



## Etude européenne

# Analyse du comportement des consommateurs en matière d'emballage et de sécurité alimentaire

*Le verre, la référence pour la sécurité alimentaire*

Contact presse : FP&A

Frédérique PUSEY / Elise PALLU

01.30.09.67.04 / 06.14.79.35.52

[elise@fpa.fr](mailto:elise@fpa.fr)

**DOSSIER DE PRESSE – JUIN 2014**

# Le verre, la référence pour la sécurité alimentaire

**La sécurité alimentaire est devenue une préoccupation majeure dans toute l'Europe<sup>1</sup> et l'emballage a sur ce point un rôle crucial à jouer.**

**Par son incontestable neutralité, le verre interdit toute migration entre le contenant et le contenu.**

**Les consommateurs européens et la communauté scientifique plébiscitent l'inertie du verre.**

L'étude intitulée « *Analyse du comportement des consommateurs en matière d'emballage et de sécurité alimentaire* » a été réalisée en février-mars 2014 par la société d'études InSites Consulting auprès de **8 000 consommateurs européens dans 11 pays**.

Elle révèle une montée en puissance des sujets de santé et de sécurité alimentaire dans l'opinion, avec pour corollaire une inquiétude accrue face au risque alimentaire.

<sup>1</sup> Etude InSites 2014

L'emballage, indispensable à notre consommation, et sa sécurité sont un objet de préoccupation :

66 % des consommateurs européens sont préoccupés par le risque de migration de produits chimiques de l'emballage vers les denrées alimentaires.

84 % des consommateurs européens redoutent que les produits chimiques des emballages puissent être un danger pour leur santé.

En France, la sécurité alimentaire est la première des préoccupations des consommateurs (61 %), avant même leur propre santé (58 %).

Dans ce contexte, le verre rassure, a la confiance d'une très large majorité de consommateurs et s'impose comme la référence pour la sécurité alimentaire, distançant largement tous les autres matériaux d'emballage :

- **74 % des consommateurs européens considèrent que le verre est le matériau d'emballage le plus sûr pour les boissons**, loin devant la brique composite (11 %), les plastiques (6 %), les canettes métalliques (4 %), la boîte métal et le bag in box (3 % chacun).
- **61 % des parents européens évitent d'acheter des aliments pour bébé emballés dans d'autres matériaux que le verre.**



© Dreamstime

Et leur perception est exacte ! Car **le verre est le seul matériau d'emballage dont la neutralité est reconnue par la communauté scientifique** (voir les témoignages des professeurs Nathalie Gontard et Dieter Schrenk). Il est considéré dans les laboratoires de recherche comme la référence absolue en matière d'inertie.

**Naturel, imperméable, inerte et neutre**, le verre protège et conserve parfaitement les produits. Il est l'allié de la santé des consommateurs.



©C.Jamet

*« Le verre répond bien aux attentes croissantes des consommateurs en matière de sécurité alimentaire. Nous savons que la Commission européenne est vigilante sur ce sujet et que la réglementation appliquée aux emballages risque de devenir plus stricte. Mais le verre est prêt ! Ses qualités intrinsèques en font un matériau vraiment digne de confiance »* affirme Jacques Bordat, Président de la Fédération des Industries du Verre. »

# Sommaire

## A - Une étude menée dans 11 pays européens démontre que les consommateurs font confiance au verre

1. La sécurité alimentaire est une préoccupation montante pour les consommateurs européens..... p.7
2. Les risques de migration de composés chimiques, de l’emballage vers le produit, inquiètent les consommateurs..... p.8
3. Le verre est, de loin, le matériau d’emballage qui rassure le plus les consommateurs européens par sa neutralité..... p.9
4. Le verre est perçu comme un matériau de référence que près de 9 européens sur 10 recommandent à leurs amis ou à leur famille pour l’emballage et le contact alimentaire..... p.12

## B - Et le verre mérite cette confiance ! C’est le plus inerte des matériaux d’emballage, donc le plus sûr pour la consommation

1. Très en alerte à propos de la sécurité alimentaire, la Commission européenne n’oppose aucune restriction aux emballages en verre..... p.13
2. Le point de vue de Dieter Schrenk, Professeur de pharmacologie et de toxicologie à l’université de Kaiserslautern..... p.15
3. Les points forts d’un matériau de référence..... p.16
4. Il n’y a pas que le contenu qui compte !..... p.18

## Annexes..... p.19

- > Synthèse de l’étude InSites 2014

## A. Une étude menée dans 11 pays européens démontre que les consommateurs font confiance au verre

La société d'études InSites Consulting a interrogé 8 000 consommateurs de 25 à 64 ans, concernés par l'économie domestique et les courses alimentaires, représentatifs des classes d'âge dans les 11 pays européens étudiés<sup>2</sup>.

Les femmes constituent 75 % de l'échantillon. 41 % des répondants sont parents d'enfants de 0 à 18 ans.

En France, 1 010 personnes ont été interrogées : globalement, les résultats français sont proches de la moyenne européenne.

### 1. La sécurité alimentaire est une préoccupation montante pour les consommateurs européens

La santé et la sécurité alimentaire font partie des préoccupations prioritaires des consommateurs européens au quotidien :

- **54 % d'entre eux sont concernés par la sécurité des emballages alimentaires et de boissons**
- **53 % se préoccupent de la sécurité alimentaire car elle concerne leur famille et leurs enfants**
- **En France, la sécurité alimentaire est la première des préoccupations des consommateurs (61 %), avant même leur propre santé (58 %).**

En regard, les problèmes liés à l'environnement, le terrorisme international, la corruption politique, la sécurité publique sont nettement moins inquiétants pour les Européens comme pour les Français.

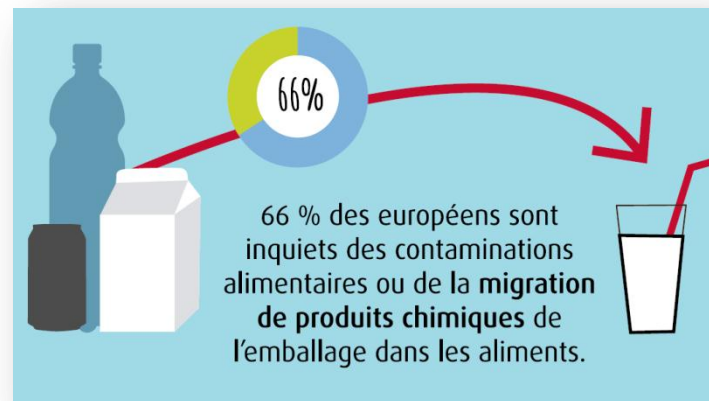
<sup>2</sup> Étude réalisée en Allemagne, Autriche, Croatie, Espagne, France, Italie, Pologne, République Tchèque, Royaume-Uni, Slovaquie, Suisse, entre le 24 février et le 7 mars 2014, à la demande de la Fédération Européenne du Verre d'Emballage (FEVE).

## 2. Les risques de migration de composés chimiques, de l'emballage vers le produit, inquiètent les consommateurs

**66 % des consommateurs européens admettent qu'ils sont préoccupés par le risque de relargage de produits chimiques contenus dans les emballages vers les produits alimentaires qu'ils contiennent.**

Leur autre sujet d'inquiétude : la contamination possible des aliments par une intervention extérieure malintentionnée.

Plus de 8 consommateurs interrogés sur 10 sont persuadés que les interactions chimiques possibles entre l'emballage et son contenu font courir un risque à leur santé (Europe = 84 % - France = 86 %).

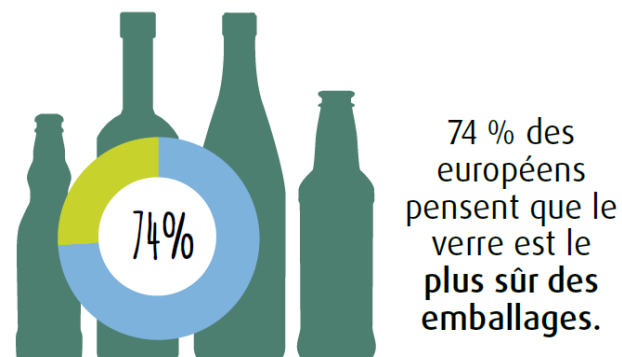




### 3. Le verre est, de loin, le matériau d'emballage qui rassure le plus les consommateurs européens par sa neutralité et son inertie

74 % des consommateurs européens considèrent que le verre est le matériau d'emballage le plus sûr pour les boissons, ce qui le place très nettement en tête du classement.

Leur choix se porte ensuite sur :



Quand on les interroge sur le matériau qui présente le moins de risques d'interaction entre l'emballage et la boisson ou les aliments, ils citent le verre en tout premier lieu, ce qui montre leur grande confiance dans sa neutralité.

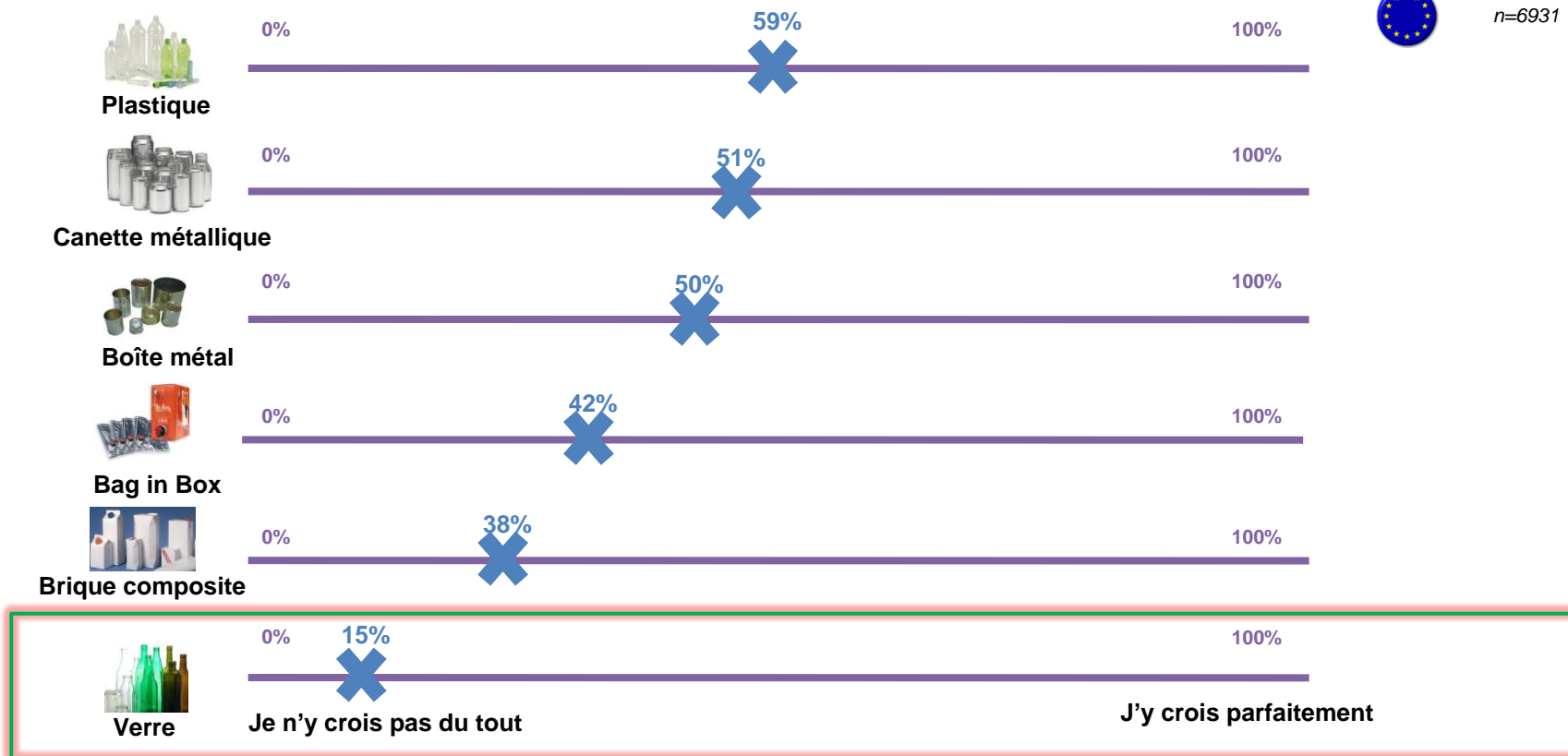
# Les risques d'interaction entre l'emballage et son contenu

L'interaction du contenu avec l'emballage est considéré comme le plus faible pour le verre

Q : Parmi les matériaux d'emballage ci-dessous, dans quelle mesure croyez vous qu'il existe un risque d'interaction entre les produits alimentaires ou les boissons et leur emballage ? Filtre : seulement si impact sur la santé.



n=6931



Toutes les questions posées autour des échanges contenu/contenant montrent que les consommateurs perçoivent bien le caractère neutre et inerte du verre.

### Le verre a la préférence des parents en Europe

Les européens sont d'autant plus vigilants à propos de la sécurité alimentaire que leurs enfants sont jeunes.

Aussi, 61 % des parents européens évitent d'acheter des aliments pour bébé emballés dans du plastique ou d'autres matériaux que le verre (dont 36 % affirment le faire systématiquement).

Et 77 % préfèrent conserver le repas de leur bébé dans un emballage en verre (dont 54 % affirment le faire systématiquement).



© Shutterstock

#### 4. Le verre est perçu comme un matériau de référence que près de 9 européens sur 10 recommandent à leurs amis ou à leur famille pour l'emballage et le contact alimentaire

Les consommateurs européens ont deux raisons majeures de préférer le verre.

- **C'est un matériau d'emballage sain, sans danger pour leur santé (pour 61 %)**
- **Le verre préserve mieux le goût que les autres matériaux (pour 55 %)**

Ces deux raisons sont beaucoup plus affirmées en 2014 qu'elles ne l'étaient en 2011, lors de la précédente enquête européenne de la Fédération Européenne du Verre d'Emballage. À l'évidence, les considérations de sécurité et santé au sens large sont devenues une motivation de choix importante en faveur du verre.

Aussi, parmi tous les matériaux d'emballage, **87 % des européens interrogés sont prêts à recommander le verre à leurs parents et amis.**

## B- Et le verre mérite cette confiance !

**C'est le plus inerte des matériaux d'emballage, donc le plus sûr pour la consommation**

**1. Très en alerte à propos de la sécurité alimentaire, la Commission européenne n'oppose aucune restriction aux emballages en verre**

**L'inquiétude et la vigilance exprimées par les consommateurs européens lors de l'étude InSites Consulting est le reflet d'une situation complexe, médiatisée lors des grandes crises alimentaires récentes.**

Pour travailler sur ces questions, l'Union européenne a créé en 2002 une agence indépendante, l'EFSA (European food safety authority), clé de voûte du système d'évaluation des risques dans le domaine de la sécurité de l'alimentation humaine et animale. Le contact alimentaire et les bonnes pratiques de fabrication pour les matériaux concernés ont fait l'objet de la publication d'exigences générales (CE 1935/2004, CE 2023/2006, etc). Des réglementations spécifiques ont également été définies pour la céramique, la pellicule de cellulose régénérée, des plastiques et plastiques recyclés ainsi que les matériaux dits actifs ou « intelligents ».

**Aucun texte réglementaire spécifique de la Commission Européenne ou l'EFSA n'a été publiée pour le verre, dont la neutralité n'a jamais été mise en doute.** Et en 2011, lorsque l'utilisation du bisphénol A (BPA) a été interdite pour les biberons en plastique, l'Union européenne a recommandé le verre comme l'alternative la plus sûre pour la santé humaine.

Alors que la législation européenne sur les emballages se prépare à devenir plus stricte sur le contact alimentaire et les échanges entre contenant et contenu, **les emballages en verre sont déjà conformes aux plus hautes exigences.**

- **Parce que le verre est inerte**, ce qui signifie qu'il n'interagit pas avec les aliments ou boissons qui sont à son contact.
- **Parce que le verre est un matériau-barrière**, totalement imperméable, impossible à percer, qui oppose une barrière physique infranchissable aux contaminants externes.



© Pierre Maraval

**Pour Nathalie Gontard**, professeur de l'Université Montpellier II, directeur de recherche à l'INRA et experte à l'EFSA « *Le verre est un matériau inerte et stable, peu ou pas sensible à son environnement (peu / pas d'interaction avec les aliments, même riche en lipides), peu sensible aux hautes températures et au temps, dont les constituants ne migrent pas significativement. La meilleure preuve que l'on puisse apporter de l'inertie du verre, c'est qu'il est considéré comme le matériau de référence dans les laboratoires de recherche, une expérience « in vitro », doit en effet s'effectuer en milieu neutre, où tout échange entre le contenant et le contenu doit être réduit au strict minimum.»*

## 2. Le point de vue de Dieter Schrenk, Professeur de pharmacologie et de toxicologie à l'université de Kaiserslautern (Allemagne)

Commentant les recherches scientifiques effectuées sur la migration de substances chimiques contenues dans les matériaux d'emballage, le **professeur Schrenk**<sup>3</sup> explique que « *les matériaux d'emballage alimentaire jouent un rôle crucial pour la sécurité alimentaire. Ils préviennent les risques de contamination chimique des aliments ou la perte de composés alimentaires essentiels. Ils ont donc une fonction barrière très importante en préservant le goût et la fraîcheur des aliments. 66% des européens sont préoccupés par les risques de migration chimique dans l'alimentation. Or, presque tous les matériaux d'emballage contiennent des produits chimiques indésirables.* »



© Friends of Glass

Il estime que « *le problème des substances contenues dans les emballages de denrées alimentaires et pouvant migrer dans les aliments doit être pris au sérieux. Il s'est avéré, par le passé, que les polymères synthétiques, les métaux, le papier et le carton sont une source importante de produits chimiques indésirables dans les aliments. Ceci est dû principalement au relargage ou à la migration de composants intrinsèques au procédé.* »

Concernant le verre, il ajoute : « *Le verre est fait exclusivement à partir de matières naturelles. Le verre est hautement inerte, il n'entre pas en interaction avec les aliments. Il est utilisé comme matériau de référence pour l'analyse chimique des aliments en raison de sa parfaite neutralité. Si le consommateur veut s'assurer que son alimentation est exempte de contaminants provenant de l'emballage, le verre est le meilleur choix qui s'offre à lui.* »

<sup>3</sup> Retrouvez l'intégralité de l'interview du professeur Schrenk sur le site de Verre Avenir

### 3. Les points forts d'un matériau de référence

Les fonctions premières d'un emballage alimentaire sont de protéger, de conserver, de transporter et de présenter sur le point de vente un produit qui doit conserver ses qualités et sa pureté jusqu'au moment de sa consommation. Les bouteilles et les pots en verre assurent pleinement cette mission de par leurs multiples propriétés.

#### **Le verre est le matériau d'emballage le plus neutre**

Il est la référence dans la recherche, la pharmacie et pour les plus hautes autorités de sécurité alimentaire, qui le conseillent pour l'alimentation des jeunes enfants.

**Le verre est un matériau-barrière monocouche, imperméable par définition,** opposant une protection absolue aux bactéries, agents atmosphériques et chimique.

Il est parfaitement résistant aux agressions externes, y compris celles guidées par la malveillance.

**Le verre conserve parfaitement** les vitamines, le goût, l'effervescence et la fraîcheur.

**Le verre contribue à lutter contre le gaspillage alimentaire** en permettant une conservation performante et de longue durée des aliments et des boissons.





**Les emballages en verre montrent le produit** et le valorisent : le consommateur voit ce qu'il achète en toute transparence...

**Le verre est un matériau naturel**, composé de sable, de carbonate de sodium, de calcaire et de calcin... depuis plus de 5 000 ans, ce qui lui a laissé le temps de faire ses preuves !

**Le verre est majoritairement fabriqué à partir de verre recyclé**, car c'est un matériau recyclable à 100 % et à l'infini : un avantage environnemental évident.

**L'allègement et l'éco-conception des emballages en verre est une priorité pour les verriers.** Bien sûr, les détracteurs du verre brandissent à la première occasion son poids. Mais le choix d'un emballage fait intervenir de multiples critères (protection, conservation, inertie), il n'est en aucun cas réductible à son poids. Néanmoins, les verriers poursuivent leur travail sur l'allègement : les nouvelles gammes de bouteilles génèrent des gains immédiats en matière de coûts logistiques et d'empreinte environnementale.



© Shutterstock

#### 4. Il n'y a pas que le contenu qui compte ! Pourquoi ne pas regarder plus loin que l'étiquette ?

Jusqu'à présent, beaucoup de pédagogie a été faite pour que les consommateurs lisent les étiquettes qui renseignent sur la composition du produit, sa provenance, son apport calorique, son utilisation, etc. Mais l'emballage du produit et le matériau qui le constitue sont aussi des sujets de réflexion et des critères de choix. Acheter un produit en lisant l'étiquette, c'est bien.

**Le choisir en regardant, au-delà de l'étiquette, le matériau qui le contient et le protège, c'est mieux !**

Pour encourager les consommateurs à « regarder plus loin que l'étiquette » et à devenir plus actifs en matière de choix de packaging et de sécurité alimentaire, Friends of Glass vient de lancer une campagne européenne de sensibilisation, centrée sur un message fort, « Look beyond the label », matérialisé par un pictogramme.

Ce pictogramme en forme de cœur, constitué de bouteilles et de pots en verre, vise à faire prendre conscience aux consommateurs de l'importance d'un choix sain et sûr en matière de packaging. Et à le faire passer à l'action au moment de l'achat, pour qu'il ne se prive pas des bénéfices du verre.

Comme un réflexe bénéfique : réfléchir et regarder plus loin... choisir ce qui est le plus sûr... prendre en compte le produit et préférer l'emballage en verre.



## Synthèse de l'étude InSites 2014

### Analyse du comportement des consommateurs en matière d'emballage et de sécurité alimentaire

# La méthodologie

## Plus de 8.000 consommateurs européens interrogés

Sondage en ligne dans 11 pays européens












Taille de l'échantillon  $n=1.000$  pour le premier groupe de pays et de 500 pour le second groupe.

Dans chaque pays, l'échantillon est représentatif de la tranche de population du pays âgée de 25 à 64 ans.

La distribution femmes / hommes est de 75/25.

Tous les consommateurs participant à l'enquête sont (co) responsables des courses alimentaires du ménage.

Période du sondage : 24 février – 7 Mars 2014

	Pays	Taille de l'échantillon
Groupe 1	 France	$n=1010$
	 Italie	$n=1022$
	 Allemagne	$n=1012$
	 Espagne	$n=1017$
	 Grande-Bretagne	$n=1020$
Groupe 2	 Autriche	$n=510$
	 Croatie (*)	$n=511$
	 République Tchèque	$n=507$
	 Pologne	$n=508$
	 Slovaquie	$n=507$
	 Suisse	$n=511$



# Les préoccupations au quotidien

## N°1 : la sécurité alimentaire

Q : Nous savons que les gens s'inquiètent souvent de l'économie ou de leurs finances personnelles. Ci-dessous nous avons listé quelques autres sujets qui les préoccupent dans leur vie quotidienne. Veuillez indiquer les trois thèmes qui vous préoccupent le plus.



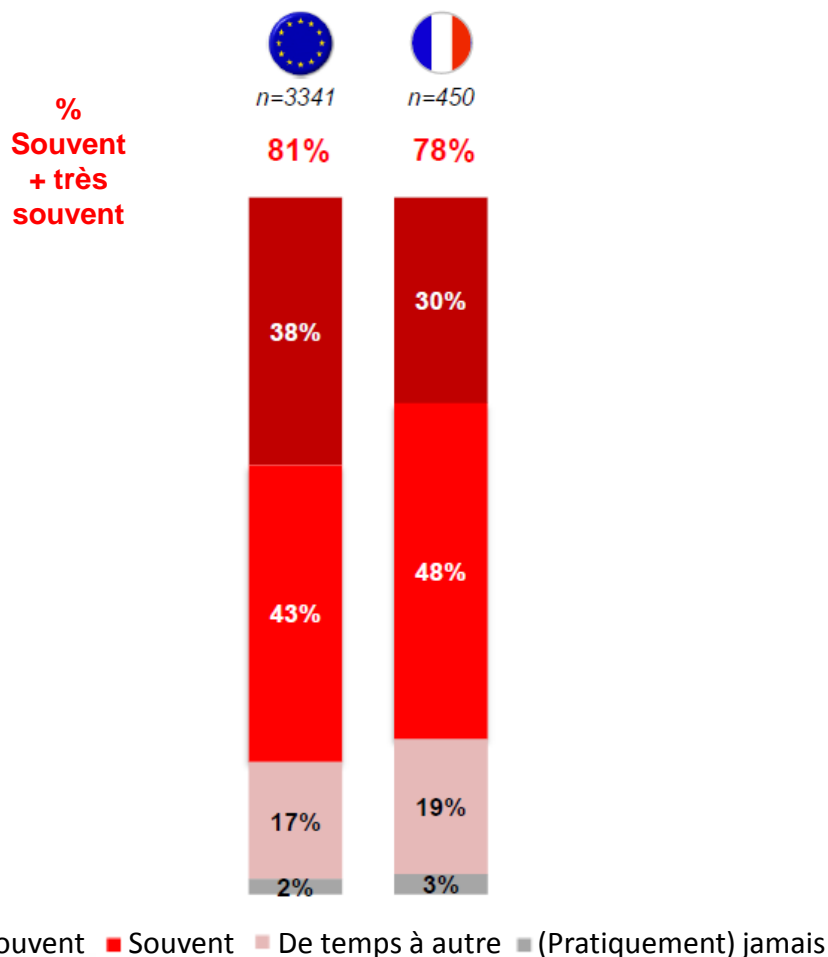




.....  
**3 consommateurs européens sur 5  
sont préoccupés par les questions  
de sécurité alimentaire.**  
.....

# La sécurité alimentaire pour les parents de jeunes enfants

Q : A quelle fréquence vous inquiétez-vous de la sécurité alimentaire quand il s'agit de vos enfants ? Filtre : enfant < 6 ans dans le foyer





.....  
**Les parents européens se  
préoccupent de sécurité  
alimentaire pour leurs enfants.**  
.....



# Les préoccupations relatives à la sécurité alimentaire

## Les consommateurs européens sont fortement préoccupés par la contamination des aliments

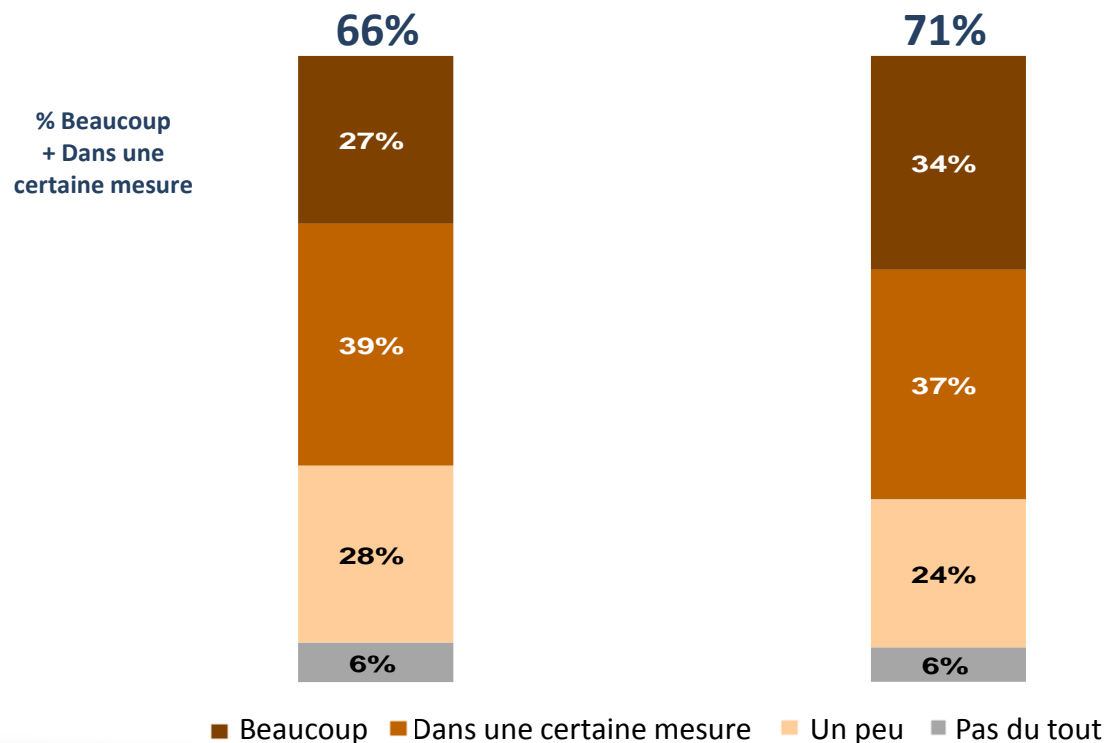
Q : Dans quelle mesure vous inquiétez-vous au sujet de chacun des aspects suivants de la sécurité alimentaire ?



n=8135

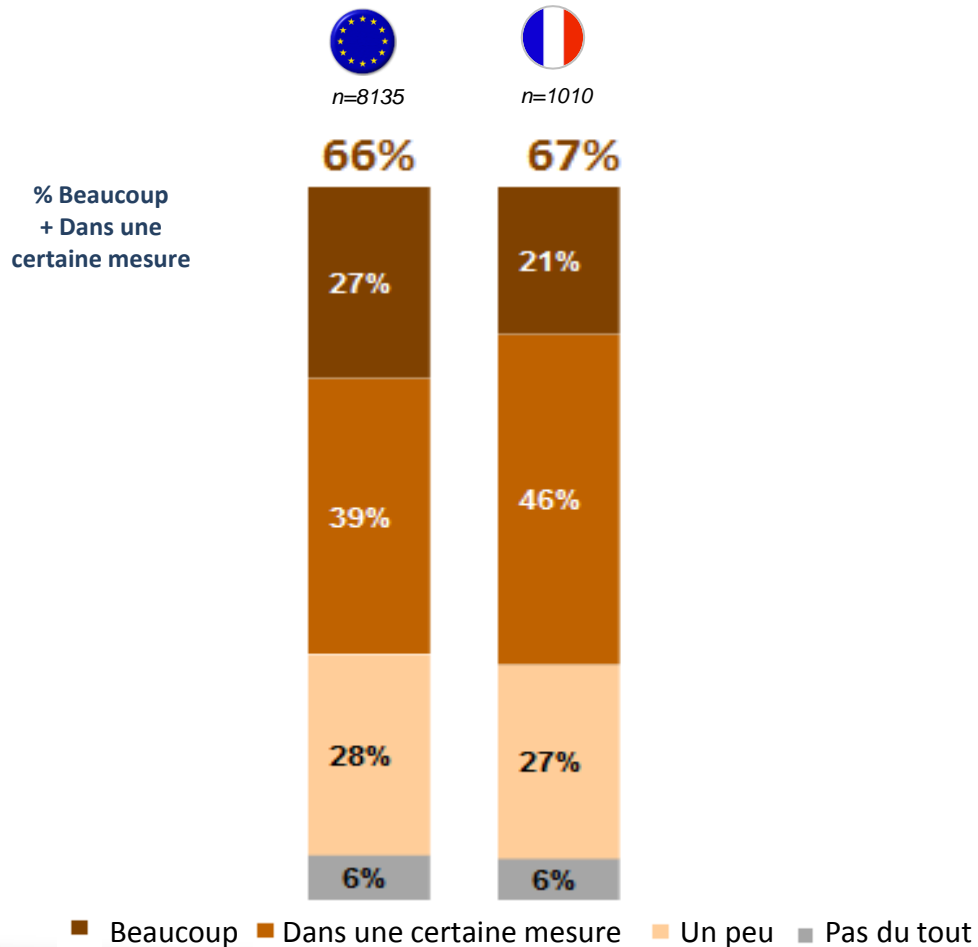
La contamination des aliments ou la migration de substances chimiques nocives de l'emballage dans le produit alimentaire

La contamination des aliments par modification intentionnelle du produit ou la fraude alimentaire



# Les préoccupations liées à la sécurité alimentaire - la contamination et la migration

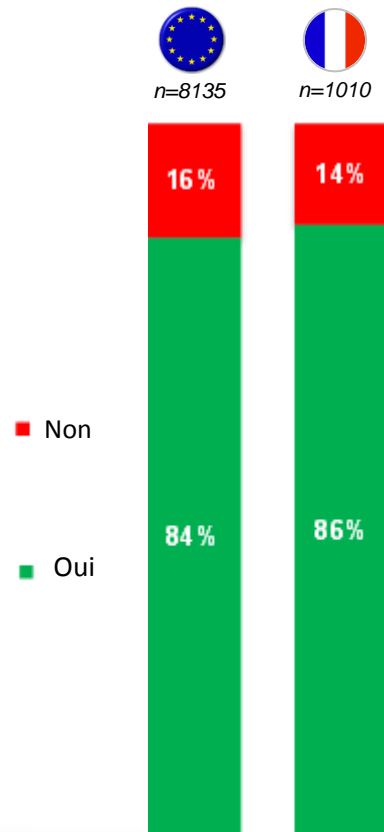
Q : Dans quelle mesure êtes vous inquiets au sujet de chacun des aspects suivants de la sécurité alimentaire ? La contamination des aliments ou la migration de substances chimiques nocives de l'emballage dans le produit alimentaire



# Une prise de conscience des interactions contenant / contenu

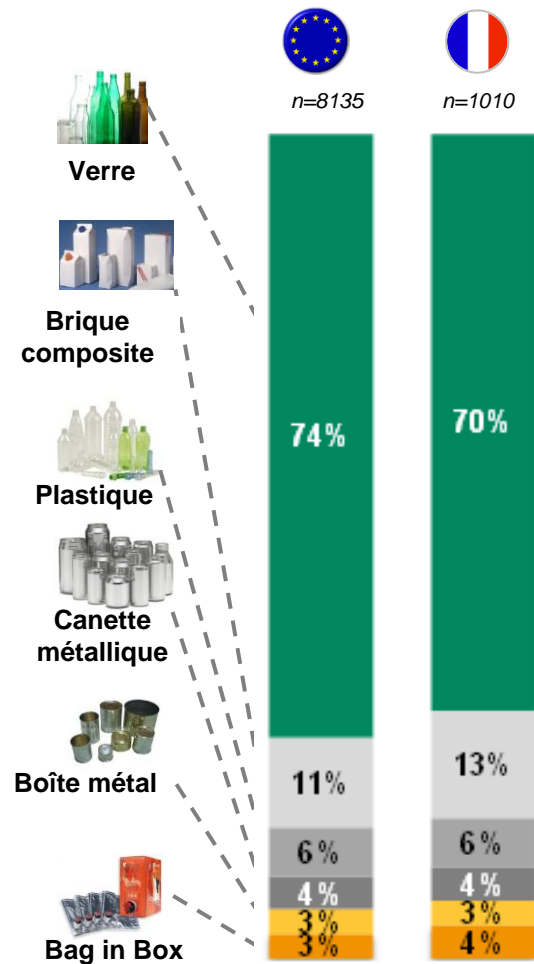
## Plus de 8 consommateurs sur 10 pensent que les interactions chimiques entre l'emballage et son contenu sont un risque pour la santé

Q : Selon diverses études scientifiques, certains matériaux utilisés pour l'emballage des produits alimentaires et des boissons peuvent provoquer des interactions chimiques (mineures) avec les boissons et les aliments. Cela pourrait entraîner un risque potentiel pour la santé. Croyez-vous personnellement à cette déclaration ?



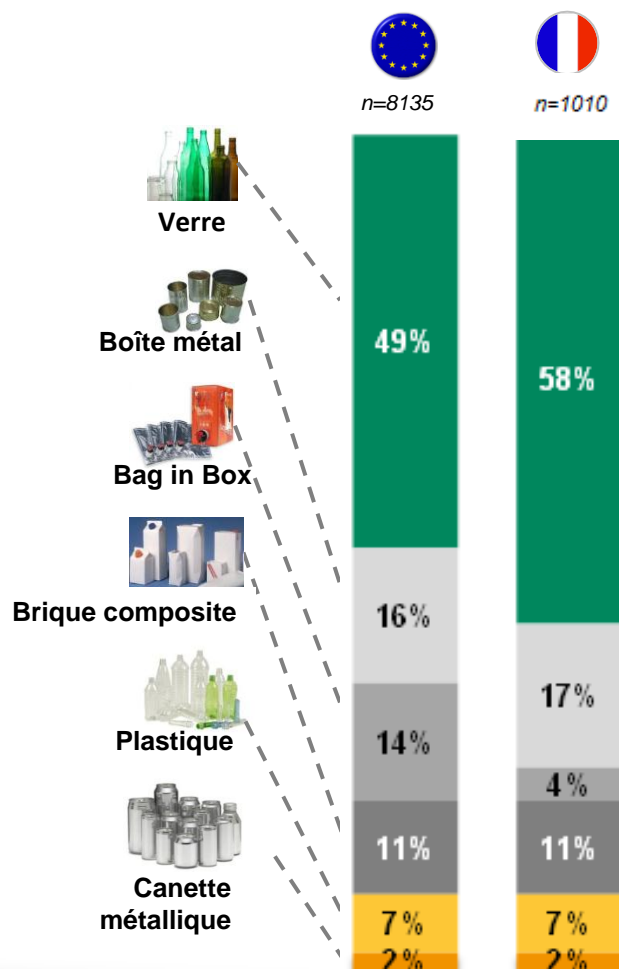
# Le verre : l'emballage le plus sûr pour les boissons

Q : Quel matériau d'emballage considérez-vous comme le plus sûr pour les boissons quand il s'agit de la sécurité des boissons ?



# Le verre : l'emballage le plus sûr pour les produits alimentaires

Q: Quel emballage considérez-vous comme le plus sûr quand il s'agit de la sécurité des produits alimentaires ?





**Le verre est de loin considéré comme le matériau d'emballage le plus sûr pour les boissons et les produits alimentaires par les consommateurs.**

# Les risques d'interaction entre l'emballage et son contenu

## Le verre a la plus faible interaction de l'emballage avec le contenu pour le consommateur

Q : Parmi les matériaux d'emballage ci-dessous, dans quelle mesure croyez-vous qu'il existe un risque d'interaction entre les produits alimentaires ou les boissons et leur emballage? Filtre : seulement si impact sur la santé

2011



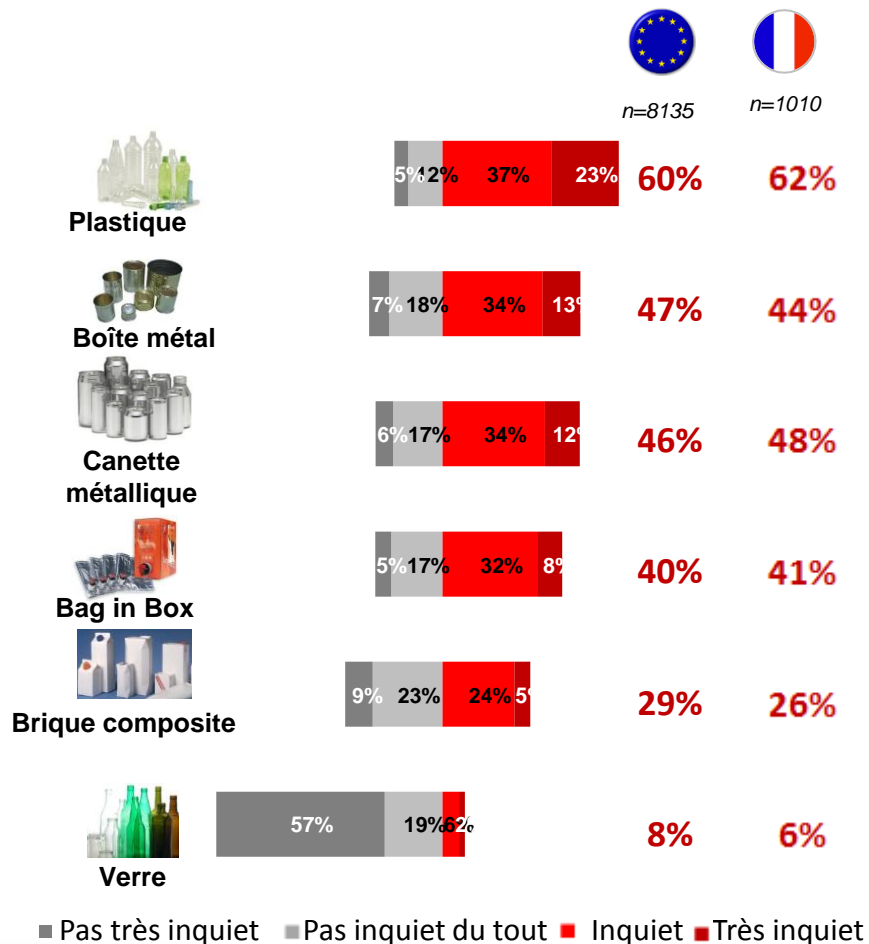
n=6931



# Les préoccupations au sujet de la sécurité alimentaire

Les emballages en verre préoccupent le moins les consommateurs en matière d'interactions avec les boissons et les produits alimentaires.

Q : Dans quelle mesure êtes-vous inquiet par l'incidence des emballages sur les boissons et les produits alimentaires pour chacun des matériaux d'emballage suivants ?





# Les raisons d'utiliser des emballages en verre

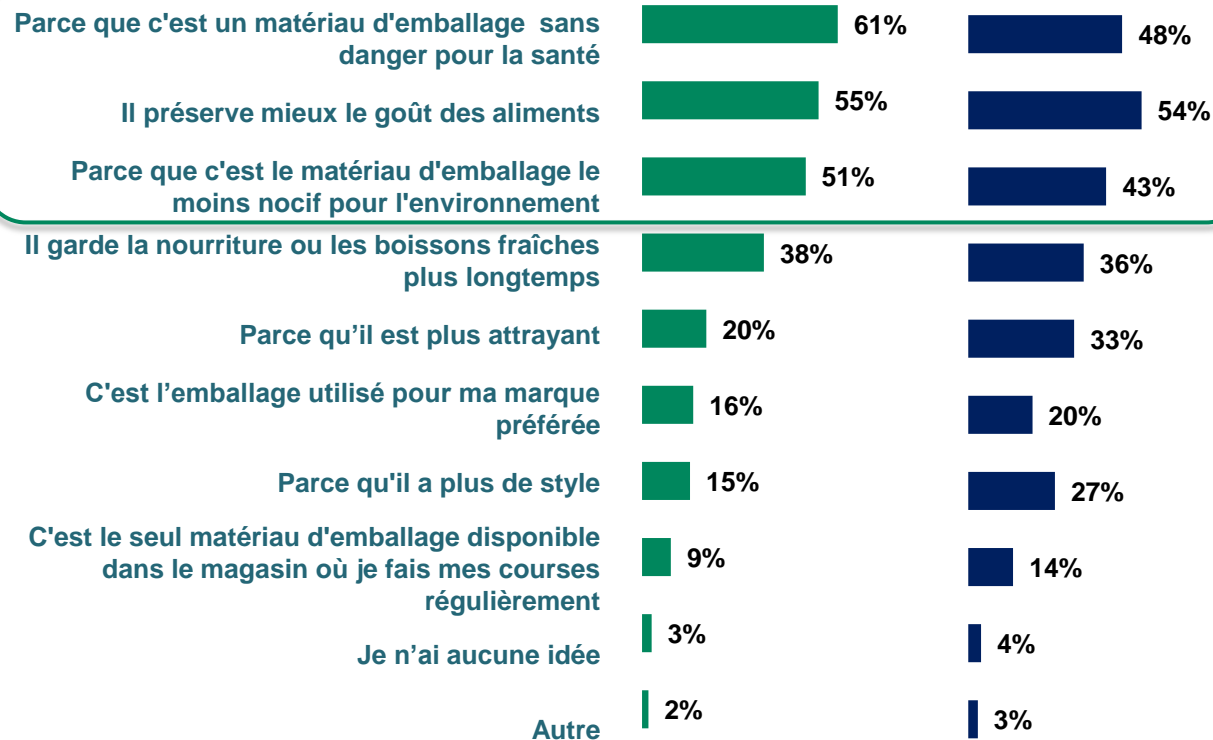
Q : Veuillez maintenant choisir les raisons pour lesquelles vous utilisez les emballages en verre



n=8135

2014

2011



### **À propos de Verre Avenir**

Au sein de la Fédération des Industries du Verre, Verre Avenir a pour mission :

- d'informer le grand public sur le verre d'emballage et son recyclage.
- d'apporter aux collectivités et aux enseignants les outils de communication nécessaires pour une bonne information sur le recyclage du verre.

Depuis sa création, Verre Avenir a encouragé chez tous les partenaires du recyclage l'enthousiasme qui a conduit au développement de la collecte et au succès actuel puisqu'aujourd'hui plus de 7 bouteilles sur 10 sont collectées et recyclées. [www.verre-avenir.fr](http://www.verre-avenir.fr)

### **À propos de la Fédération Européenne du Verre d'Emballage**

La Fédération Européenne du Verre d'Emballage (FEVE) est l'association des producteurs européens de verre d'emballage et de verrerie de table industrielle.

Ses 60 sociétés membres, appartenant à une vingtaine de groupes indépendants, produisent plus de 20 millions de tonnes de verre par an. Leurs usines de fabrication sont situées dans 23 États européens et travaillent pour les plus grandes marques du monde.

Rendez-vous sur [www.feve.org](http://www.feve.org).

### **À propos de Friends of Glass : déjà plus de 53 000 amis du verre**

La communauté Friends of Glass réunit tous ceux qui apprécient les qualités du verre et qui veulent défendre leur liberté à choisir ce matériau d'emballage pour les aliments et les boissons qu'ils consomment sur le site [www.friendsofglass.com/fr](http://www.friendsofglass.com/fr)

En avril 2014, Friends of Glass comptait en Europe plus de 53 000 supporters du verre sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Pinterest).

### **À propos d'InSites**

InSites Consulting, cabinet indépendant d'études a été créée en 1997. Il compte aujourd'hui plus de 130 collaborateurs, répartis dans cinq bureaux : Belgique, Pays-Bas, Royaume-Uni, Roumanie, Etats-Unis.