



## Les produits

MARCHÉ

**+ 3,4 %**

L'évolution du chiffre d'affaires des emballages ménagers, à **174 M€**

**+ 3,9 %**

L'évolution du chiffre d'affaires des sacs poubelle, à **106 M€**

**+ 2,8 %**

L'évolution du chiffre d'affaires des emballages alimentaires, à **68 M€**



**Sylvie Bergero**, directrice marketing France et brand manager Waste Solutions Europe chez Cofresco (Albal et Handy Bag).

« Notre innovation Dévor Odeur va bénéficier à partir de la rentrée d'une campagne d'échantillonnage dans les points de vente. Faire essayer reste la meilleure façon de convaincre le consommateur, qui se rend compte que le produit tient sa promesse. »

CAM arrêté au 15 mai 2016 Source : Nielsen ; origine : fabricant

# Les emballages ménagers sur un

À l'heure de la suppression des sacs à usage unique, les sacs poubelle sont déjà plébiscités par les consommateurs et le segment alimentaire prisé pour sa praticité. Les marques nationales récoltent les fruits de leur stratégie dynami-

**D**epuis le 1<sup>er</sup> juillet, les sacs de caisse à usage unique n'ont plus cours dans la distribution. Une aubaine pour le marché des sacs poubelle ? À + 2,5 % en volume et + 3,9 % en valeur (CAM arrêté au 15.5.2016 selon Nielsen), il se porte déjà plutôt bien. Sylvie Bergero, directrice marketing France et brand manager Waste Solutions Europe chez Cofresco (Albal et Handy Bag), fait observer que, d'après les données Nielsen Homescan, son taux de pénétration est déjà passé de 50 % en 2003 à 79 % en 2015. Chez Sphere, Véronique Charlier, directrice marketing d'Alfapac, estime que la mesure devrait avoir un effet sur la progression du marché et du recrutement.

Quoi qu'il en soit, les consommateurs semblent avoir fait le choix de la qualité, ce qui profite aux MDD, à + 3,4 % en valeur (excepté les premiers prix, à - 4 %) ainsi qu'aux marques nationales, Alfapac affichant + 6,2 % et Handy Bag + 6 %. Il est vrai qu'elles n'ont pas ménagé leurs efforts l'an passé et

au premier semestre et en recueillent les bénéfices. Handy Bag a modifié les packagings de l'intégralité de ses gammes en s'appuyant sur les résultats d'études clients. Le nouveau design met en avant et hiérarchise les clés d'entrée suivantes : marque, litrage, système de fermeture et spécificité du produit. L'autre cheval de bataille de la marque est le Dévor Odeur, arrivé en janvier. Outre un système intégré absorbant d'odeurs (un patch de charbon actif), le sac diffuse un léger parfum citronné. Il est soutenu depuis le 11 juillet par une campagne télé dans laquelle la mascotte Handy est habillée de vert comme ce sac nouvelle génération. Et fera l'objet à la rentrée d'une campagne d'échantillonnage.

### Pour les nouvelles poubelles

Alfapac avait, pour sa part, déjà commencé l'an dernier à diversifier ses formats avec le lancement, couronné de succès, d'un sac spé-

cial salle de bains de 13,5 litres. La marque du gr Sphère poursuit dans voie avec, cette année, des sacs à liens de 25, 40 et 50 litres étudiés pour les nouveaux modèles de poubelle. En vertu de quoi elle arrive à progresser de 13,5 % en valeur sur le segment en recul des sacs à liens (- 2,6 %). « Les consommateurs trient davantage et utilisent de plus en plus de petites poubelles », explique Véronique Charlier. De fait, ce sont les 5 et 10 litres qui progressent le plus (à + 8,5 %), suivis par les 50 litres, à + 6,9 %. Alfapac annonce également pour la rentrée une gamme pour les poubelles hautes réalisée dans une nouvelle matière.

Leader sur les contenants, Brabantia s'adapte aussi aux nouveaux usages et propose Sort & Go, qui combine diffé-



### LUNCH BOX DE VERRE

La gamme Cook & Store de Pyrex se compose de sets de plats gigognes en verre borosilicate très résistant. Ils permettent de cuire au four, de réchauffer au micro-ondes, de conserver et de transporter les préparations.



### POUR FAIRE UN NOEUD

Handy Bag propose depuis avril le très utile sac Poignées à Nouer. Un modèle de 30 litres hermétique et étanche grâce à un fond antifuite (en rouleau de 15 sacs).



### EN BALADE OU AU BUREAU

Albal a mis sur le marché ce printemps ses Sacs Sandwich. Résistants grâce à un plastique épais, ils sont faciles à ouvrir et à fermer avec leur double fermeture Ultra-Zip hermétique (boîte de 25 sacs de 1 litre).



MARCHÉ

**Les produits**

L'ESPRIT PRATIQUE L'EMPORTE

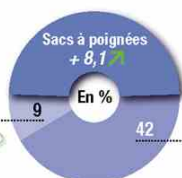
Poids des différents segments et évolution des ventes volume en cumul courant arrêté au 15 mai 2016  
Source : Nielsen ; origine : fabricant

**SACS POUBELLE**



dont

Sacs spéciaux  
+ 10,4%



**EMBALLAGES ALIMENTAIRES**

dont



	En %	
Sachets alimentaires	36	+ 4,4%
Films alimentaires	24	+ 1,3%
Aluminium	22	- 8,2%
Papier	13	+ 3,3%

Déjà poids lourd des ventes, les sacs poubelle continuent à progresser. Sur cette catégorie comme sur les emballages alimentaires, les segments les plus classiques (sacs à lien, papier alu) sont en recul au profit de solutions plus modernes (sacs à poignées, sachets alimentaires).

# e belle lancée

rents formats et pour laquelle elle a développé un sac de 6 litres. Très présente dans les GSB, la marque néerlandaise envisage de renforcer sa présence dans les GMS. « Lors de la mise en place de notre site marchand, nous avons constaté que la demande pour les sacs a explosé et que de nombreux consommateurs cherchaient où les trouver », précise Antoine Reynaud, directeur général de Brabantia pour la France.

**Développer les usages spécifiques**

De leur côté, les emballages alimentaires ne sont peut-être pas loin d'avoir fait le plein avec un taux de pénétration à 80 % et des volumes à -0,3 %. La catégorie gagne cependant 1,8 % en valeur. Les ventes continuent de migrer du traditionnel papier d'aluminium vers les sachets et le papier notamment. Avec + 13,9 % en volume globalement et + 46 % sur les sachets alimentaires, Albal ne peut que se féliciter d'avoir relancé, en 2015, ses sacs multiusages Zipper avec un autre pack, une baisse de prix, de l'échantillonnage et une campagne télévisée. Le spécialiste des sacs alimentaire prend par ailleurs un nouveau virage, celui de la beauté, en proposant les Zipper Cosm-

tiques, implantés au rayon hygiène-beauté. « Ce produit a été très bien accueilli par la distribution. Il y a encore beaucoup de potentiel pour développer et faire connaître ce type de fermeture », indique Sylvie Bergero. La marque complète aussi cette année sa gamme Ultra-Zip avec les Sacs Sandwich. Elle a en outre retravaillé en mars ses sacs congélation à liens en les dotant d'une ouverture large pour faciliter le remplissage, d'un fond plat, d'un plastique triple épaisseur et d'une zone d'écriture pour identifier leur contenu. Albal a par ailleurs équipé ses rouleaux d'aluminium et de films alimentaires d'une boîte plus pratique. Alfapac cultive toujours son positionnement proche de l'univers culinaire via des partenariats avec *Maxi*, *Maxi Cuisine* et *L'Atelier des Chefs*. Ce dernier lui a permis de réaliser des vidéos tutorielles pour expliquer l'utilisation de ces produits. Tel le kit Poches à douilles pour les aspirants pâtisseries. Ou le film Micro-Ondes qui peut être mis au contact d'aliments qui vont cuire à la vapeur, au bain-marie, ou pochés... « C'est notre rôle de montrer que l'on ne peut pas employer n'importe quel film pour certaines préparations », note Véronique Charlier.



**GÉRER LE TRI**

Avec ses poubelles Sort & Go (6, 12 et 16 litres), Brabantia propose une solution pour séparer les déchets. Elle a complété son offre de sacs avec un 6 litres compatible avec le plus petit format, très adapté pour les déchets organiques.

Alfapac a également revu son papier fraîcheur. Désormais dénommé Papier Traiteur, il est montré en situation sur le pack. « C'est plus explicite et plus compréhensible pour le consommateur », poursuit Véronique Charlier. La marque sera en outre présente à la rentrée sur le salon du Made In France. À noter enfin que Pyrex joue les tribuns de la conservation avec de nombreuses et régulières opérations de promotion sur sa gamme Cook & Store arrivée l'an dernier. « Sur les boîtes alimentaires, le marché du verre, qui est un matériau inerte, progresse deux fois plus vite que celui du plastique. Cela correspond à la fois à la tendance de cuisiner chez soi et à la volonté des consommateurs de faire attention à leur santé », décrypte Céline Mercantini, responsable marketing France de Pyrex. ■



**ÉLARGI**

Les réceptacles à ordures gagnent en largeur. Alfapac a donc lancé cette année une gamme de sacs à liens étudiés pour ces poubelles nouvelle génération (25, 40 et 60 litres), toujours en plastique Vegetal Origin.



**POUR LA PÂTISSERIE**

Alfapac a sorti un kit Poches à Douilles pour doter la créativité des pâtisseries amateurs (8 poches jetables et 3embouts). La marque a réalisé des vidéos tutorielles pour illustrer le mode d'emploi.

MARIANNE BAILLY