



Livre blanc

Les sacs papier améliorent l'image de marque

Stockholm/Paris, 9 décembre 2020. Le développement durable est aujourd'hui l'un des intérêts majeurs des consommateurs et leur préoccupation pour l'environnement se reflète de plus en plus dans leurs achats. De quoi doivent tenir compte les distributeurs et les marques pour assurer la croissance économique tout en répondant aux nouvelles attentes du grand public ? Quel rôle joue un emballage durable dans l'image de marque ? La plateforme The Paper Bag – l'association des principaux fabricants européens de papier kraft et de sacs papier – a publié un livre blanc qui explore le sujet et montre comment les distributeurs et les marques peuvent renforcer leur image de marque en intégrant les sacs en papier dans leur expérience client.

Les consommateurs d'aujourd'hui sont bien plus attentifs aux considérations sociales et environnementales qu'il y a quelques années. Preuve en est leur attente croissante de voir les marques respecter l'environnement afin de ne pas compromettre la vie des générations futures. Pour réussir à convaincre, les marques ne doivent pas seulement être uniques en leur genre. Elles doivent aussi proposer une gestion responsable des ressources et des modes de consommation durables.

Éclairage sur le comportement des consommateurs

„How to enhance your brand value and do good for the environment“ (Comment améliorer la valeur de votre marque en faisant du bien à l'environnement) – le livre blanc examine un certain nombre d'études et de sondages récents cherchant à savoir dans quelle mesure le mode de vie moderne et les attentes des consommateurs ont influencé leur choix des produits et des marques. Le comportement éthique d'une marque est un critère d'achat important. Les consommateurs attendent des marques qu'elles les aident à adopter une conduite durable. Et ce d'autant plus s'il s'agit des nouvelles générations Y et Z qui sont particulièrement attachées à des sociétés poursuivant des objectifs de développement durable et engagées dans une démarche sociale. Le livre blanc donne des exemples de marques qui ont vu leur activité croître en intégrant avec succès la durabilité dans leur profil.



L'emballage ambassadeur de la marque

Le livre blanc met également en évidence le rôle important de l'emballage d'un produit comme ambassadeur de la marque, susceptible d'influencer les décisions d'achat sur le lieu de vente. Les consommateurs étant de plus en plus sensibles à la recyclabilité et réutilisation des emballages,

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

9 décembre 2020



et également désireux de réduire les déchets plastiques, l'emballage en papier devient leur solution d'emballage préférée. Cet emballage offre en effet de grands avantages en termes de durabilité. Il est recyclable, réutilisable, adaptable, compostable, fabriqué à partir de ressources renouvelables, et facile à éliminer car ne devant pas faire l'objet d'un tri.

Des sacs papier pour parfaire une image de marque durable

Les sacs papier participent à l'expérience d'achat et s'inscrivent dans un mode de vie moderne et respectueux de l'environnement. Vecteur de communication idéal de la responsabilité sociale d'une marque, ils s'intègrent parfaitement dans sa démarche de durabilité. « En fournissant des sacs papier, les marques montrent qu'elles prennent au sérieux leur responsabilité envers l'environnement », explique Kennert Johansson, secrétaire général de CEPI Eurokraft. « De plus, les sacs papier sont des compagnons de courses solides et fonctionnels qui permettent aux consommateurs d'éviter les déchets plastiques et de minimiser les impacts négatifs sur l'environnement – les conditions parfaites pour valoriser une marque. » Le livre blanc peut être téléchargé [ici](#).



Passer du plastique au papier

La France enregistre deux exemples récents d'enseignes qui ont su intégrer les sacs papier dans l'offre produits de leur marque. Depuis septembre 2020, en caisse et au Drive, E.Leclerc a supprimé tous les sacs en plastique pour proposer des sacs papier fabriqués avec des fibres renouvelables : recyclées ou certifiées PEFC™ issues de forêts européennes gérées durablement. Cette chaîne de supermarchés promeut la durabilité en faisant plus encore : les clients peuvent échanger en magasin leurs vieux sacs E.Leclerc en plastique contre un sac papier qui sera remplacé par un nouveau dès qu'il sera hors d'usage¹. Dans le même temps, Carrefour a banni les sacs « bioplastiques » non recyclables de ses rayons fruits et légumes. Les clients peuvent maintenant utiliser des sacs kraft certifiés 100 % FSC®. D'après l'enseigne, ces sacs se sont révélés très populaires auprès des clients lors de tests réalisés dans plusieurs magasins au cours de l'été. Un modèle en version cabas est maintenant proposé en plus de la taille classique².

Pour en savoir plus, merci de vous rendre sur www.thepaperbag.org ou de contacter Kennert Johansson : +46 (0)8783 8485, e-mail : info@thepaperbag.org.

¹ <https://www.e-leclerc.com/catalogue/evenements/nouveaux-sacs-de-caisse> [consulté le 4.11.2020]

² <https://www.carrefour.com/en/actualite/plastic-challenge-kraft-paper-bags-and-cotton-ones-fruit-and-vegetables> [consulté le 4.11.2020]

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

9 décembre 2020



Note aux rédacteurs

The Paper Bag

La plateforme « The Paper Bag » a été fondée en 2017 par l'association européenne leader des fabricants de papier kraft et de sacs papier. L'objectif est de promouvoir l'usage des emballages en papier. « The Paper Bag » est dirigée par les organisations CEPI Eurokraft et EUROSAC. thepaperbag.org

CEPI Eurokraft est l'association européenne des producteurs de papier kraft pour sacs et pour d'autres emballages. Elle compte onze entreprises membres représentant un volume de 3,0 millions de tonnes de papier produit dans douze pays. cepi-eurokraft.org

EUROSAC est la fédération européenne des fabricants de sacs papier à grande contenance. La fédération représente plus de 75 % des fabricants européens de sacs papier actifs dans 20 pays. Ils produisent plus de 5 milliards de sacs papier par an, ce qui correspond à environ 650 000 tonnes de papier transformées dans 60 usines. Des fabricants de sacs de tous les continents contribuent à la fédération en tant que membres correspondants, et plus de 20 fournisseurs (fabricants de papier, film, machines ou colle) sont inscrits en tant que membres associés. eurosac.org