

Une nouvelle étude européenne révèle qu'en dépit de la guerre et de l'inflation, le changement climatique reste la principale préoccupation

12 MARS 2024 : Les résultats d'une nouvelle étude européenne sur la manière dont sont perçus les emballages révèlent que le changement climatique (68 %), le coût de la vie (66 %) et la guerre (56 %) sont les trois principaux problèmes qui affectent les consommateurs. En parallèle, malgré ces préoccupations mondiales importantes, 62 % des Européens interrogés ont affirmé qu'un mode de vie durable était devenu « plus important » ou « beaucoup plus important » au cours des deux dernières années.

L'enquête, commissionnée par Pro Carton, la principale association européenne de fabricants de carton et de cartonnage, et menée par Perspectus Global, a interrogé plus de 5 000 consommateurs dans cinq pays européens – Allemagne, France, Italie, Espagne et Royaume-Uni – afin de comprendre leurs attitudes vis-à-vis de l'environnement et leur perception des emballages.

Les préoccupations mondiales en tête de liste

En Italie (77 %), en Espagne (72 %) et en France (70 %), le changement climatique était le problème le plus important aux yeux des consommateurs, tandis qu'au Royaume-Uni, le coût de la vie constituait leur plus grande inquiétude (75 %). L'Allemagne - avec un million de réfugiés ukrainiens dans le pays - mettait la guerre en tête de ses préoccupations (66%), tandis que 71 % des 60 ans et plus à travers toute l'Europe considéraient le changement climatique comme le plus gros problème.

Malgré tout cela, l'enquête a révélé que les consommateurs prenaient encore le temps d'être respectueux de l'environnement, notamment en recyclant, un peu moins de la moitié (49 %) des personnes interrogées déclarant recycler plus qu'il y a un an.

La confiance en matière de recyclage monte en flèche

À la question de savoir quels matériaux d'emballage peuvent être recyclés, l'enquête a montré que les consommateurs européens faisaient preuve d'un niveau de confiance louable. 82 % d'entre eux exprimant un degré suffisant de confiance dans leur capacité à distinguer les emballages recyclables des emballages non-recyclables.

Les consommateurs font clairement confiance à la recyclabilité des matériaux durables, tels que le carton ondulé et les boîtes pliantes, avec des niveaux de confiance atteignant respectivement 90 % et 87 % en

moyenne en Europe. Cela indique une acceptation et un soutien généralisés relativement aux pratiques bien établies de collecte et de recyclage, mettant particulièrement l'accent sur les attributs recyclables des matériaux d'emballage clés.

Comblent le fossé en matière de perception pour augmenter la confiance des consommateurs

Alors qu'une partie importante des consommateurs européens exprime sa volonté de payer plus cher pour des emballages écologiques, l'étude révèle des perceptions mitigées quant aux efforts déployés par les détaillants et les propriétaires de marques dans ce domaine. 58,2 % des consommateurs de l'UE estiment que les entreprises en font assez, et 41,8 % indiquent qu'il y a plus à faire. L'Italie se démarque le plus, avec 66 % des consommateurs estimant que les entreprises sont sur la bonne voie, suivie du Royaume-Uni (63 %), de l'Allemagne et de l'Espagne (56 %), tandis que la France est moins optimiste (50 %).

Cela représente une occasion pour les détaillants et les propriétaires de marques de répondre aux préoccupations des consommateurs, de communiquer efficacement leurs initiatives en matière de développement durable et d'offrir des options d'emballage plus écologiques pour combler le fossé et gagner la confiance des consommateurs.

Winfried Muehling, Directeur marketing et communication de Pro Carton, a déclaré : « Malgré les problèmes persistants dus aux conflits mondiaux et à l'économie, il est clair que les questions environnementales restent largement en tête des préoccupations des consommateurs. Les résultats de cette troisième étude de Pro Carton sur les perceptions des emballages reflètent fortement cette réalité, en montrant clairement que les consommateurs européens attachent de l'importance au développement durable et qu'ils sont prêts à agir en conséquence. »

« Les entreprises qui privilégient les solutions d'emballage écologiques, minimisent les matériaux inutiles et garantissent la recyclabilité sont extrêmement bien positionnées pour capturer ce segment de marché en pleine croissance et acquérir un avantage concurrentiel. Les consommateurs européens soutiennent pleinement le système de collecte et de recyclage des cartons et y font confiance. Il s'agit d'une conclusion très positive, et, au nom de Pro Carton et de ses membres, nous espérons que cette recherche s'avérera une source d'informations utiles et qu'elle ouvrira la voie à la discussion et servira de motivation pour guider notre société vers son objectif commun d'économie circulaire durable. »

Pour voir l'étude complète et les résultats, veuillez consulter le site - <https://www.procarton.com/wp-content/uploads/2024/03/EU-Summary-Slides-Final.pdf>

Fin