

## L'EMBALLAGE EN 2024 VU PAR LES FRANÇAIS ET LA COMMUNAUTE ALL4PACK

La perception de l'emballage par les consommateurs a considérablement évolué ces dernières années, influencée par des facteurs économiques, environnementaux et socioculturels. De ce fait, les industriels sont appelés à faire bouger les lignes et innover continuellement, en intégrant des pratiques durables et des évolutions réglementaires permanentes.

Dans ce contexte, ALL4PACK EMBALLAGE PARIS, salon international précurseur des solutions durables d'emballage et d'intralogistique, catalyseur essentiel pour la croissance et la compétitivité de la filière, est une véritable source d'inspiration. A cet égard, le salon se distingue en mettant en lumière les innovations les plus responsables et en décryptant les réglementations et les évolutions du marché.

Aujourd'hui, et à quelques mois de l'ouverture de sa prochaine édition (du 4 au 7 novembre 2024, à Paris-Nord-Villepinte), le salon a souhaité interroger sa communauté (fournisseurs d'emballage et industries utilisatrices) ainsi que les consommateurs, au travers de deux enquêtes menées pour établir un "bulletin de santé" de l'emballage en France en 2024.

Ce dernier confirme l'impact toujours plus fort des facteurs environnementaux sur les choix des consommateurs qui restent en attente d'alternatives. Il livre également un éclairage sur les attentes et initiatives de la communauté ALL4PACK EMBALLAGE PARIS au regard des arbitrages envisagés pour répondre aux enjeux environnementaux, économiques et réglementaires.

### UNE ENQUÊTE D'ALL4PACK EMBALLAGE PARIS / OPINIONWAY (AVRIL 2024) LES FRANÇAIS ET LES EMBALLAGES DES PRODUITS

#### 1. DES FRANÇAIS ATTENTIFS AUX EMBALLAGES :

Les résultats de l'enquête s'inscrivent dans une dynamique positive. La majorité des français sont en effet attentifs aux emballages des produits qu'ils achètent. Néanmoins, pour l'emballage comme pour la consommation en général, les sensibilités en termes d'esthétique, de fonctionnalité et d'impact environnemental se dessinent en fonction de l'âge.

- **Près de deux tiers des Français (63%) sont attentifs à l'emballage du produit lors de leurs achats (66% des hommes et 61 % des femmes).**
  - La praticité de l'emballage est un critère particulièrement important pour 70% des consommateurs.
  - Les mentions environnementales jouent également un rôle significatif : un peu plus de la moitié des Français (55%) tient compte des informations relatives à l'impact écologique des emballages et près de 57 % des femmes.



Selon l'âge, les critères exprimés en termes d'impact varient :

- L'aspect graphique **ne joue que dans une moindre mesure pour les français de plus de 50 ans**, moins d'1 sur deux (soit 41%) étant sensible à **l'attractivité visuelle de l'emballage**.
- **En revanche, les "millennials"**, jeunes de moins de 35 ans, accordent une importance plus forte à la **dimension esthétique** de l'emballage, avec 58% d'entre eux attentifs à l'attractivité visuelle et 56% au design.
- **Les "baby-boomers"**, âgés de 65 ans et plus, privilégient **la praticité** de l'emballage (76%).

Concernant les catégories socio-professionnelles, **les CSP +** portent une attention particulière aux **mentions environnementales** présentes sur les emballages : 60% (vs 57% des catégories populaires et 50% des inactifs).

- **D'une façon générale, la grande majorité des français (87%) fait le lien entre suremballage et protection de l'environnement, reflétant une sensibilisation croissante aux pratiques durables.**

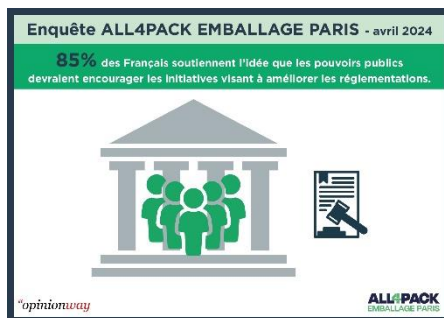
Par ailleurs, 2/3 des français observent une amélioration significative dans la conception des emballages ces dernières années, avec une réduction de la quantité et un choix de matériaux plus respectueux de l'environnement (67%). De plus, 6 français sur 10 notent que de plus en plus de marques proposent des emballages réutilisables (58%).



- **Les Français les plus jeunes et les familles avec enfants perçoivent davantage les efforts des marques à proposer des emballages réutilisables : 65% des jeunes** contre 55% des 35 ans et plus, tout **comme les familles avec enfants (67% contre 51% des familles sans enfants)**.

## 2. DES CONSOMMATEURS "ÉCO-CONSCIENTS" EN ATTENTE DE CHANGEMENT :

- Les Français, de plus en plus éco-conscients, attribuent aux emballages un rôle important en matière de protection de l'environnement et formulent des attentes à ce sujet notamment envers des pouvoirs publics.



○ **85% des français soutiennent l'idée que les pouvoirs publics devraient encourager les initiatives visant à améliorer les réglementations** environnementales des emballages.

○ **82% d'entre eux se sentent trop souvent confrontés à des emballages excessifs** dans leurs achats au quotidien, alors que **79% considèrent que la plupart des emballages des produits achetés sont inutiles et qu'ils peuvent tromper** le consommateur sur la quantité réelle des produits.

- **Néanmoins, 67% des personnes interrogées constatent une amélioration depuis quelques années** (moins d'emballage, des matières plus respectueuses de l'environnement) et 58% constatent que de plus en plus de marques proposent des **emballages réutilisables**.

- La quasi-totalité des français (**93%**) expriment la **volonté de choisir des produits aux emballages respectueux de l'environnement**, qu'ils soient fabriqués à partir de matériaux recyclés, biodégradables ou renouvelables.

Cette volonté se manifeste lorsque le produit répond à leurs besoins, indépendamment de la marque, et lorsque le coût reste compétitif par rapport aux alternatives non écologiques, chacun de ces critères recueillant 41% des préférences.



Parmi eux :

- **16% des consommateurs sont positivement influencés par la réputation environnementale des marques, et 14% seraient enclins à choisir des options écoresponsables** si les produits concurrents étaient excessivement suremballés.
- **21% des Français affirment déjà prioriser systématiquement ce type d'emballage**, quel que soit le produit ou la marque, démontrant un engagement profond et pratiqué pour des choix de consommation durable.

Selon l'âge, la sensibilité aux solutions éco-responsables d'emballages varie :

- **27% des personnes âgées de 50 ans et plus sont plus enclines à choisir des produits mieux emballés s'ils sont locaux**, contre seulement 19% chez les moins de 50 ans.
- **Les plus jeunes se montrent plus réceptifs aux alternatives des produits suremballés** : 18% des personnes interrogées de moins de 35 ans se disent prêtes à opter pour de telles options contre 12% de ceux âgés de 35 ans et plus.

## UNE ENQUETE ALL4PACK EMBALLAGE PARIS (MAI 2024)

### FOURNISSEURS D'EMBALLAGE/INDUSTRIES UTILISATRICES, LA VISION PARTAGÉE DES MEMBRES DE LA COMMUNAUTÉ

Confrontés à de nombreuses évolutions, en termes de consommation et de réglementations, les fournisseurs d'emballages sont conscients de la nécessité de faire évoluer leurs produits face aux attentes des industries utilisatrices et distributeurs. Tous s'accordent sur le rôle essentiel joué par l'emballage lors de la mise sur le marché d'un produit de grande consommation : **95% des personnes interrogées estiment que l'emballage est crucial.**

Cependant, ils doivent prendre en compte de nombreux critères tels que les délais de production, le coût des matières premières, la conformité en termes de normes sanitaires et de sécurité, l'impact du produit sur l'environnement...

Dans ce contexte, l'enquête ALL4PACK EMBALLAGE PARIS, menée auprès de 248 entreprises, pour la plupart en France, (industries utilisatrices, fabricants d'emballage et distributeurs), livre de nombreux enseignements sur l'état d'esprit des membres de cette communauté.

#### ▪ DES ATTENTES EN TERMES DE TRANSITION

Les industries utilisatrices et distributeurs, attendent des fabricants d'emballage une réponse à leurs préoccupations principales :

- **68%** d'entre eux veulent des emballages faciles à recycler ;
- **50%** des personnes interrogées expriment une préférence pour des emballages intégrant une part de matière recyclée ;
- Enfin, **45%** d'entre eux souhaitent des emballages allégés.

Par ailleurs, 46 % des personnes interrogées attendent des innovations fonctionnelles et plus de praticité quand 38% souhaitent des innovations permettant de limiter le gaspillage en informant mieux sur les DLC (dates limite de consommation).



## LE PLASTIQUE EN QUESTION

Dans sa grande majorité, la communauté ALL4PACK EMBALLAGE PARIS, consciente de la nécessité d'une transition, se questionne sur l'usage du plastique, au regard de son impact environnemental, et entrevoit des solutions alternatives plus durables :

- **65%** des industriels et distributeurs interrogés attendent des fabricants d'emballages une alternative au plastique ;
- **54%** des fabricants, déclarent que l'utilisation du plastique devrait être réduite au cours des deux prochaines années, grâce aux innovations et à une possible substitution vers d'autres matériaux ;
- **60%** pensent en effet que l'utilisation de plastiques recyclés ou biosourcés sera omniprésente alors que **44%** tendent vers des complexes fibreux contenant toujours moins de plastique.

## DES FACTEURS D'INNOVATION MULTIPLES



Parmi les facteurs d'innovation, les **changements observés chez les consommateurs** peuvent avoir un impact indéniable sur l'industrie :

- Une demande croissante pour des emballages réemployables (**40%**) ;
- Une baisse importante d'achats de produits dans des emballages en plastique (**38%**) ;
- Un abandon des produits contenus dans des emballages non recyclages (**35%**).

Par ailleurs, face aux enjeux environnementaux, l'industrie de l'emballage déclare avoir plusieurs sources de motivations pour **utiliser des matériaux d'emballage respectueux de l'environnement** :

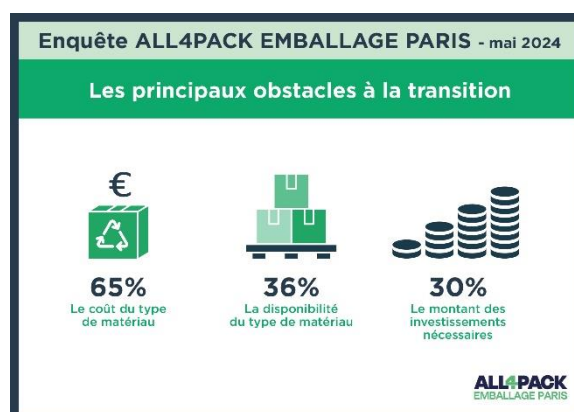
- Les attentes des consommateurs pour 60% d'entre eux ;
- Les objectifs d'optimisation de l'impact RSE de l'entreprise ( 58%) ;
- Les changements de législation qui les y contraignent (45%) ;



## DES OBSTACLES SUR LA VOIE DE LA TRANSITION

Malgré leur volonté de réduire l'utilisation du plastique dans leurs solutions, les entreprises utilisatrices et d'adopter des systèmes plus responsables, industries utilisatrices et fabricants d'emballage se retrouvent confrontés à **3 obstacles principaux** :

- Le coût du type de matériau à 65% ;
- La disponibilité du type de matériau à 36% ;
- Le montant des investissements nécessaires à 30%.



**Plus d'informations sur demande.**

### **À propos d'ALL4PACK Emballage Paris**

*Événement international généraliste, organisé tous les deux ans, ALL4PACK EMBALLAGE PARIS est une véritable référence dans l'écosystème Emballage et Intralogistique. Aujourd'hui, le salon a pour mission d'accompagner les professionnels à faire face à une révolution sans précédent et à relever les nouveaux défis écologiques qui s'imposent à eux. Pour cela, il concentre toutes les innovations, les tendances et les expertises au service des industries utilisatrices. Il propose une approche globale pour des solutions spécifiques, durables et responsables afin de répondre aux problématiques de performance des professionnels du secteur : emballages, machines, logistique. Ce salon unique réunit les plus grands décideurs de 11 secteurs industriels : Agro-Alimentaire, Beauté & Hygiène, Biens de consommation, Biens industriels, Boissons & Liquides, Distribution E-Commerce, Luxe, Pharmacie & Santé, Services, Transport & Logistique, autres Multi-industries...*

*En 2022, le salon a accueilli 1 100 exposants, dont 51 % d'internationaux, et 45 000 professionnels, dont 32 % d'internationaux.*

*Pour en savoir plus : [www.all4pack.com](http://www.all4pack.com)*

### **Service de presse : Rumeur Publique**

Contacts : Jérôme Saczewski – Laurence Bachelot 06 84 05 97 54

Eglantine Douchy 06 46 56 20 00 – Marine Broustal 06 21 70 40 07

[all4pack@rumeurpublique.fr](mailto:all4pack@rumeurpublique.fr)