

Nouvelles exigences en matière d'emballage

Durable Innovant Informatif



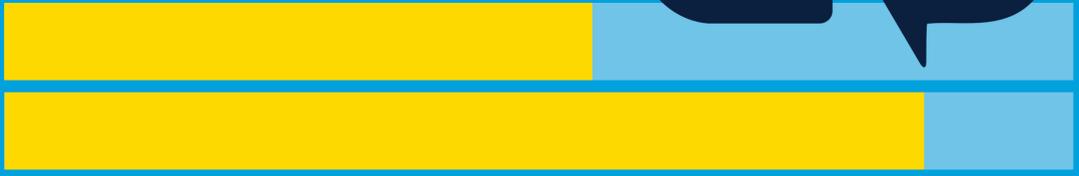
“Aujourd'hui, plus que jamais, le programme de développement durable est piloté par les consommateurs.”

ARCO BERKENBOSCH
Vice-président Innovation et Développement,
Smurfit Kappa

La durabilité est désormais un facteur déterminant dans les décisions d'achat et l'emballage est en première ligne

55%

des consommateurs ont acheté un produit au cours des six derniers mois, notamment parce qu'il était emballé dans un emballage réutilisable ou biodégradable



Les marques s'engagent

86%

des entreprises ont utilisé des matériaux recyclés dans leurs produits et emballages au cours des deux dernières années

Mais peuvent-ils donner aux clients ce qu'ils veulent ?

68%

des entreprises déclarent que les matériaux d'emballage constituent leur plus grand défi en matière de développement durable

Certains constatent que l'engagement des entreprises pour le développement durable ouvre la porte à l'innovation

1 sur 3

1 entreprise sur 3 déclare que la durabilité est le moteur de la R&D et du développement de nouveaux produits



“La stratégie d'innovation et la stratégie de durabilité sont les deux faces d'une même pièce.”

IOANNIS IOANNOU
Professeur associé de stratégie et d'entrepreneuriat
à la London Business School

Mais les bonnes intentions et un plus grand investissement pour l'innovation ne suffiront pas si les clients ne savent pas quelles marques sont durables

69%

des consommateurs ne savent pas quelles marques ont adopté des pratiques durables



Les marques doivent donc mieux communiquer sur ce qu'elles font dans ce domaine

61%

des consommateurs s'attendent à ce que les marques qu'ils achètent aient des pratiques de durabilité claires

Faites-le bien, et leurs clients seront plus heureux

90%

des entreprises disent que les pratiques de durabilité ont un effet positif sur la satisfaction des clients

