

Les préférences des consommateurs européens en matière d'emballage en 2020

Une étude européenne sur les préférences, les perceptions et les comportements des consommateurs concernant l'emballage.

Le Papier et l'Imprimé :
une belle relation avec
l'environnement



www.fr.twosides.info

Introduction

Une étude auprès de 5 900 consommateurs européens a été réalisée en ligne au mois de mars 2020 par l'institut Toluna, pour le compte de Two Sides.

Cette étude a été menée auprès d'un échantillon représentatif de consommateurs en Allemagne (1 000 personnes), en Autriche (500), au Danemark (350), en Finlande (350), en France (1 000), en Italie (1 000), en Norvège (350), au Royaume-Uni (1 000) et en Suède (350).

Elle vise à analyser et comprendre les préférences, les perceptions et les comportements des consommateurs à l'égard des emballages.



Jonathan Tame

Directeur général,
Two Sides Europe

« L'emballage fait l'objet d'une attention plus importante que jamais et participe activement à la mise en place d'une économie circulaire. Les consommateurs sont de plus en plus attentifs aux emballages des produits qu'ils achètent. Les marques et les enseignes en sont conscientes. Elles recherchent de nouvelles solutions et font évoluer leurs choix de conception d'emballage. La culture du "produire, utiliser, jeter" évolue progressivement et nettement.

Pour mieux comprendre les perceptions des consommateurs en matière d'emballage, nous avons demandé à un institut indépendant de réaliser cette étude. Les résultats montrent une préférence des consommateurs pour les emballages en papier/carton du fait de leurs caractéristiques environnementales, telles que la recyclabilité et la compostabilité, ainsi que pour de nombreux critères pratiques, tels que la facilité de rangement. Le verre, quant à lui, est identifié pour des caractéristiques telles que sa possible réutilisation ou la protection du produit. Le plastique, en revanche, n'est le mieux classé par les consommateurs pour aucun de ces critères.

L'enquête a également révélé que les consommateurs en Europe sont prêts à modifier leurs comportements afin de faire des achats plus durables. Beaucoup sont prêts à dépenser plus pour des produits emballés dans des matériaux responsables et près de la moitié d'entre eux déclare qu'ils éviteraient même les enseignes ou les marques dont ils considèrent qu'elles ne font pas assez d'efforts.

Ces changements dans les habitudes d'achat soulignent la nécessité pour le secteur de la grande consommation de faire mieux connaître ses réalisations en matière d'environnement, ainsi que la nécessité de sensibiliser davantage les consommateurs aux labels et certifications environnementales.

Nous espérons que cette étude vous sera utile et alimentera vos réflexions. Bonne lecture ! »

Sommaire

3. Principaux Résultats
4. Préférences En Matière D'emballage
6. L'importance Des Certifications Environnementales
8. Comportements En Matière D'emballage
10. Perception Des Efforts Des Enseignes De Distribution
11. Connaissance Des Taux De Recyclage
12. Le Sac De Courses
14. Bilan
15. Contacts

A propos de Two Sides

Two Sides est une initiative mondiale à but non lucratif qui informe sur la performance environnementale du papier/carton et de l'imprimé. Les membres de Two Sides en couvrent l'ensemble de la chaîne de valeur : foresterie, pâte à papier, recyclage, production de papier, encres et additifs, finition, édition, impression, enveloppes et opérateurs postaux. L'adhésion à Two Sides démontre l'engagement de ses adhérents envers l'environnement et leur volonté constante d'améliorer leurs pratiques.

Contacter Two Sides

Pour en savoir plus sur Two Sides, contactez-nous :
<http://fr.twosides.info>
France@twosides.info

Principaux Résultats

Préférences en matière d'emballage :

- Les emballages en papier/carton sont les mieux positionnés par les consommateurs pour plusieurs caractéristiques liées à leur durabilité, notamment parce qu'ils sont identifiés comme compostables à domicile (72 %), plus faciles à recycler (57 %), et plus généralement comme meilleurs pour l'environnement (62 %).
- L'emballage en verre est privilégié pour certaines caractéristiques, notamment sa possible réutilisation (55 %) et une meilleure protection des produits (51 %).

Comportement des consommateurs :

- 70 % des consommateurs déclarent agir activement pour réduire leur utilisation d'emballages en plastique.
- 48 % des consommateurs disent qu'ils éviteraient les marques ou enseignes qui ne chercheraient pas à réduire l'utilisation d'emballages plastiques non recyclables.
- 58 % des Européens estiment que l'utilisation d'emballages non recyclables devrait être découragée par des mesures fiscales.

Achats en ligne :

- 66 % des consommateurs indiquent préférer lorsque les produits commandés en ligne sont livrés dans des emballages en papier/carton plutôt qu'en plastique.
- 73 % des consommateurs sont sensibles à ce que les produits commandés en ligne soient livrés dans un emballage adapté, c'est-à-dire qui ne soit pas trop grand par rapport au produit qu'ils ont acheté.

Perceptions du recyclage :

- Le papier/carton est identifié comme le matériau d'emballage le plus recyclé, 30 % des consommateurs estimant son taux de recyclage européen à plus de 60 % (estimation qui est même sous-évaluée, puisqu'en réalité, 85 % des emballages en papier carton sont recyclés en Europe*).
- 23 % des consommateurs pensent que le verre présente un taux de recyclage supérieur à 60 %. (De fait, les emballages en verre ont un taux de recyclage de 74 %*).
- 17 % des consommateurs estiment que le métal a un taux de recyclage supérieur à 60 %. (Les emballages métalliques ont un taux de recyclage de 80 %*).
- Le plastique est identifié comme le matériau d'emballage le moins recyclé. 12 % des consommateurs surestiment cependant son taux de recyclage, pensant qu'il est supérieur à 60 % (les emballages en plastique ont un taux de recyclage de 42% en Europe*).

Labels environnementaux :

- 64 % des consommateurs interrogés indiquent connaître le label FSC® (Forest Stewardship Council®), et 55 % le label PEFC™ (Programme de reconnaissance des certifications forestières™).
- La boucle de Möbius (indiquant qu'un emballage est recyclable) est le logo le plus reconnu en Europe, par 86 % des personnes interrogées. Il est également considéré comme le marquage le plus important par les consommateurs.

Sacs de courses :

- Interrogés sur leur préférence, les consommateurs ont classé les sacs en papier au premier rang pour des caractéristiques environnementales telles que la recyclabilité (52 %), la compostabilité (47 %) et le fait qu'ils soient fabriqués à partir d'un matériau renouvelable (43 %).
- Les sacs en coton/tissu sont bien classés en ce qui concerne les caractéristiques physiques telles que le toucher (59 %), la solidité (55 %) et l'attrait (52 %).

*Eurostat, 2017.

Préférences En Matière D'emballage

Le marché européen de l'emballage représentait 195 milliards d'euros en 2018, et devrait atteindre 214 milliards d'euros en 2023 (source : packagingeurope.com, 2019). L'emballage joue un rôle extrêmement important dans la décision d'achat d'un consommateur, car il lui permet d'identifier des informations essentielles de conservation, de préparation ou de composition et parce qu'il est utile pour protéger, transporter et conserver le produit qu'il contient. L'emballage peut prendre de multiples formes. Aujourd'hui les entreprises innovent constamment pour le faire évoluer et améliorer ses caractéristiques techniques et environnementales.

La durabilité est un sujet d'intérêt majeur pour l'industrie de l'emballage, car l'emballage est jeté après que le produit a été acheté, déballé et utilisé. Il est donc important de comprendre la perception qu'ont les consommateurs de l'impact environnemental des différents matériaux d'emballage.

En plus de comprendre leur perception des caractéristiques environnementales, telles que la recyclabilité ou la compostabilité d'un matériau, les consommateurs interrogés ont également été invités à choisir leurs matériaux préférés en fonction de caractéristiques pratiques et visuelles, telles que la protection du produit ou la facilité d'ouverture/fermeture.

Dans un premier temps, nous avons interrogé les répondants sur 4 matériaux d'emballage différents : papier/carton, verre, plastique et métal. Pour 15 caractéristiques différentes, ils ont été invités à choisir le matériau qui leur semblait le mieux convenir à chacune d'entre elles. Le papier/carton a été préféré aux autres matériaux pour 10 caractéristiques, le verre pour 4, le métal pour 1 et le plastique pour aucune.

Le papier/carton est le matériau préféré pour les 10 propriétés suivantes

COMPOSTABLE À DOMICILE

72 %

- 72 % des consommateurs en moyenne ont sélectionné le papier/carton pour cette caractéristique. Cette proportion est particulièrement élevée en Autriche (77 %), en Allemagne (74 %) et en Italie (76 %).
- Vient ensuite le verre, avec 6 %.

MEILLEUR POUR L'ENVIRONNEMENT

63 %

- 63 % des consommateurs en moyenne ont sélectionné le papier/carton. Cette préférence est particulièrement marquée au Royaume-Uni (69 %), en Italie (64 %) et au Danemark (69 %).
- Le verre est le matériau arrivant en seconde position, avec 27 %.

LÉGÈRETÉ

62 %

- 62 % des consommateurs en moyenne ont sélectionné le papier/carton. Cette proportion est particulièrement élevée en Italie (69 %), au Royaume-Uni (66 %) et en Autriche (66 %).
- Le plastique arrive en deuxième position pour 26 %.

PLUS FACILE À RECYCLER

57 %

- 57 % des consommateurs en moyenne ont sélectionné le papier/carton en moyenne. Cette préférence est particulièrement marquée au Royaume-Uni, en Autriche, en Suède et en Norvège (61 % chacun).
- Le verre vient ensuite, avec 28 %.

MOINS CHER

54 %

- 54 % des consommateurs en moyenne ont sélectionné le papier/carton. Ce choix est particulièrement marqué au Royaume-Uni (63 %), en Italie (56 %) et en Suède (58 %).
- Le plastique arrive en deuxième position avec 22 %.

PLUS FACILE À OUVRIR/FERMER

41 %

- 41 % des consommateurs en moyenne ont sélectionné le papier/carton. Cette préférence est particulièrement marquée au Royaume-Uni (52 %) et en Finlande (49 %).
- Le verre vient ensuite, avec 31 %.

PLUS FACILE À RANGER

41 %

- 41 % des consommateurs en moyenne ont sélectionné le papier/carton. Ce choix est particulièrement marqué en Autriche (52 %), en Italie (48 %) et en Allemagne (47 %).
- Vient ensuite le verre, avec 21 %.

PLUS PRATIQUE

40 %

- 40 % des consommateurs en moyenne ont sélectionné le papier/carton. Cette proportion est particulièrement élevée en Italie (48 %), en Suède (44 %) et au Royaume-Uni (41 %).
- Le plastique arrive en deuxième position avec 26 %.

PLUS SÛR À UTILISER

37 %

- 37 % des consommateurs en moyenne ont sélectionné le papier/carton. Ce choix est particulièrement marqué en Finlande (56 %) et au Royaume-Uni (53 %).
- Vient ensuite le verre, avec 31 %.

MEILLEURE INFORMATION SUR LES PRODUITS

36 %

- 36 % des consommateurs en moyenne ont sélectionné le papier/carton. Ce choix est particulièrement marqué en Italie (49 %) et en Finlande (42 %).
- Vient ensuite le verre, avec 21 %.

Le verre est le matériau préféré pour les 4 caractéristiques suivantes

RÉUTILISABLE

55 %

- 55 % des consommateurs en moyenne ont sélectionné le verre, particulièrement en Autriche (70 %) et en France (66 %).
- Le papier arrive en deuxième position avec 22 %.

UNE MEILLEURE PROTECTION

51 %

- 51 % des consommateurs en moyenne ont sélectionné le verre. Ce choix est particulièrement marqué en Italie (70 %) et en France (64 %).
- Le métal et le plastique viennent ensuite, avec 15 %.

ASPECT ET SENSATION

41 %

- 41 % des consommateurs en moyenne ont sélectionné le verre, particulièrement en France (50 %) et en Autriche (47 %).
- Le papier arrive en deuxième position avec 28 %.

MEILLEURE IMAGE DE MARQUE

39 %

- 39 % des consommateurs en moyenne ont sélectionné le verre. Ce choix est particulièrement mis en avant en Allemagne (49 %) et en Italie (48 %).
- Le papier arrive en deuxième position avec 31 %.

Le métal est le matériau préféré pour la caractéristique suivante

RÉSISTANCE / ROBUSTESSE

51 %

- 51 % des consommateurs en moyenne ont sélectionné le métal. Ce choix est particulièrement marqué en Finlande (58 %) et en Norvège (56 %).
- Le verre vient ensuite, avec 22 %.

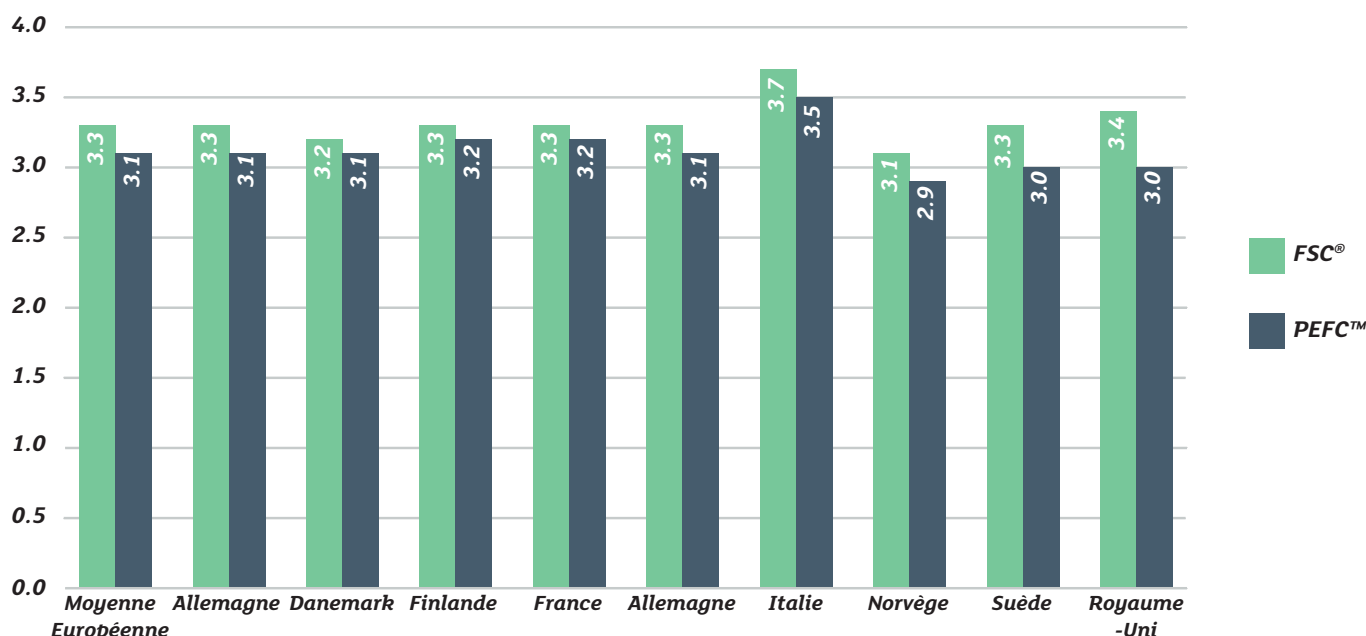
L'importance Des Certifications Environnementales

Les labels et marquages environnementaux constituent une caractéristique importante de l'emballage car ils apportent une garantie aux consommateurs concernant les propriétés environnementales d'un emballage et éventuellement du produit lui-même, ce qui peut influencer sur leurs décisions d'achat. Les labels et marquages environnementaux étudiés ici concernent les systèmes de certification de la gestion durable des forêts, la recyclabilité et la compostabilité. Les personnes interrogées ont été invitées à indiquer l'importance qu'elles accordent à chaque label environnemental considéré.

Les consommateurs ont été invités à évaluer l'importance qu'ils attribuent à une sélection de labels et marquages environnementaux, en utilisant une note de 1 à 5 (1 pour le moins important et 5 pour le plus important). Ils pouvaient également indiquer "ne pas connaître ce label".

Les deux premiers labels concernaient des systèmes de certification de la gestion durable des forêts. 60 % des consommateurs européens ont indiqué connaître les deux principaux labels de certification forestière, à savoir le label FSC® (Forest Stewardship Council) pour 64 % et le label PEFC™ (Programme for the Endorsement of Forest Certification) pour 55 %.

Classement du rang d'importance des labels FSC® et PEFC™ par pays



FSC®

L'enquête a révélé que 64 % des consommateurs européens connaissent l'existence de ce label. Les pays où les consommateurs sont les plus sensibilisés au FSC sont l'Italie (74 %) et le Royaume-Uni (73 %). La Norvège est le pays qui connaît le moins ce label, avec 51 %. Les personnes interrogées qui connaissent le label FSC lui ont attribué une note moyenne de 3,5/5 pour l'importance. Il est perçu comme le plus important en Italie (3,7/5) et au Royaume-Uni (3,4/5).

PEFC™

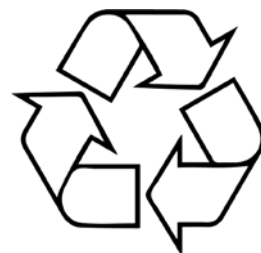
L'enquête a révélé que 55 % des consommateurs européens connaissent ce label. Les pays les plus sensibilisés au PEFC sont l'Italie (67 %) et la France (60 %). La Norvège est le pays qui connaît le moins ce label, avec 41 %. Les personnes interrogées connaissant le label PEFC lui ont attribué une note moyenne de 3,1/5 pour l'importance. Il est perçu comme le plus important en Italie (3,5/5) et en France (3,2/5).



Boucle de Möbius

Ce marquage indique qu'un objet est recyclable, c'est-à-dire qu'un dispositif de collecte existe à une échelle suffisante sur le territoire pour que cet objet puisse être orienté vers une installation où il sera effectivement recyclé.

86 % des consommateurs connaissent ce marquage (boucle de Möbius) et lui ont attribué une note moyenne d'importance de 3,7/5. Cela indique l'importance donnée à cette caractéristique de l'emballage, quel que soit le matériau. La Finlande (93 %), la Suède (92 %) et l'Italie (89 %) sont les pays où la boucle de Möbius est la plus identifiée.



Le Point vert

Le Point vert ne signifie pas nécessairement que l'emballage est recyclable ou qu'il a été recyclé. Il est apposé sur les emballages dans certains pays européens et signifie que le producteur a contribué au financement de la collecte et du tri des emballages ménagers en vue de leur recyclage.

84 % des répondants connaissent l'existence de ce marquage. Le Point vert a également obtenu une note moyenne d'importance de 3,6/5. Les consommateurs sont particulièrement attentifs à ce marquage en Allemagne (93 %) et en Autriche (89 %).



L'écolabel européen

L'écolabel européen est un label d'excellence environnementale qui est attribué aux produits et services répondant à des normes environnementales élevées aux différents stades de leur cycle de vie.

61 % des consommateurs européens disent connaître ce label. La note moyenne d'importance attribuée à ce label est de 3,4/5. L'écolabel européen est particulièrement identifié par les consommateurs en Allemagne (93 %), en Autriche (89 %) et en France (85 %).



Marquage compostable

Les produits certifiés compostables industriellement selon la norme européenne EN 13432/14955 peuvent porter ce marquage.

45 % des consommateurs européens reconnaissent ce label, avec un score d'importance de 3,1/5. Les consommateurs sont les plus attentifs à ce label en Italie (60 %), au Royaume-Uni (47 %) et en Finlande (43 %).



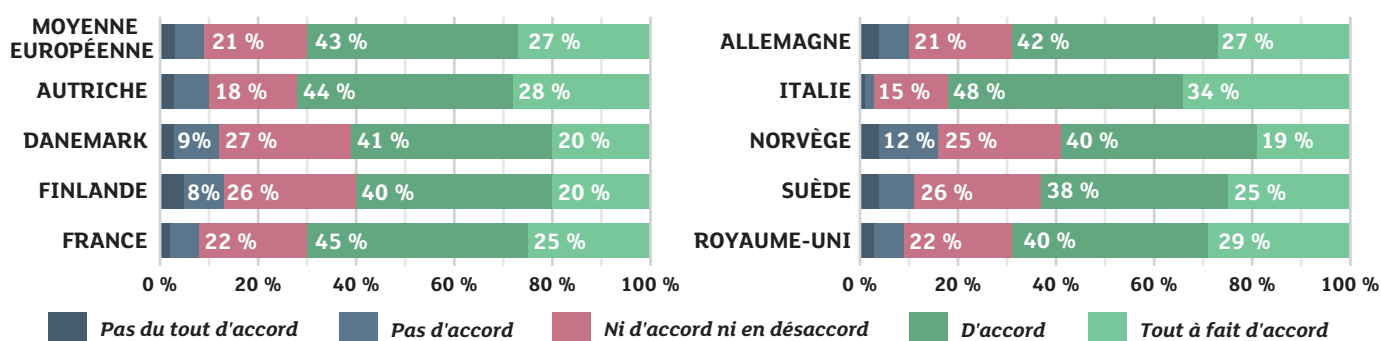
compostable

Comportements En Matière D'emballage

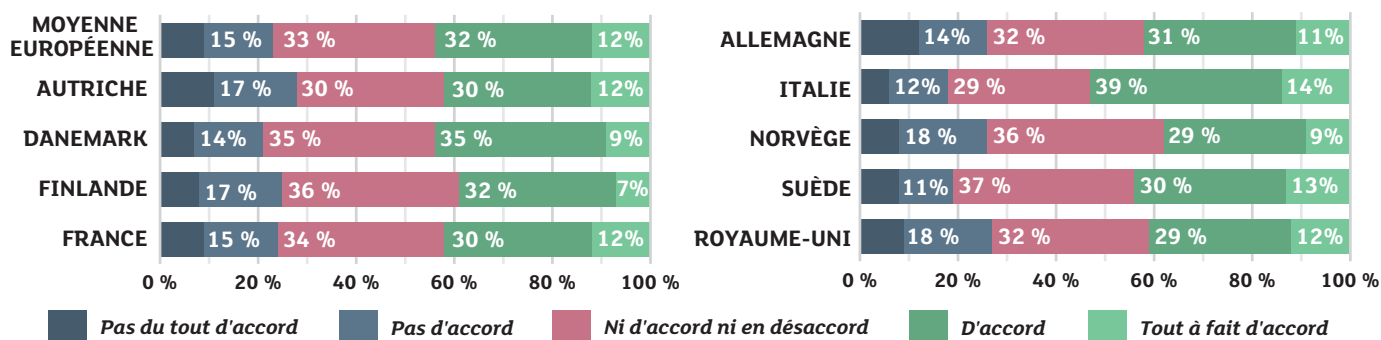
Les consommateurs sont de plus en plus conscients de l'impact de l'emballage sur l'environnement, ce qui incite les marques et les enseignes de distribution à faire évoluer la conception et le bilan écologique de l'emballage de leurs produits.

Pour analyser les perceptions des consommateurs, les répondants ont été invités à dire dans quelle mesure ils sont d'accord avec les affirmations suivantes :

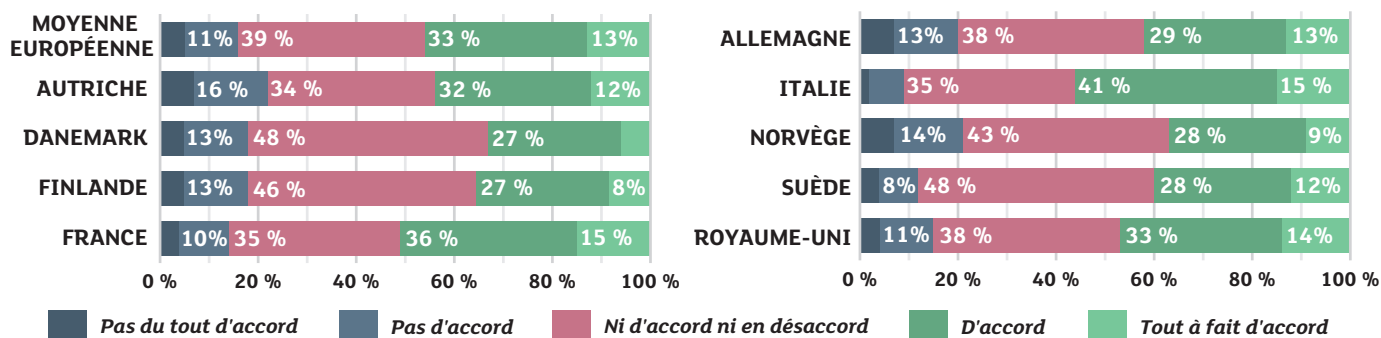
« J'agis activement pour réduire mon utilisation d'emballages en plastique. »
70 % des répondants sont d'accord, ou tout à fait d'accord.



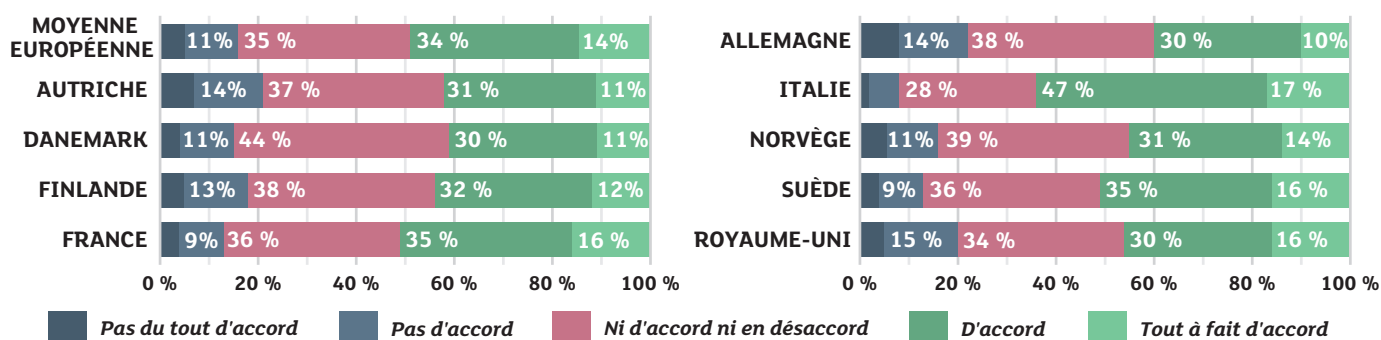
« Je serais prêt à dépenser plus pour un produit s'il est emballé avec des matériaux durables. »
44 % des répondants sont d'accord ou tout à fait d'accord.



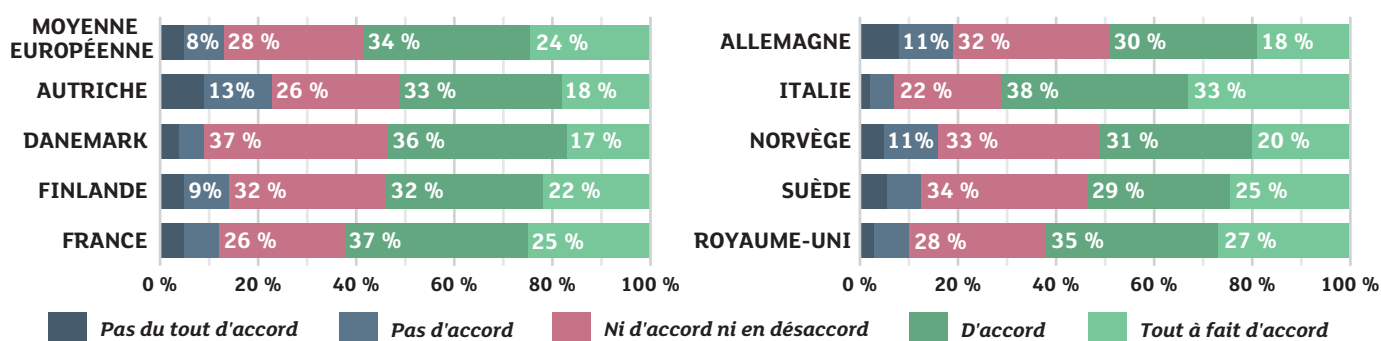
« J'achète maintenant davantage chez les enseignes qui suppriment le plastique de leurs emballages. »
46 % des répondants sont d'accord ou tout à fait d'accord.



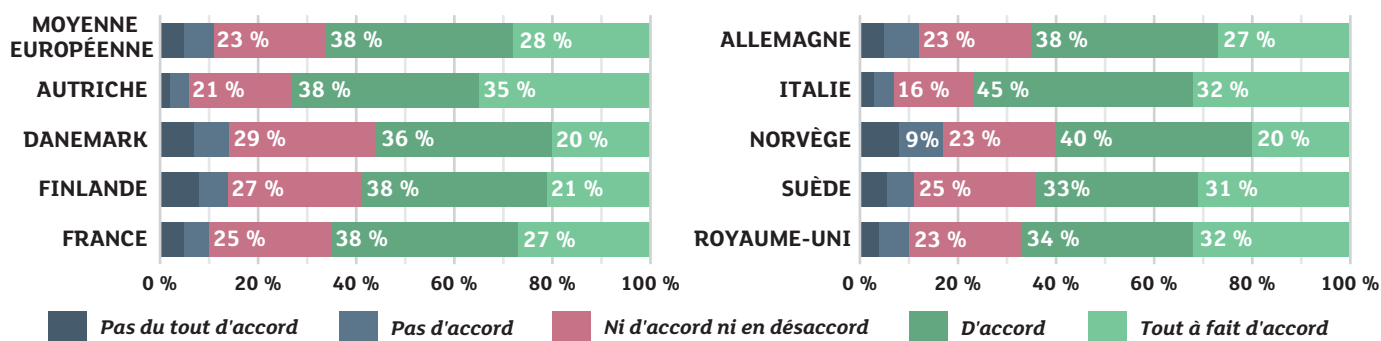
« J'envisagerais d'éviter une enseigne si je savais qu'elle n'essaie pas de réduire activement l'utilisation d'emballages en plastique non recyclable. » 48 % des répondants sont d'accord ou tout à fait d'accord.



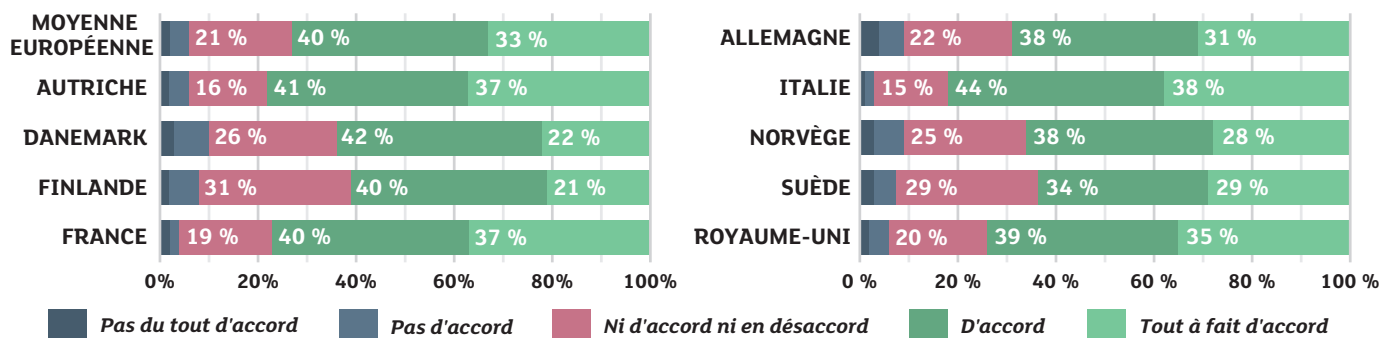
« L'utilisation d'emballages non recyclables devrait être fiscalement découragée. » 58 % des répondants sont d'accord ou tout à fait d'accord.



« Je préfère que les produits commandés en ligne soient livrés dans des emballages en papier/carton plutôt qu'en plastique. » 66 % des répondants sont d'accord ou tout à fait d'accord.



« Je préfère que les produits commandés en ligne soient livrés dans un emballage adapté, par exemple pas trop grand par rapport à la taille du produit emballé. » 73 % des répondants sont d'accord ou tout à fait d'accord.



Perception Des Efforts Des Enseignes de Distribution

Les enseignes de distribution européennes ont travaillé à réduire l'empreinte environnementale de leurs emballages. Nous avons demandé aux personnes interrogées quelles étaient les enseignes qui, selon eux, agissaient le plus pour réduire leur utilisation d'emballages non recyclables. L'étude a déjà établi que cet engagement est important pour les consommateurs, 48 % en moyenne déclarant qu'ils éviteraient un enseigne qui n'agirait pas pour réduire l'utilisation d'emballages plastiques non recyclables.

Dans l'ensemble, 30 % en moyenne des personnes interrogées ne sont pas sûres des efforts que font les distributeurs pour accroître leur utilisation d'emballages responsables. Les consommateurs d'Allemagne, de Norvège et du Royaume-Uni semblent les plus incertains. Ceux du Danemark semblent les plus conscients des efforts de leurs distributeurs.

Nous avons demandé aux consommateurs de classer les distributeurs afin de déterminer ceux qui, selon eux, font le plus d'efforts pour développer le recours à des emballages responsables.

Les enseignes considérées comme agissant le plus en faveur d'emballages respectueux de l'environnement



Autriche

1. Spar
2. Merkur
3. Hofer



Finlande

1. S-Market
2. K-Market
3. Lidl



Norvège

1. Kiwi
2. Coop
3. Meny



Danemark

1. Coop
2. Rema 1000
3. Lidl



Allemagne

1. Edeka
2. REWE
3. Kaufland



Suède

1. ICA
2. Coop
3. Willys



France

1. Biocoop
2. Leclerc
3. Carrefour



Italie

1. Coop
2. Esselunga
3. Conad



ROYAUME-UNI

1. Waitrose
2. Sainsburys
3. Tesco and Morrisons

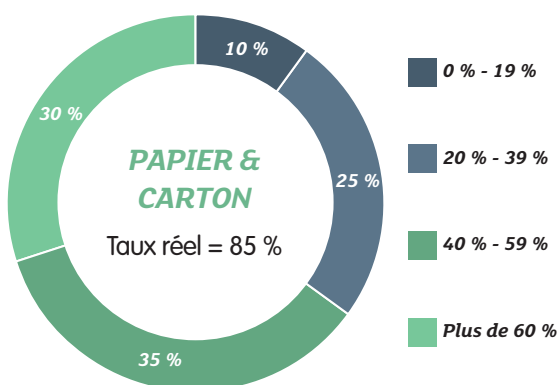
Dans tous les pays, le score moyen de chaque enseigne se situe entre 2,5 et 3,5 sur 5. Aucune, hormis certaines enseignes spécialisées en produits bio, n'a obtenu un score supérieur à 3,5/5. Ce résultat indique que les consommateurs considèrent qu'aucune enseigne ne réalise des efforts suffisants en matière d'emballages respectueux de l'environnement.

Connaissance Des Taux De Recyclage

Les emballages usagés qui ne sont pas gérés de manière responsable ont un impact négatif sur l'environnement. Par exemple, chaque année, au moins 8 millions de tonnes de plastique sont déversées dans l'océan (Fondation Ellen MacArthur, 2016).

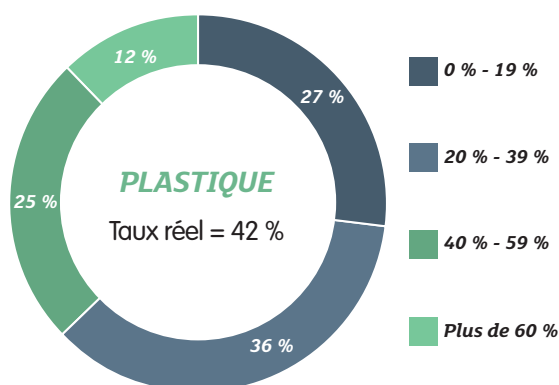
Le recyclage des emballages permet de préserver l'usage des matériaux et de réduire leur impact sur l'environnement. En Europe, 67 % des emballages (tous types de matériaux confondus) sont aujourd'hui recyclés.

Le taux de recyclage des emballages en papier/carton tel qu'il est perçu par les consommateurs européens



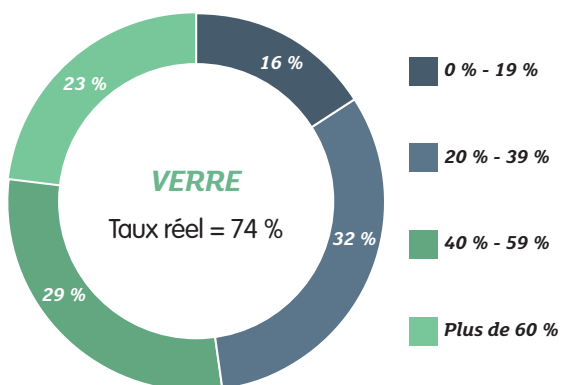
L'enquête a mis en avant que les emballages en papier/carton sont identifiés à juste titre par les consommateurs comme ayant le taux de recyclage le plus élevé en Europe. 30 % en moyenne des répondants estiment en effet que le taux de recyclage des emballages en papier/carton est supérieur à 60 %. Pour autant, seuls 9 % des répondants estiment que leur taux de recyclage est supérieur à 70 %, ce qui est le plus proche de la réalité puisque 85 % des emballages en papier/carton sont recyclés en Europe*.

Le taux de recyclage des emballages plastiques tel qu'il est perçu par les consommateurs européens



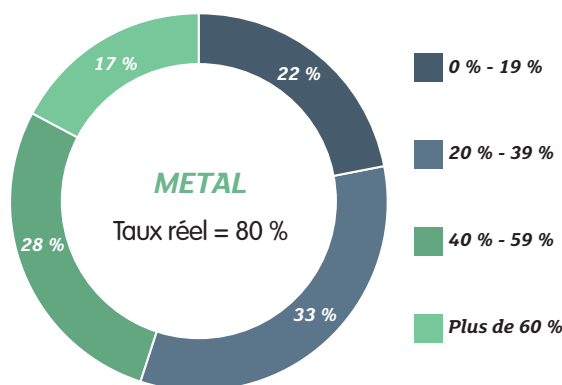
Dans l'ensemble, le plastique est identifié comme le matériau d'emballage le moins recyclé, bien que 12 % des consommateurs surestiment son taux de recyclage en le pensant supérieur à 60 %. Les emballages en plastique ont un taux de recyclage de 42 % en Europe*.

Le taux de recyclage des emballages en verre tel qu'il est perçu par les consommateurs européens



En moyenne, 23 % des personnes interrogées pensent que le verre présente un taux de recyclage supérieur à 60 %. De fait, 74 % des emballages en verre sont recyclés en Europe*.

Le taux de recyclage des emballages métalliques tel qu'il est perçu par les consommateurs européens



En moyenne, 17 % des consommateurs pensent que le métal présente un taux de recyclage supérieur à 60 %. En réalité 80 % des emballages métalliques sont recyclés en Europe*.

*Eurostat, 2017.

Le Sac De Courses

Les enseignes se sont engagées à réduire la mise à disposition de sacs de caisse en plastique à usage unique, avant que leur usage soit limité par la loi. Elles proposent désormais différentes alternatives, telles que des sacs en plastique épais réutilisables, des sacs en papier ou des sacs en tissu. Nous avons demandé aux consommateurs quelles caractéristiques correspondaient le plus selon eux aux différents matériaux utilisés pour les sacs de course, afin de comprendre leurs préférences au moment du passage en caisse.

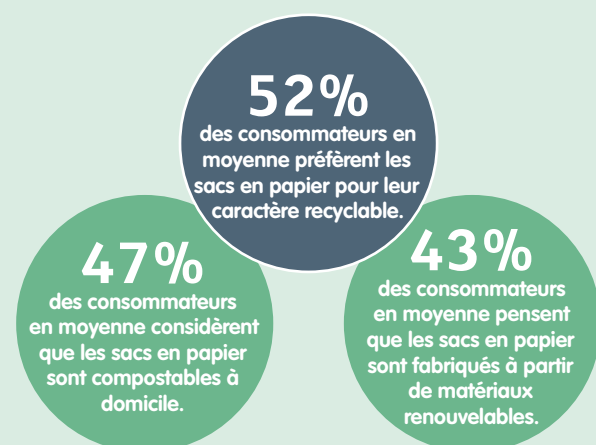
Les consommateurs ont été invités à donner leur avis sur les sacs en coton/tissu, en papier brun, en papier blanc, en plastique léger et en plastique épais.

Si les sacs en coton/tissu sont appréciés pour leur attrait et leur résistance, en matière d'impact sur l'environnement les consommateurs indiquent leur préférence pour le sac en papier car il est recyclable, compostable et fabriqué à partir d'un matériau renouvelable.

Sur les dix caractéristiques, en moyenne, les sacs en coton/tissu sont perçus comme étant les mieux adaptés pour sept d'entre elles, les sacs en papier sont perçus comme étant les mieux adaptés pour trois d'entre elles et les sacs en plastique comme étant les mieux adaptés pour aucune.

En ce qui concerne les critères environnementaux, les sacs en papier (sacs en papier brun ou sacs en papier blanc) font l'objet d'une nette préférence pour 3 propriétés :

- **Recyclables** - 52 % en moyenne préfèrent les sacs en papier pour cette caractéristique (58 % au Royaume-Uni, 56 % en France). Le sac en coton/tissu et le sac en plastique sont préférés par 23 % des consommateurs pour cette caractéristique.
- Les sacs en papier sont également perçus comme étant les mieux adaptés, car ils sont **compostables** (47 %). Les résultats sont cependant variables selon les pays. La préférence est particulièrement marquée en France (57 %), en Suède (52 %), au Royaume-Uni (50 %) et en Italie (49 %).
- **Fabriqué avec des matériaux renouvelables** - 43 % des répondants préfèrent les sacs en papier pour cette caractéristique, contre 33 % pour les sacs en coton/tissu.



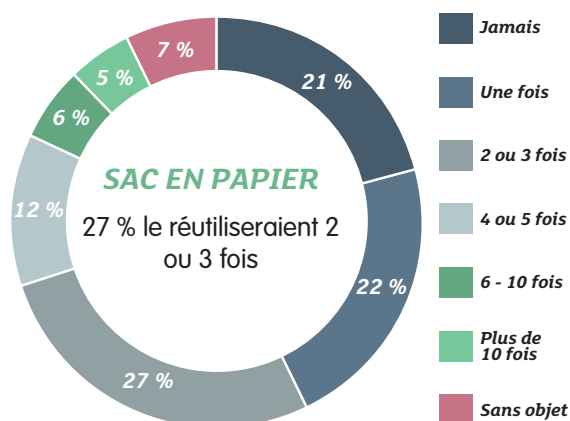
Les sacs en coton/tissu ont la note moyenne la plus élevée de tous les pays pour 6 propriétés :

- **Image de qualité** - 59 % des consommateurs préfèrent les sacs en coton/tissu pour l'impression de qualité qu'ils donnent. Cette préférence est particulièrement marquée en Autriche (78 %) et en Allemagne (70 %). Les sacs en papier sont préférés par 19 % des consommateurs pour cette caractéristique.
- **Réutilisable** - 56 % des consommateurs préfèrent les sacs en coton/tissu. Cette préférence est particulièrement marquée en Autriche (61 %), en Allemagne (64 %) et en Italie (60 %). Les sacs en papier et les sacs en plastique sont préférés par 20 % des consommateurs pour cette caractéristique.
- **Solides, c'est-à-dire résistants/peu susceptibles de se casser** - 55 % des consommateurs préfèrent les sacs en coton/tissu. Cette préférence est particulièrement marquée en Autriche (69 %) et en Allemagne (63 %). Les sacs en plastique sont préférés par 26 % des consommateurs et les sacs en papier par 17 % pour cette caractéristique.
- **"Je préfère ce type de sac"** - 53 % des consommateurs préfèrent simplement les sacs en coton/tissu en moyenne (60 % en Autriche). 21 % préfèrent les sacs en plastique et 20 % les sacs en papier.
- **Attractif, par exemple en ce qui concerne les couleurs et la marque** - 52 % des consommateurs en moyenne préfèrent les sacs en coton ou en tissu. Cette préférence est particulièrement marquée en Autriche (69 %) et en Allemagne (63 %). En comparaison, les sacs en papier sont préférés par 25 % des consommateurs pour leur attrait (jusqu'à 34 % en Italie).
- **Améliore la qualité des biens achetés contenus dans le sac** - 51 % préfèrent les sacs en coton/tissu. Cette préférence est particulièrement marquée en Autriche (65 %) et en Allemagne (60 %). Les sacs en papier sont préférés par 24 % des consommateurs pour cette caractéristique.
- **Faible empreinte carbone** - 41 % estiment que les sacs en coton/tissu ont une faible empreinte carbone. Cette préférence est particulièrement marquée en Allemagne (55 %) et en Autriche (58 %). Les sacs en papier sont préférés par 36 % des consommateurs.

Le plastique est l'option la moins choisie parmi les 10 caractéristiques testées. Cependant, les répondants ont classé le plastique comme étant plus solide (25 %) que les sacs en papier (17 %).

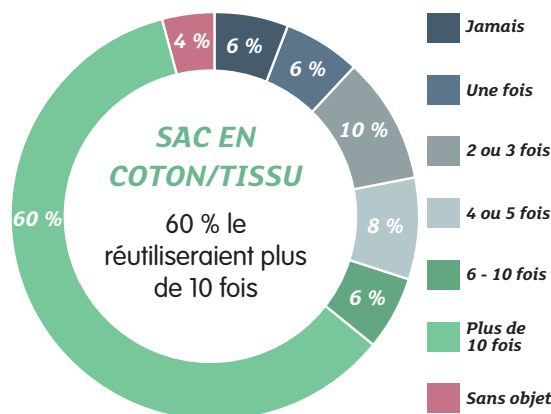
Les consommateurs ont également été interrogés sur le nombre de réutilisation de chaque type de sac de courses. Le nombre de fois où les sacs en papier ou en plastique sont réutilisés varie. Les sacs que les consommateurs déclarent réutiliser le plus souvent (plus de 10 fois) sont les sacs en coton ou en tissu.

Moyenne de réutilisation d'un sac en papier par les consommateurs européens



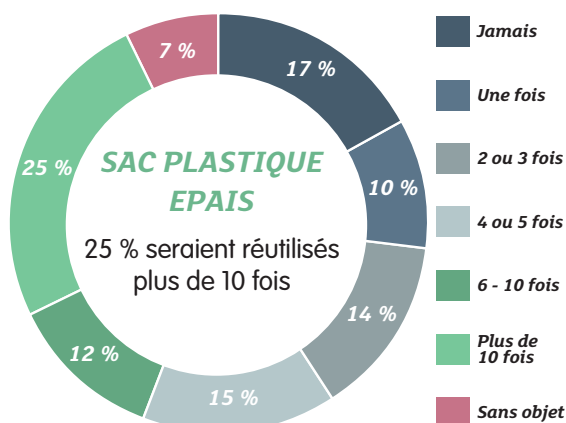
Sacs en papier : 27 % des répondants ont déclaré qu'ils réutiliseraient un sac en papier 2 ou 3 fois, suivis par 22 % qui l'utiliseraient une fois.

Moyenne de réutilisation d'un sac en coton/tissu par les consommateurs européens



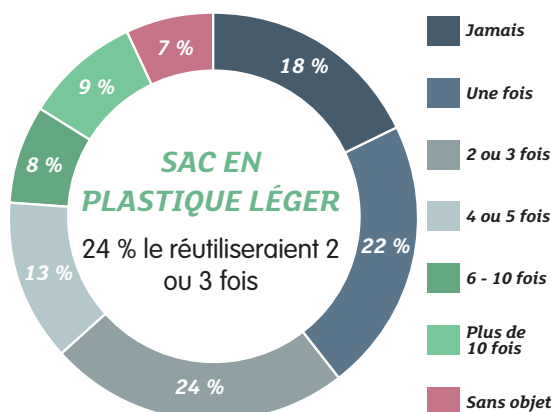
Sacs en coton/tissu : 60 % des répondants les réutiliseraient plus de 10 fois, suivis par 10 % qui l'utiliseraient 2 ou 3 fois.

Moyenne de réutilisation d'un sac en plastique épais par les consommateurs européens



Sacs en plastique épais : 25 % des répondants les réutiliseraient plus de 10 fois, suivis par 17 % qui ne le réutiliseraient jamais.

Moyenne de réutilisation d'un sac en plastique léger par les consommateurs européens



Sacs en plastique léger : 24 % des répondants réutiliseraient un sac en plastique léger 2 ou 3 fois, suivis par 22 % qui ne l'utilisent qu'une fois.

Ces dernières années, l'impact des emballages à usage unique, notamment en plastique, sur l'environnement a été de plus en plus identifié par l'opinion publique. Le plastique est le moins recyclé des matériaux d'emballages (42 % en moyenne en Europe en 2017 et seulement 14 % au niveau mondial) et lorsqu'il n'est pas jeté de manière responsable, il contribue de manière significative aux déchets sauvages et à la pollution marine.

Bien qu'il semble préférable pour l'environnement de réutiliser les sacs de courses pour réduire les déchets, il est important d'examiner le cycle de vie complet de chaque sac de courses pour comprendre son véritable impact sur l'environnement. Par exemple, des recherches indiquent que les sacs en coton doivent être utilisés au moins 50 fois pour obtenir les mêmes performances en matière de changement climatique que les sacs en papier (Agence danoise pour la protection de l'environnement, Life Cycle Assessment of grocery carrier bags, 2018).

Bilan

Les résultats indiquent que les consommateurs sont de plus en plus attentifs aux impacts des emballages sur l'environnement, notamment en ce qui concerne les emballages à usage unique et non recyclables. La plupart disent agir activement pour réduire leur utilisation d'emballages en plastique (70 %), et ils identifient également le papier/carton comme un matériau responsable. 62 % considèrent ainsi le papier/carton comme meilleur pour l'environnement, et 57 % en particulier comme plus facile à recycler.

L'attente vis-à-vis des enseignes pour qu'elles aient recours à des emballages respectueux de l'environnement est de plus en plus forte, 48 % des consommateurs admettant qu'ils envisageraient d'éviter une enseigne qui ne chercherait pas à réduire activement son utilisation d'emballages non recyclables.

Les résultats relatifs aux taux de recyclage suggèrent également que le papier/carton est identifié comme le matériau d'emballage le plus recyclé en Europe, bien qu'une part importante de consommateurs sous-estime encore les taux de recyclage des emballages en papier/carton, en verre ou en métal. Les entreprises pourraient donc mieux faire connaître ces résultats pour aider le consommateur à faire un choix en étant bien informé.

Pour plus d'informations sur les recherches et les rapports de Two Sides, consultez notre site fr.twosides.info

A propos de Two Sides

Two Sides est une initiative mondiale à but non lucratif qui informe sur la performance environnementale du papier/carton et de l'imprimé. Les membres de Two Sides en couvrent l'ensemble de la chaîne de valeur : foresterie, pâte à papier, recyclage, production de papier, encres et additifs, finition, édition, impression, enveloppes et opérateurs postaux. L'adhésion à Two Sides démontre l'engagement de ses adhérents envers l'environnement et leur volonté constante d'améliorer leurs pratiques.

Contacter Two Sides

Pour en savoir plus sur Two Sides, contactez-nous :

<http://fr.twosides.info>

France@twosides.info



Contacts :

Two Sides Europe

**Two Sides Royaume-Uni**

iCon Centre
Eastern Way
Daventry
NN11 0QB
United Kingdom

Contact Jonathan Tame

Téléphone : +44 (0) 1327 262920

Email : jonathan@twosides.info

**Two Sides Allemagne**

Fasanenweg 3
21227 Bendestorf
Germany

Contact Anne-Katrin Kohlmorgen

Téléphone : +49 (0) 40 4140 639-11

Email : anne@twosides.info

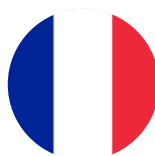
**Two Sides Italie**

Bastioni di Porta Volta, 7
20121 Milano
Italy

Contact Massimo Ramunni

Téléphone : +39 02 29003018

Email : massimo@twosides.info

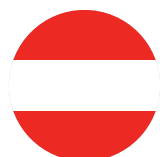
**Two Sides France**

23-25 rue d'Aumale
75009 Paris
France

Contact Jan Le Moux

Téléphone : +33 (1) 53 89 24 00

Email : jan@twosides.info

**Two Sides Autriche**

Gumpendorfer Strasse 6
1060 Wien
Austria

Contact Patrick Mader

Téléphone : +43 1 588 86 273

Email : patrick@twosides.info

**Two Sides Nordics**

Upplandsgatan 84
113 44 Stockholm
Sweden

Contact Magnus Thorkildsen

Téléphone : 00 47 97 58 70 85

Email : magnus@twosides.info

Two Sides International

**Two Sides North America**

330 North Wabash Avenue
Suite 2000
Chicago, Illinois 60611
USA

Contact Phil Riebel

Téléphone : 855-896-7433

Email : phil@twosidesna.org

**Two Sides Brésil**

Rua Bresser, 2315
São Paulo - São Paulo
Brasil
CEP 03162-030

Contact Fabio Mortara

Téléphone : 55 11 97206-4746

Email : fam@twosides.org.br

**Two Sides Australie & Nouvelle Zélande**

Suite 6
151 Barkly Avenue
Richmond VIC 3121

Contact Kellie Northwood

Téléphone : 03 9421 2209

Email : kellie@thermc.com.au

**Two Sides Afrique du Sud**

575 Lupton Drive
Midrand
Johannesburg
1682

Contact Deon Joubert

Email : deon@za.twosides.info

Pour plus d'informations, n'hésitez pas nous contacter :

france@twosides.info

fr.twosides.info

[@TwoSides_FR](https://www.instagram.com/TwoSides_FR)

Le Papier et l'Imprimé :
une belle relation avec
l'environnement



www.fr.twosides.info