase 6 milhões de hectares destinados à conservação estocam cerca de 2,6 bilhões de tCO₂ eq.²

Os consumidores assumem incorretamente que a comunicação digital é ambientalmente amigável, porém os impactos ambientais do meio digital dificilmente são lembrados. Essa tendência se confirmou de forma um pouco menos acentuada, mas ainda importante no levantamento mundial, em que 63% acredita que os meios digitais são mais sustentáveis que os impressos. A indústria de TIC - Tecnologias da Informação e Comunicação, responde por 2,5 - 3% do volume global de emissões de gases de efeito estufa, com previsão de chegar a 14% até 2040.⁴

84%

Acreditam

A comunicação eletrônica é mais amigável ao meio ambiente

76%

Acreditam

Somente papel reciclado deveria ser usado

Equívoco que se repetiu nos resultados mundiais (68%) e mostra que os entrevistados entendem a importância da reciclagem, mas desconhecem os limites técnicos do processo. Não é possível usar apenas papel reciclado. Produtos a base de papel não podem ser reciclados indefinidamente, pois as fibras ficam muito curtas e degradadas para se fabricar novos produtos de papel. O ciclo deve, portanto, ser constantemente recarregado com fibras virgens de florestas manejadas de forma sustentável.

O setor investe fortemente no manejo florestal sustentável e florestas saudáveis são essenciais para a produção de papel e produtos à base de papel. Os sistemas de certificação florestal estão enraizados na forma como a indústria trabalha para garantir matérias-primas provenientes de florestas sustentáveis. Considerando apenas a área plantada, estima-se que em 2019 foram certificados cerca de 4,4 milhões de hectares, um aumento de 29% sobre o total certificado em 2018. Além disso, segundo dados do Forest Stewardship Council® (FSC®), o Brasil ocupa atualmente o 10º lugar no ranking mundial dos países que mais possuem certificação de cadeia de custódia, que rastreia o produto desde a sua origem, das florestas certificadas, até a sua venda.²

85%

Acreditam

É importante consumir produtos de papel com origem em florestas manejadas de forma sustentável

Percepções ambientais sobre o papel

59%

Acreditam

Secar as mãos com secadores a ar é mais ecológico do que com toalhas de papel

A indústria papelreira no Brasil utiliza celulose 100% proveniente de árvores plantadas para fins industriais, ou seja, um recurso renovável. Os papéis sanitários (papel higiênico, papel toalha, lenços de papel, guardanapos, etc), são produzidos tanto com fibra virgem quanto com fibras provenientes de papéis reciclados. Apesar de não serem recicláveis, os papéis sanitários são tão biodegradáveis quanto os outros tipos. Além disso, os secadores de ar quente não são tão eficazes na remoção de micróbios como as toalhas de papel. O atrito gerado pela fricção da toalha ajuda a remover microrganismos que ainda possam ter restado após a lavagem. Estudos científicos têm demonstrado que o uso de ar quente pode aumentar o número de microrganismos nas mãos após a secagem, bem como contaminar o ambiente.

O desafio do papel em um mundo digital

A pesquisa revela como a pandemia da Covid aumentou a competição das mídias eletrônicas com a mídia impressa tradicional à medida que os consumidores se tornam mais familiares aos recursos eletrônicos, passando a confiar mais nas notícias online e na comunicação digital.

Muitas das marcas de notícias tradicionais desenvolveram ou melhoraram com sucesso suas próprias plataformas online. Para muitos consumidores o meio digital se tornou a opção de leitura padrão.

Disrupção, escolha de mídia, atenção e confiança

A percepção do consumidor mudou de forma significativa em relação às últimas pesquisas:

A maior parte dos entrevistados escolheu o meio digital como o preferido para a leitura de revistas, jornais e catálogos. Comparando-se com números mundiais, percebe-se o mesmo movimento de migração para o digital.

No entanto, convém lembrar que a sondagem não se restringiu a leitores habituais. A pesquisa "Retratos da Leitura no Brasil", que abordou apenas leitores, aponta 67% de preferência pelo livro impresso.⁵

Durante a pandemia, os jornais tradicionais também trabalharam arduamente para fazer crescer o volume de leitores online e, talvez, a desconfiança anterior em relação às mídias sociais tenha sido superada pela crescente presença online de tradicionais provedores de notícias, informações oficiais sobre a Covid-19

PREFERÊNCIA POR LIVROS IMPRESSOS 2021

BRASIL	DEMAIS PAÍSES
37%	53%

e outras fontes que mantiveram os leitores atualizados por meio dos dispositivos digitais.

Acredita-se que a mídia impressa não tenha perdido tanto a credibilidade, mas a confiança agora está sendo compartilhada com outras maneiras de ler e consumir conteúdo.

Então, como será o cenário pós Covid? Os jornais e revistas poderão recuperar suas vendas e suas posições, como os meios mais confiáveis e preferidos de informação?

Embora a pandemia nos tenha tornado mais dependentes e familiarizados com o digital, a pesquisa revela que há ainda a percepção de aspectos positivos para o conteúdo impresso. Parte dos consumidores ainda prefere ler livros impressos físicos e deseja ter o direito de escolher por receber suas contas e informes impressos

Atitudes em relação ao digital



41% concordam que gastam muito tempo em dispositivos eletrônicos.



31% concordam que sofrem de sobrecarga digital.



64% demonstram estar preocupados com as consequências do uso excessivo de dispositivos eletrônicos para a saúde (cansaço visual, privação de sono, dores de cabeça).



68% concordam que estão cada vez mais preocupados com o risco de suas informações pessoais, mantidas eletronicamente, serem hackeadas, roubadas, perdidas ou danificadas.

Comunicando-se com os consumidores

A publicidade online continua sendo algo que os consumidores tentam evitar.

No pós-pandemia, a impressão poderá se tornar um meio poderoso e eficaz de se conectar fisicamente com o consumidor.

Quando se trata de contas e extratos, a maioria dos consumidores deseja ter o direito de escolher como esses lhes serão enviados - impressos ou online - e não querem ser cobrados pelo documento impresso.

Além disso, os entrevistados entendem que empresas que fazem declarações enganosas sobre os benefícios ambientais para migrar suas comunicações para o digital, na verdade estão apenas tentando reduzir custos.

35%
não prestam atenção aos anúncios online.

42%
fazem o possível para bloquear ou evitar anúncios online.

48%
acreditam que quando empresas usam argumentos ambientais enganosos para migrar para o digital, na verdade querem reduzir custos.

59%
acreditam que não deveriam ser cobrados por escolherem receber fatura ou demonstrativo em papel.

74%
querem ter o direito de escolher como recebem suas contas e extratos.

Preferências sobre embalagem

A forma como os indivíduos compram e consomem produtos mudou drasticamente no último ano, pois o aumento das compras online resultou em um crescimento na demanda por embalagens para transporte. Com um maior foco da mídia e dos consumidores na questão da sustentabilidade, tem havido uma demanda crescente por embalagens que possam ser recicladas. Aqui, o papel tem uma ótima história para contar e se destaca entre os consumidores como forma sustentável preferida de embalar e proteger.

A escolha da embalagem preferida e sustentável

A embalagem de papel, cartão e papelão desempenha um papel extremamente importante na decisão de compra, pois exibe informações relevantes sobre o produto e é usada para preservar sua qualidade. A embalagem tem atributos que vão além de embalar e conservar, ela tem alto poder de comunicar e encantar.

Os consumidores foram convidados a escolher o material que acreditavam ser os que melhor atendiam a cada um dos atributos (ambientais, visuais e físicos) para a fabricação de embalagens.

Esses materiais de embalagem eram papel/cartão, plástico, vidro e metal.

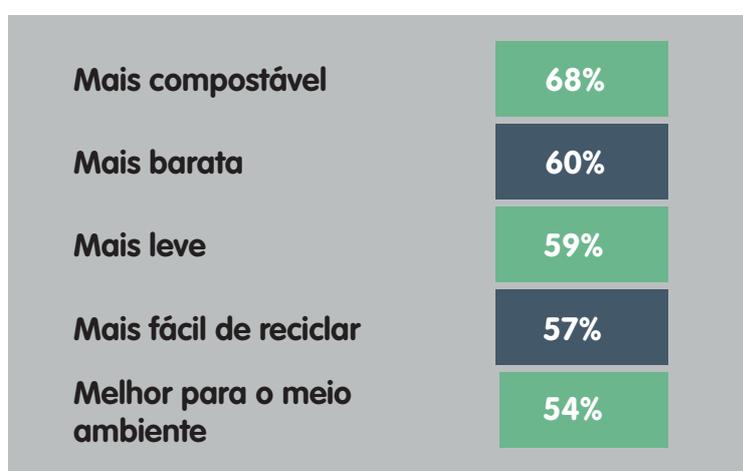
De 15 atributos, o papel/cartão foi o favorito para 12 deles, o vidro foi o mais votado para 2 e o metal para 1 e o plástico, 0.

Reduzindo embalagens não recicláveis

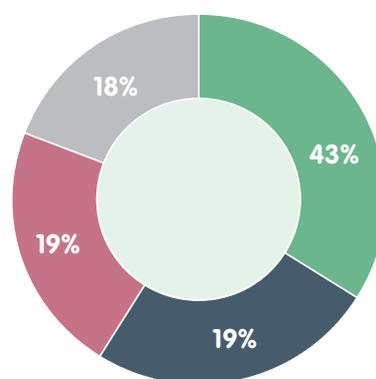
A preocupação com os impactos ambientais das embalagens é crescente. A pressão é maior do que nunca para se reduzir o uso de embalagens não recicláveis. Os consumidores foram solicitados a classificar quem eles acreditam ter a maior responsabilidade na garantia da redução no uso de embalagens não recicláveis.

43% acreditam que o indivíduo tem mais responsabilidade, seguido por 16% que acreditam que a maior responsabilidade é das marcas, varejistas e supermercados.

% de consumidores que preferem embalagem de papel/papelão para os seguintes atributos:



% do consumidor responsável

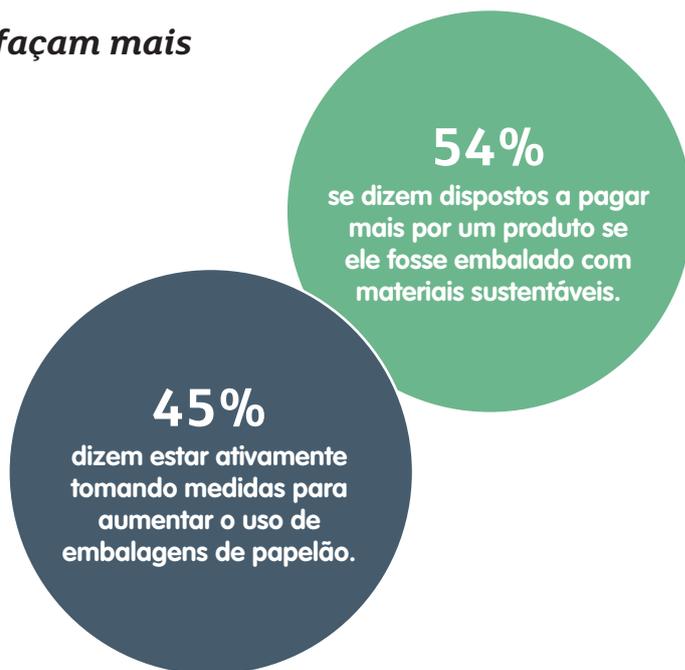


Com o toque em uma tela, você pode pesquisar, solicitar um produto e recebê-lo com segurança em sua porta em até 24 horas. Mas os consumidores estão cientes dos impactos das embalagens em nosso planeta e, cada vez mais, estão exigindo que os varejistas façam mais para garantir que as embalagens sejam recicláveis.

Além disso, apenas metade acredita que os varejistas estão fazendo o suficiente para introduzir embalagens sustentáveis.

Os consumidores exigem que os varejistas façam mais

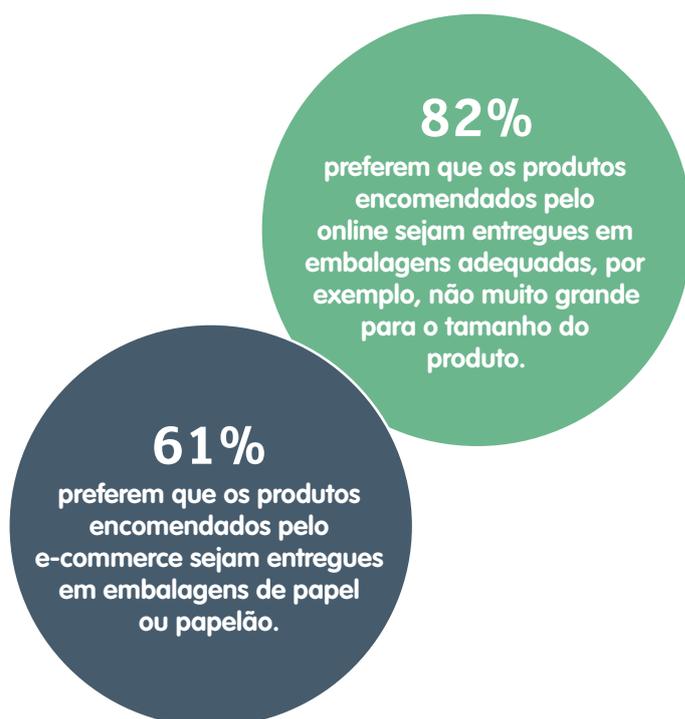
A pesquisa descobriu que 58% dos consumidores estariam dispostos a evitar um varejista que não esteja tentando reduzir o uso de embalagens de materiais não recicláveis. 67% comprariam mais de varejistas que removessem o plástico de suas embalagens.



A ascensão das compras online: notícias positivas para embalagens de papel

A migração dos consumidores para o e-commerce está acontecendo há muitos anos. No entanto, essa tendência foi impulsionada ainda mais pela pandemia. Indivíduos que prefeririam ir a uma loja física, viram-se forçados a aderir ao comércio digital devido às medidas sanitárias necessárias.

A forma de comprar mudou, mas a preocupação com a maneira com que os produtos são entregues, não. 82% dos consumidores preferem que os produtos encomendados online sejam entregues em embalagens com tamanho adequado, demonstrando um desejo em reduzir o desperdício. Outros 61% preferem que os produtos comprados no e-commerce sejam entregues em embalagens de papelão, provavelmente por causa de suas qualidades recicláveis.



Considerações finais

A pesquisa mostra que existem diversos equívocos ambientais em torno da comunicação impressa e de produtos de papel (jornais, revistas, livros, embalagens e papéis sanitários).

Consumidores ainda subestimam a taxa de reciclagem do papel e desconhecem a natureza sustentável dos produtos de papel.

Esses mal-entendidos reforçam a importância do trabalho de Two Sides e da campanha Love Paper, vitais para disseminar informações precisas e desfazer mitos sobre a indústria de papel e seus produtos.

É mais importante do que nunca a abordagem de Two Sides às organizações que fazem marketing com base em afirmações enganosas sobre os impactos ambientais do papel.

48%

dos consumidores acreditam que as empresas que usam alegações ambientais enganosas para reduzir custo.

74%

não querem ser empurrados para a comunicação digital e exigem ter o direito de escolha em como receber suas contas e declarações.

Da mesma forma, é preciso insistir na comunicação direta com os consumidores por meio da campanha Love Paper, a fim de tranquilizá-los sobre a natureza sustentável do papel.

Referências

1 Relatório anual Ibá, 2016

2 Relatório anual Ibá, 2020

3 <https://anap.org.br/2020/11/10/relatorio-anual-2019/> - Relatório Anual ANAP – 2019

4 Belkhir L & Elmeligi A, 2018

5 <http://plataforma.prolivro.org.br/retratos.php>, 2020

**Two Sides América do Norte**

330 North Wabash Avenue
Suite 2000
Chicago, Illinois 60611
USA

Fale com Kathi Rowzie
Telefone: 937-999-7729
Email: kathi@twosidesna.org

**Two Sides UK**

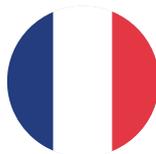
iCon Centre
Eastern Way
Daventry
NN11 0QB
United Kingdom

Fale com Jonathan Tame
Telefone: +44 (0) 1327 262920
Email: jonathan@twosides.info

**Two Sides Alemanha**

Fasanenweg 3
21227 Bendestorf
Germany

Fale com Anne-Katrin Kohlmorgen
Telefone: +49 (0) 40 4140 639-11
Email: anne@twosides.info

**Two Sides França**

23-25 rue d'Aumale
75009 Paris
France

Fale com Jan Le Moux
Telefone: +33 (1) 53 89 24 00
Email: jan@twosides.info

**Two Sides Austria**

Gumpendorfer Strasse 6
1060 Wien
Austria

Fale com Patrick Mader
Telefone: +43 1 588 86 273
Email: patrick@twosides.info

**Two Sides Nórdicos**

Upplandsgatan 84
113 44 Stockholm
Sweden

Fale com Magnus Thorkildsen
Telefone: 00 47 97 58 70 85
Email: magnus@twosides.info

**Two Sides Itália**

Bastioni di Porta Volta, 7
20121 Milano
Italy

Fale com Massimo Ramunni
Telefone: +39 02 29003018
Email: massimo@twosides.info

**Two Sides Brasil e América Latina**

Fale com Fabio Mortara;
Telefone: 55 11 97206-4746
Email: fam@twosides.org.br

**Two Sides Australia & Nova Zelandia**

Suite 6
151 Barkly Avenue
Richmond VIC 3121

Fale com Kellie Northwood
Telefone: 03 9421 2209
Email: kellie@thermc.com.au

**Two Sides África do Sul**

575 Lupton Drive
Midrand
Johannesburg
1682

Fale com Deon Joubert
Email: deon@za.twosides.infoPrint



Papel, cartão e
papelão: uma ótima
história ambiental
para contar



twosides.org.br



lovepaper.org.br