

L'emballage au rayon Fruits et Légumes : Quel impact sur l'expérience client – et sur l'attractivité du rayon ?

Carton Ondulé de France dévoile les résultats
d'une étude neuroscientifique inédite sur l'analyse du comportement des consommateurs

Paris, le 2 octobre 2018 – Le rôle et l'impact de l'emballage sur les consommateurs font l'objet de recherches et d'efforts précis de la part des distributeurs et des fabricants ; mais qu'en est-il dans le rayon fruits et légumes ? Existe-t-il un lien entre expérience client et emballage ? Ce lien influe-t-il sur l'attractivité du rayon – et de ses produits ? L'organisation professionnelle [Carton Ondulé de France](#) a mené une étude inédite pour décrypter le rôle de l'emballage sur l'expérience client dans ce rayon.

Un emballage non perçu au rayon fruits et légumes, mais à l'impact puissant

L'étude, menée par Négosciences*, une entreprise spécialisée en neurosciences appliquées au commerce, et Carton Ondulé de France, a permis en premier lieu d'évaluer la perception de l'emballage dans le rayon fruits et légumes : **95% des clients interrogés ne remarquent pas les emballages** permettant de présenter les fruits et légumes. Pourtant, l'étude a permis de démontrer un impact fort et évident de l'emballage sur l'expérience client, en fonction de sa nature ou de son absence.

Premier indicateur, **la nature de l'emballage influe directement sur le temps passé dans le rayon : un client passe entre 17% et 50% de temps en plus devant les étals lorsque les fruits et légumes sont présentés dans des plateaux en carton ondulé** plutôt que dans des caisses en plastique ou sans emballage (présentation directement sur les étagères avec des séparateurs en inox).

Le second indicateur permettant de mesurer l'impact sur l'expérience client réside dans le « **taux de couverture** », quantification de l'espace exploré sur le rayon : il est identique lorsque les F&L sont présentés en séparateurs inox ou dans des plateaux en carton.

En revanche, les clients qui sont face à des fruits et légumes présentés soit dans des caisses en plastique soit dans des plateaux en carton **couvriront 51% de surface en plus avec la solution « carton »** : 23,8% de taux de couverture pour les caisses plastique contre 35,9% pour les plateaux en carton.

« L'utilisation de techniques scientifiques était nécessaire pour identifier et quantifier précisément un impact potentiel. Nous pouvons donc affirmer que les visites dans le rayon fruits et légumes sont plus longues et plus exploratoires lorsque les étagères comportent des plateaux en carton ondulé. C'est une vraie valeur ajoutée de notre emballage. » déclare **Bertrand Arnault**, président de Carton Ondulé de France.

L'emballage des fruits et légumes a un impact direct sur le comportement d'achat

L'intérêt porté au produit est un critère déterminant dans l'acte d'achat : cela fait la différence entre un achat plaisir et un achat « d'obligation » où seule la variable économique entre en considération. Sur ce point, les résultats sont sans équivoque : sur les deux comparaisons réalisées, **81% et 86% des clients portent un intérêt au produit plutôt qu'aux prix affichés lorsque les fruits et légumes sont présentés dans des plateaux en carton ondulé. Ces chiffres tombent à 59,2% avec un emballage en caisse plastique ; et à 15,5% pour les produits présentés sans emballages dans des séparateurs inox.**

Les plateaux en carton, en diminuant l'intérêt aux prix, -65% par rapport à la caisse plastique, et -77% par rapport aux séparateurs inox, engagent donc plus le client à valoriser le produit et sa qualité.

Enfin, l'étude dévoile que le nombre de clients achetant des fruits et légumes augmentent entre 13% et 16% lorsqu'ils sont présentés dans des plateaux en carton ondulé plutôt que sur des étagères inox ou avec des caisses en plastique.

« La nature de l'emballage révèle un comportement client différent. C'est une donnée qui était vérifiée pour les produits emballés et présentés en linéaire. Mais c'est une découverte pour des produits présentés en libre-service, et plus spécialement pour les fruits et les légumes, alors que l'emballage n'est perçu qu'inconsciemment. Le carton ondulé offre une expérience client sans équivalent et durable ! » analyse **Kareen Desbouis, déléguée générale de Carton Ondulé de France.**

Le carton ondulé, atout de la grande distribution

Dans les années 1960, le carton ondulé a participé au boom de la grande distribution en favorisant la consommation de produits agroalimentaires dans des conditions d'hygiène et de logistique optimisées.

Encore aujourd'hui, cet emballage séduit producteurs, industriels et distributeurs. Grâce aux 73 sites de production répartis sur tout le territoire, à proximité de leurs clients, la filière offre une garantie de réactivité et de flexibilité dans l'approvisionnement des emballages.

Le carton ondulé est une solution d'emballage adaptée à la chaîne de distribution des fruits et légumes : **hygiéniques, permettant une conservation plus longue, ergonomiques, robustes et légers**, faciles de manipulation, adaptables et économiques, garantis par le label de qualité CFQ, **les plateaux en carton ondulé** représentent une valeur ajoutée non négligeable pour l'ensemble de la chaîne de valeur.

Biosourcé, renouvelable, biodégradable, recyclable, et recyclé, le carton ondulé est une solution d'emballage innovante, performante et responsable, qui répond parfaitement aux besoins de la grande distribution. « C'est un matériau efficace, léger et discret qui a l'avantage de pouvoir répondre à tous les cahiers des charges (chaîne du froid, protection des aliments fragiles...). C'est aussi un outil marketing clé puisque l'emballage est personnalisable. Le carton ondulé est le bon génie du commerce ! » conclut Bertrand Arnault.

Les chiffres clés 2017 de l'activité du carton ondulé

- 15 groupes – 73 sites
- 11 600 employés
- **Production totale en 2017 :**
2,847 millions de tonnes soit + 0,1% par rapport à 2016
5,53 milliards de m² soit + 2% par rapport à 2016 dont 20% sont vendus en plaques et transformés dans des cartonnages
- **Commerce extérieur en 2017**
398 000 tonnes importées, soit + 11,15% par rapport à 2016
225 000 tonnes exportées, soit + 3,7% par rapport à 2016
- **Chiffres d'affaires 2017**
2,69 milliards d'euros, soit + 2,5% par rapport à 2016

*Méthodologie : Etude Négosciences réalisée au sein de 2 magasins d'enseignes différentes (1 500m² et 1 800m²), basée sur 2 016 heures d'observations en magasin entre sept. 2016 et déc. 2017, auprès de 4 530 clients.

A propos de [Carton Ondulé de France](#)

Carton Ondulé de France est l'organisation professionnelle des fabricants de carton ondulé français. Sa mission est de valoriser une filière industrielle clé, qui représente plus d'un quart du secteur de l'emballage en France et s'illustre comme un modèle d'économie circulaire : 92% de taux de recyclage et 80% d'utilisation de matière recyclée. Carton Ondulé de France accompagne ses adhérents, qui représentent plus de 70 % de la filière, en portant les valeurs d'un matériau responsable, indispensable et vecteur de services à forte valeur ajoutée pour l'économie française – en particulier pour le secteur transport & logistique et le commerce. La filière emploie 11 600 salariés sur le territoire, sur 73 sites de production, et produit 2,8 millions de tonnes (5,53 milliards de m²) de carton ondulé pour un chiffre d'affaires de 2,69 milliards d'euros (chiffres 2017).



CONTACT PRESSE

Eugénie ARNAUD

earnaud@hopscotch.fr

01 58 65 01 21