

Pesquisa Mundial

A impressão e o papel impactam o mundo digital

Os resultados de uma pesquisa internacional de Two Sides fornecem informações únicas sobre como a impressão e o papel são vistos, preferidos e confiáveis pelos consumidores em todo o mundo.

Em junho de 2017, um estudo com mais de 10.700 consumidores foi encomendada pela Two Sides e realizada pela Toluna, empresa líder de pesquisas. Foram realizados levantamentos nacionalmente representativos em dez países: Austrália, Brasil, França, Alemanha, Itália, Nova Zelândia, África do Sul, Espanha, Reino Unido e Estados Unidos.

Os resultados revelam uma forte preferência pela impressão quando se trata de leitura recreativa, como livros, revistas, notícias etc. 72% dos respondentes globais preferem livros impressos, em comparação com apenas 9% que preferem livros eletrônicos. Diferenças significativas nos países também foram identificadas: na Alemanha, 75% dos consumidores preferem um jornal impresso, mas na Espanha, apenas 42%.

Não há apenas uma preferência global pelos impressos, mas também há uma maior confiança nessa mídia. 76% de todos os entrevistados acreditam que "notícia falsa" é uma tendência preocupante e apenas 24% confiam nas notícias que lêem nas mídias sociais. Além disso, 63% de todos os entrevistados acreditam que ler notícias em um jornal impresso permite uma compreensão profunda dos fatos.

A pesquisa também revelou que os consumidores têm uma percepção negativa da publicidade on-line. 68% dos entrevistados globais dizem que não prestam atenção aos anúncios on-line e 62% os acham irritantes e geralmente não relevantes. 57% dos entrevistados procuram bloquear ou evitar esse tipo de anúncios.

89% dos consumidores acreditam que devem ter o direito de escolher a forma como recebem suas comunicações (impressas ou eletronicamente) de organizações financeiras e provedores de serviços. Mais de 77% concordam que não devem ser cobrados a mais pela escolha de contas e declarações em papel.

As afirmações comuns que buscam justificar a mudança para o digital, como "Seja Verde – Esqueça o papel" ("Go Green - Go Paperless") e "Salve as árvores" ("Save Trees"), estão criando cada vez mais desconfianças dos consumidores. 62% dos entrevistados acreditam que a mudança para digital visa redução de custos do remetente e melhorar o meio ambiente.

As preocupações com segurança e privacidade também foram evidentes. 71% estão preocupados com suas informações pessoais realizadas eletronicamente que correm o risco de ser pirateadas, roubadas, perdidas ou danificadas e 73% mantêm cópias em papel de documentos importantes em casa, por segurança.

De forma geral, a pesquisa conclui que os consumidores confiam, desfrutam e entendem mais profundamente as informações lidas no impresso, com sinais de fadiga digital e preocupação com a segurança e privacidade da informação eletrônica.

Principais achados em todo o mundo

Preferências de leitura

- França: 85% preferem ler um livro impresso
- Reino Unido: 78% preferem revistas impressas
- Alemanha: 75% preferem jornais impressos
- Austrália: 63% preferem comprar com catálogos impressos
- Brasil: 61% preferem suas contas de energia e serviços públicos impressas

Hábitos de leitura

- Alemanha: 67% lêem um jornal impresso pelo menos uma vez por semana
- EUA: 63% lêem mala direta pelo menos uma vez por semana
- Itália: 57% lêem uma revista impressa pelo menos uma vez por semana
- Espanha: 56% lêem um livro impresso pelo menos uma vez por semana
- Austrália: 54% pesquisam e compram produtos usando um catálogo impresso semanalmente
- França: 35% nunca lêem e-mails de marketing

Notícias confiáveis

- África do Sul: 87% pensam que a notícia falsa (fake news) é uma tendência preocupante
- França: 74% estariam muito preocupados se os jornais impressos fossem desaparecer
- EUA: 71% acreditam que ler notícias em um jornal impresso fornece uma compreensão profunda da história
- França: 62% confiam nas notícias relatadas em jornais impressos
- Nova Zelândia: apenas 17% confiam nas notícias que lêem nas mídias sociais

Sobrecarga digital

- França: 79% pensam que é importante "desligar" e desfrutar de livros e revistas impressas
- EUA: 73% acreditam que ler uma revista impressa é mais agradável do que ler uma revista em um dispositivo eletrônico
- Reino Unido: 72% acreditam que ler um livro impresso é mais agradável do que ler um livro em um dispositivo eletrônico
- Brasil: 67% acreditam que passam muito tempo em dispositivos eletrônicos

- Espanha: 60% estão preocupados com o uso excessivo de dispositivos eletrônicos que podem prejudicar sua saúde

Preferências publicitárias

- Reino Unido: 78% não prestam atenção à maioria dos anúncios on-line
- Austrália: 66% não conseguem se lembrar da última vez que eles clicaram de maneira voluntária em um anúncio on-line
- Alemanha: 64% encontram anúncios em linha irritantes e geralmente não são relevantes
- U.S .: 54% são mais propensos a agir depois de ver um anúncio em um jornal ou uma revista impressa do que se tivessem visto o mesmo anúncio on-line

A convergência para o digital

- África do Sul: 93% acreditam que devem ter o direito de escolher como recebem comunicações de organizações financeiras e prestadores de serviços
- Reino Unido: 84% acreditam se optam por receber contas e declarações eletronicamente, esperam ter a opção de voltar para a comunicação em papel
- EUA: 83% acreditam que não devem ser cobrados mais pela escolha de faturas ou declarações de papel
- Espanha: 79% estão cada vez mais preocupados que a sua informação pessoal realizada eletronicamente, corre o risco de ser pirateada, roubada, perdida ou danificada
- França: 74% acham mais fácil rastrear despesas e gerenciar finanças quando esta é impressa em papel

Nota para editores

Sobre Two Sides

Two Sides é uma iniciativa global de empresas da indústria de comunicações gráficas, incluindo silvicultura, celulose, papel, tintas e produtos químicos, pré-imprensa, imprensa, acabamento, publicação, impressão, envelopes e operadores postais. Nosso objetivo comum é promover a sustentabilidade do setor de comunicações gráficas e dissipar os equívocos ambientais comuns, fornecendo aos usuários informações verificáveis sobre por que impressão e papel são um meio de comunicação atraente, prático e sustentável.

Para obter mais informações sobre o relatório ou para saber mais sobre os dois lados, entre em contato conosco.