automotive news
Kiadta a Smarter Média Kommunikációs Ügynökség (https://news.smartermedia.hu)

A Toyota leállítja a papíralapú prospektusok gyártását a környezetvédelem jegyében

A világ legnagyobb autógyártója 2025-től nem biztosít többé papírra nyomtatott, termékeket bemutató prospektusokat és brosúrákat Japánban, helyette érintőképernyőről elérhető okoskatalógusok használatát támogatja a márkakereskedésekben.

Az autóvásárlók és az autók iránt megszállottan érdeklődő kamaszok többsége hozzászokott ahhoz, hogy a nagy autókiállításokon és a márkakereskedésekben prospektusokat gyűjtsön. Előbbiek azért teszik ezt, hogy többet tudjanak meg a kívánt modellről, és össze tudják hasonlítani azt a riválisok kínálatával, utóbbiak pedig egyszerűen ingyenes olvasnivalóra, emlékre vágynak, amelyből a kedvenc típusaik képét akár ki is vághatják. Ma azonban már más idők járnak, az autós témájú weboldalak és a gyártók által bárki számára biztosított online prospektusok valódi, környezetbarát alternatívaként szolgálnak a nyomtatott brosúráknak. A Toyota legalábbis így gondolja, ezért nemrég bejelentette, hogy 2025-től kezdve Japánban nem ad ki több papíralapú termékprospektust, amivel csökkenti a működésével kapcsolatos környezetterhelést.

„Sok éven keresztül papír termékkatalógusokat biztosítottunk, de a fenntartható fejlődési célok és a szén-dioxid-semleges kezdeményezések további támogatása érdekében 2025 januárjától leállítjuk a Toyota márkájú járművekhez készült összes papírkatalógus gyártását és nyomtatását” – olvasható az autógyár hivatalos közleményében.

Eddig a japán piacra gyártott, papírból készült termékkatalógusokhoz évente körülbelül 7000 tonna papírt használt fel a Toyota, amihez nagy mennyiségű fára volt szükség, de a gyártás, a szállítás, a tárolás és a hulladék papír újrahasznosítása is sok problémát – és szén-dioxid-kibocsátást – okozott. A most bejelentett változás az előrejelzések szerint évente körülbelül 11 ezer tonnával csökkenti majd a szén-dioxid-kibocsátást a Toyota Coniq Alpha intézet kutatása szerint.

Természetesen a japán autóvásárlók és érdeklődők nem maradnak terméktájékoztatók nélkül 2025 után sem. Fokozatosan bevezetik ugyanis a digitális terminálokon keresztül elérhető „intelligens” katalógusokat a Toyota márkakereskedésekben egész Japánban, hogy vonzóbb autóválasztási élményt nyújtsanak a vásárlóknak. Ezek az „okoskatalógusok” nagyfelbontású képernyővel szerelt táblagépeket használnak majd, hogy egyedi digitális tartalmat nyújtsanak: például a jármű tulajdonságait könnyen érthető videók és számítógépes grafikák segítségével mutatják be, valamint több modell műszaki adatainak és felszereltségének egymás melletti összehasonlítására is lehetőségét biztosítanak. Természetesen a hagyományos katalógusok PDF-változatai továbbra is elérhetőek lesznek a Toyota japán weboldalán, ha valaki inkább azokat preferálná.

2022-ben jelentette be a Toyota, hogy 2040-re Európában, 2050-re pedig globálisan teljes

karbonsemlegességet érne el, a papíralapú prospektusok megszüntetése csak egy apró lépés az ehhez vezető úton. Bár a változás egyelőre csak a Toyota japán márkakereskedőit érinti, hasonló stratégia más piacokon is várható az autógyártó kibocsátáscsökkentő céljainak eszközeként. A lépés talán elkeserít néhány régi vágású autórajongót és prospektusgyűjtőt, de jó esély van rá, hogy a vásárlók új generációja az okokat ismerve boldogan mond le a papírról a képernyők javára. Ezt a tendenciát már bizonyítja a nyomtatott magazinok eladásának jelentős csökkenése az utóbbi két évtizedben, a közösségi média és az online újságok korában.

Fotók: *CarsCoops, Coroflot*

Forrás:
https://news.smartermedia.hu/nemzetkozi-hirek/toyota-leallitja-papiralapu-prospektusok-gyartasat-kornyezetvedelem-jegyeben