



COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Paris, le 30 janvier 2019

UNE ÉTUDE MENÉE AUPRÈS DE L'INDUSTRIE RÉVÈLE QUE LES EMBALLAGES EN VERRE SONT LA SOLUTION POUR SÉDUIRE LES MILLENNIALS FANS DE BEAUTÉ ET SOUCIEUX DE L'ENVIRONNEMENT

En matière d'emballages pour les produits de beauté, les parfums et les produits pharmaceutiques, **trois Millenials européens sur quatre préfèrent le verre** à tout autre matériau selon une étude indépendante sur le comportement des consommateurs commandée par la FEVE, la Fédération européenne du Verre d'emballage.

Le verre est clairement et fondamentalement considéré comme le **meilleur emballage pour les produits de beauté, les parfums et les produits pharmaceutiques par 77 % des 2.030 consommateurs interrogés** – devant le plastique/polytéréphtalate d'éthylène (PET) et le métal sur cinq marchés européens. Cet attachement au verre peut être attribué à ses propriétés environnementales, à son aptitude à préserver tant la qualité que la fragrance de son contenu ainsi qu'à son côté premium.

Ces conclusions sont publiées au moment où l'[ADF&PCD Paris](#) lance son salon professionnel annuel dédié à l'innovation dans le secteur de l'emballage des parfums et des cosmétiques.

Les consommateurs attentifs à la durabilité

Quand on évoque la durabilité, **69 % des répondants citent le verre comme l'emballage le plus recyclable et le plus respectueux des océans**, par rapport au métal ou au plastique/PET, et **7 consommateurs sur 10 savent que les flacons en verre utilisés pour les produits de beauté peuvent être recyclés avec le verre ménager**. Ces conclusions arrivent au moment où une **très large majorité de consommateurs (91 %) âgés de 18 à 34 ans affirment avoir pris davantage conscience de leur impact sur l'environnement** au cours des 12 derniers mois. Pour atteindre un potentiel de recyclage maximal, l'industrie du verre s'est engagée à sensibiliser davantage le public quant à la recyclabilité intégrale des flacons en verre à travers une campagne d'information du grand public via sa plateforme de sensibilisation des consommateurs, [Friends of Glass](#).

Avec les prévisions selon lesquelles nos mers contiendront plus de plastique que de poissons d'ici 2050 et les préoccupations croissantes sur l'état de nos systèmes marins depuis le documentaire Blue Planet II de la BBC, ce n'est pas une surprise si les consommateurs attendent des marques qu'elles trouvent des solutions durables aux déchets quotidiens de la consommation.

Le verre est une des formes d'emballage les plus durables et les plus respectueuses de l'environnement dont nous disposons. Peu importe la solution d'emballage pour laquelle il est utilisé, le verre est recyclable à l'infini en circuit fermé. Le verre recyclé est fondamentalement la ressource la plus précieuse pour les nouvelles productions, remplaçant potentiellement le sable, le carbonate de soude et le calcaire – autant de matériaux bruts que l'on trouve dans la nature. En ce qui concerne les emballages pour cosmétiques, une étude menée en 2018 par l'association allemande du verre (BV GLAS) a révélé que les flacons en verre avaient un taux de recyclabilité de 89 à 97 %. Les bouteilles de parfum atteignent une recyclabilité supérieure à 90 % en termes de tonnage, les 10 % restants étant dus aux composants du tuyau de pulvérisation et du diffuseur.



Le verre, meilleur allié en termes de sécurité, de préservation et de touche premium

Les consommateurs sont extrêmement nombreux à considérer le verre comme **l'emballage le plus sûr** (selon **69 % des répondants**) et le **plus à même de préserver la qualité et la fragrance** des produits (**83 % des répondants**) et de garantir la **meilleure touche premium** (**86 % des répondants**). Les parfums arrivent en tête des produits les plus susceptibles d'être achetés dans des emballages en verre, tandis que la moitié des consommateurs affirment également vouloir voir davantage de parfums, crèmes et produits de soin dans des emballages en verre. Autant d'éléments qui indiquent encore un certain potentiel de croissance dans le secteur du flaconnage. Un changement sociétal plus large en faveur d'emballages durables et de haute qualité est clairement visible au niveau des consommateurs de produits de beauté, ce qui prouve l'existence d'une opportunité d'expansion sur le marché des parfums et des cosmétiques.

« Ces résultats sont la preuve que les consommateurs soucieux de l'environnement sont véritablement de plus en plus demandeurs de produits de beauté proposés dans des contenants en verre » explique Michael Delle Selve, responsable Communications de la FEVE, la Fédération européenne du Verre d'emballage. *« Les consommateurs plus jeunes étant attirés par le verre tant pour son côté premium que pour ses propriétés durables, les emballages en verre pourraient être la solution pour séduire les Millenials. Il est temps pour les marques d'en tenir compte et de réagir en augmentant leur offre dans des emballages en verre. »*

Ces résultats concordent avec l'étude « Baromètre des consommateurs » menée en avril 2018 par la FEVE via sa communauté en ligne Friends of Glass, qui a démontré que 73 % des Européens considéraient le verre comme l'emballage le plus respectueux des océans, tandis que 78 % en faisaient leur premier choix d'emballage lors de l'achat de denrées alimentaires et de boissons. Pour plus d'infos sur les résultats de cette étude européenne, visitez la page news.friendsofglass.com. Les résultats sont également disponibles par pays.

Choisissez le verre, ne le jetez pas, recyclez-le.

Pour plus d'informations sur les résultats, veuillez contacter :

We agency :

Lorène Julia – lorene.julia@we-agency.fr / 01 44 37 22 33

Marjorie Rigouste – marjorie.rigouste@we-agency.fr / 01 44 37 22 47

Michael Delle Selve, Responsable
communications, FEVE

m.delleselve@feve.org

+32 (0) 2 5360080

Christian Prior, Weber Shandwick
Bruxelles

CPrior@webershandwick.com

+32 (0) 2 8949013

Sheryl Webersberger, Product
Policy Advisor, BV Glass

webersberger@bvglas.de

+ 49 (0) 30.259 305-85

À propos de l'étude InSites

L'étude en ligne a été menée en octobre 2018 par le bureau d'études de marché indépendant InSites Consulting. Elle visait les consommateurs âgés de 18 à 34 ans dans cinq pays : France, Allemagne, Italie, Espagne et Royaume-Uni. Les participants ont été recrutés via un panel de recherche en ligne, avec une répartition de 75 % de femmes et 25 % d'hommes. 2.030 réponses au total ont été collectées. L'étude a analysé les connaissances des consommateurs en matière de recyclabilité des flacons en verre (fioles utilisées pour les parfums, les cosmétiques et les produits médicaux), leur souci de l'environnement et leurs perceptions et préférences pour les emballages de produits de beauté, les cosmétiques et les produits pharmaceutiques. Le but était d'étudier le comportement des consommateurs par rapport aux matériaux d'emballage et de générer des données récentes pour l'industrie des emballages en verre.



À propos de la FEVE

La FEVE est la Fédération européenne du Verre d'emballage pour les denrées alimentaires et les boissons ainsi que pour les flacons de parfum, de cosmétiques et de produits pharmaceutiques. L'association compte quelque 60 sociétés membres appartenant à une vingtaine de groupes indépendants. Ses membres produisent 80 milliards de contenants en verre par an et comptent parmi eux des entreprises majeures travaillant pour les plus grandes marques au monde. Avec ses 160 sites de fabrication implantés dans 23 pays européens, cette industrie représente un partenaire économique d'envergure en Europe avec 125.000 emplois sur l'ensemble de la chaîne de production. Lisez-en plus sur www.feve.org - Rejoignez-nous sur Twitter @FeveEU.

À propos de Friends of Glass

Depuis 2008, Friends of Glass a constitué une communauté de 220 000 personnes en Europe et au-delà, toutes soucieuses de leur propre impact environnemental et qui s'engagent à choisir le verre pour une meilleure planète et un mode de vie plus sain. Nos membres savent que réunis, les petits choix du quotidien peuvent avoir un impact important et nous nous engageons avec les consommateurs et les détaillants à faire savoir davantage que le verre est le matériau d'emballage idéal pour les familles et l'environnement. Le verre est sans rival en termes de propriétés durables et la communauté Friends of Glass pense qu'il est l'emballage le plus respectueux des océans dans la mesure où il permet d'éviter des déchets marins dangereux. Rejoignez la communauté grandissante des défenseurs du verre sur Facebook et Twitter et joignez aujourd'hui votre voix à celle de la communauté Friends of Glass sur www.friendsofglass.com.

La plateforme Friends of Glass est une initiative de la FEVE (Fédération européenne du Verre d'emballage), une association internationale sans but lucratif représentant les fabricants d'emballages en verre pour denrées alimentaires et boissons, parfums, produits pharmaceutiques et cosmétiques et les fabricants de vaisselle en verre.