

EMBALLAGE RESPONSABLE DANS L'HYGIÈNE-BEAUTÉ 2024

ATTENTES DES ACHETEUSES, PRÉOCCUPATIONS
ENVIRONNEMENTALES ET FOCUS PLASTIQUE



2ème édition, février 2025



Des attentes environnementales en évolution

Les acheteuses sont de plus en plus sensibles aux enjeux écologiques, mais leurs priorités varient selon les générations. Si certaines recherchent avant tout des ingrédients naturels ou une fabrication locale, d'autres s'intéressent davantage aux nouveaux matériaux et à l'impact global des emballages.



Des alternatives durables perçues positivement, mais encore peu adoptées

Formats rechargeables, emballages recyclés, matériaux biodégradables... Les consommatrices se montrent intéressées par ces innovations, mais leur adoption reste progressive. Certaines solutions séduisent davantage que d'autres, et leur attractivité dépend du type de produit concerné.



Une volonté de mieux trier, mais des contradictions dans les comportements

Le tri des emballages est une pratique répandue, et les acheteuses attendent des marques des solutions plus respectueuses de l'environnement. Pourtant, l'emballage reste un critère secondaire dans leurs choix, souvent devancé par le prix, l'efficacité et la praticité du produit.



Le vrac et les formats solides : un intérêt qui cohabite avec des freins persistants

Si les formats sans emballage suscitent de la curiosité, ils restent confrontés à des résistances : manque de praticité, d'hygiène ou de plaisir d'usage. Les consommatrices sont ouvertes au changement, mais l'offre actuelle ne répond pas encore pleinement à leurs attentes.

Pourquoi cette étude est essentielle ?

Ces tendances révèlent des opportunités clés pour les marques. Comprendre ces évolutions permet d'anticiper les attentes des consommatrices et d'adapter son offre pour répondre aux nouvelles exigences du marché. Retrouvez l'intégralité des résultats et insights dans notre étude complète.

Étude « Emballage responsable dans l'Hygiène-Beauté 2024 : Attentes des acheteuses, préoccupations environnementales et focus plastique - 2ème édition » réalisée par ARCANÉ Research auprès de 2 501 Françaises interrogées par Internet entre le 03 et le 20 décembre 2024