ALLIANCE CARTON NATURE

Etude ACN-IFOP 2013 « Les Français et les emballages de produits alimentaires »

Pour 90% des Français, les produits présentant des emballages respectueux de l'environnement devraient être mis en avant dans les rayons

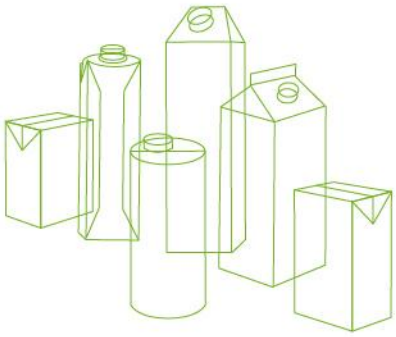
Paris, le 23 mai 2013 – 9 Français sur 10 attendent des grandes surfaces qu'elles mettent davantage en avant les produits présentant des emballages respectueux de l'environnement et désignent à 73% la brique alimentaire comme l'emballage ayant l'impact environnemental le plus favorable.

L'IFOP réalise pour la quatrième année consécutive une étude commanditée par Alliance Carton Nature (ACN), l'association des fabricants de briques alimentaires (Elopak, SIG Combibloc et Tetra Pak), constituant ainsi un baromètre révélateur des tendances de perception des emballages alimentaires par les consommateurs.

Des consommateurs exigeants qui restent encore mal informés

La prise en compte de la thématique environnementale se traduit par des demandes importantes de la part des Français vis-à-vis de la grande distribution : 90% des consommateurs déclarent toujours attendre des grandes surfaces qu'elles valorisent, à qualité égale, les produits dont l'emballage est le plus respectueux de l'environnement. Cette attente s'accompagne d'une reconnaissance des efforts menés par la grande distribution, puisque 58% des personnes interrogées estiment que celle-ci s'emploie à lutter contre le problème du suremballage, contre 51% il y a seulement deux ans. 60% considèrent par ailleurs que les grandes surfaces travaillent également de plus en plus à réduire l'impact des emballages. Cette progression notable démontre l'importance toujours plus grande accordée à la responsabilisation environnementale de la grande distribution à l'égard des emballages de produits alimentaires.

La brique alimentaire, un emballage respectueux de la forêt



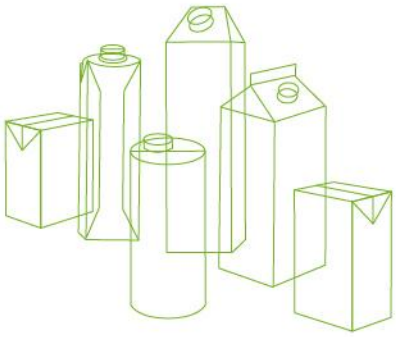
En parallèle d'exigences récurrentes envers les distributeurs, l'étude révèle que les consommateurs français restent encore mal informés quant aux différentes problématiques environnementales liées au cycle de vie d'un produit et de son emballage. 69% d'entre eux confondent la « renouvelabilité » du matériau d'emballage - notion qui traduit le fait que la ressource dont provient le matériau est inépuisable ou peut se régénérer, comme le bois issu de forêts gérées de manière responsable - avec sa recyclabilité. Il semble donc qu'une certaine pédagogie des consommateurs sur les enjeux environnementaux reste nécessaire pour répondre aux demandes des consommateurs en matière de consommation durable.

Le recyclage : levier essentiel de la démarche environnementale

Pour la deuxième année consécutive, la grande majorité des consommateurs français se focalise sur la thématique du recyclage, puisque 80% d'entre eux considèrent que la recyclabilité est le critère le plus important pour décider si un emballage est respectueux de l'environnement. Cette importance du recyclage se reflète également dans la façon dont les consommateurs perçoivent l'impact environnemental global des emballages puisque l'étape d'élimination ou de recyclage est toujours considérée, à tort, comme la phase la plus polluante du cycle de vie d'un emballage.

La brique alimentaire toujours plébiscitée pour sa dimension écologique

Considérée par une majorité de Français comme l'emballage le plus respectueux de l'environnement (73% des sondés), plus de 9 Français sur 10 jugent par ailleurs la brique alimentaire pratique, tant pour son format (facile à ranger) que pour sa dimension recyclable (facile à trier et à recycler). La brique alimentaire et le verre sont en outre regardés comme les emballages les plus adaptés aux produits respectueux de l'environnement, tels que les produits biologiques (cités respectivement par 83% et 78% des sondés). La connaissance des consommateurs sur les atouts de l'emballage carton se renforce au fil des années. À cet égard, ils indiquent que les principales qualités environnementales de la brique alimentaire demeurent sa facilité à être recyclée (51%), son caractère renouvelable (31%) mais aussi son faible poids (13%).



Fiche technique de l'étude

L'étude IFOP 2013 « Les Français et les emballages de produits alimentaires » a été réalisée par l'Institut IFOP en février 2013 sur un échantillon de 1014 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 et plus, selon la méthode des quotas.

Note aux rédacteurs :

Alliance Carton Nature
Créée en 1990, l'association Alliance Carton Nature (ACN) réunit les fabricants de briques alimentaires Elopak, SIG Combibloc et Tetra Pak. Elle a pour mission de promouvoir le bon profil environnemental des briques et de développer le taux de recyclage de ces emballages par des actions concrètes de sensibilisation et de communication.

Pour plus d'information sur les résultats de l'étude ACN-IFOP 2013, contactez :

Contact Presse
Cohn & Wolfe pour Alliance Carton Nature
Aitana Mac Gowan
Aitana.macgowan@cohnwolfe.com
Tel: + 33 1 49 70 43 02