



LES ENTREPRISES DE L'EMBALLAGE PLASTIQUE MOBILISÉES ET SOLIDAIRES FACE À LA CRISE DU COVID-19

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 8 avril 2020 – Elipso, en tant que représentant des fabricants d'emballage plastique (rigide et souple), a lancé une enquête auprès de ses adhérents pour mesurer l'impact de la crise du COVID-19 sur l'activité de la filière.

Les participants représentent toutes les familles d'emballages : la fabrication d'emballages primaires (l'emballage visible sur le point de vente comme par exemple le pot de yaourt) représente 87% de l'activité de l'ensemble des sondés, le secondaire 40% (l'emballage de regroupement par exemple un film pour tenir un pack de bouteille) et le tertiaire 9% (l'emballage de regroupement à des fins logistiques).

La filière a su opérer une réorganisation efficace pour honorer les commandes des secteurs clefs (la santé, l'agroalimentaire et l'hygiène) face à la lutte contre la pandémie. **91% des répondants à l'enquête sont en capacité de répondre totalement** aux demandes. Pour les 9% des répondants confrontés à une priorisation des commandes due à une hausse des demandes, la priorisation s'est opérée en fonction du caractère essentiel du secteur : santé, alimentaire puis hygiène.

Françoise ANDRES, Présidente d'Elipso, souligne que « *l'ancrage sur le territoire national des entreprises de l'emballage permet une réactivité exceptionnelle dans ces moments particuliers* ». Par ailleurs, les qualités même de l'emballage, préservant les denrées tout au long de la chaîne de production et de transport en font un partenaire essentiel dans la lutte contre le virus. La présidente d'Elipso indique que « *l'emballage garantit un effet barrière, c'est la première protection des produits. La préservation des conditions sanitaires est aujourd'hui encore plus qu'hier primordiale* ».

L'adaptabilité de l'appareil productif permet aussi aux **entreprises de l'emballage de participer à des actions solidaires** en fabriquant des produits parfois éloignés de leur cœur de métier. Et cela principalement à destination des personnels soignants comme des visières de protection ou des surblouses.

Plus de 50% des répondants, pour la plupart fabricants d'emballages à destination de l'alimentaire vendu en grande distribution, sont confrontés à une hausse d'activité. Cette hausse est comprise, pour plus de 20% des sondés entre 10 et 20% quand 17% environ ont une hausse comprise entre 20 et 30%.

L'absentéisme dû principalement aux mesures de confinement ressort largement en tête des facteurs limitants la production pour 64% des adhérents. Les deux tiers ont un taux

d'absentéisme de l'ordre de 0 à 20% et pour 15% des sondés il est compris entre 20 et 30%. **Certaines difficultés ponctuelles comme l'approvisionnement en matériaux transformés, en matières premières** ou en résines sont citées par un tiers des répondants comme facteur limitant mais restent très diversifiées. Il subsiste cependant **certains freins en termes de logistiques** amont pour 6% des adhérents, 11% pour les circuits logistiques aval et ensuite 15% liées à la circulation aux frontières.

43% environ des adhérents sont confrontés à une baisse d'activité pour la semaine du 30 mars au 3 avril notamment suite à la chute d'activité de certains secteurs clients comme la restauration hors foyer ou les emballages destinés aux secteurs comme l'automobile ou le bâtiment. Cette chute est directement liée aux fermetures obligatoires de certains lieux de travail, de consommation ou encore de loisirs et à une modification très nette des modes de consommation durant la crise.

Un tiers des sondés prévoient un maintien de l'activité au mois d'avril. Néanmoins, la crise installe un horizon incertain pour la majorité des entreprises. Si un tiers des sondés anticipent un faible ralentissement de leur activité pour le mois d'avril, un autre tiers anticipe une baisse assez forte. Les prévisions à court terme restent encore fragiles.

Au regard de ces résultats, Françoise ANDRES conclut en ajoutant que *« le secteur a su s'adapter en un temps record tout en participant à l'élan de solidarité qui émerge dans cette crise du coronavirus. Je constate aussi que si nous savons relever les multiples défis auxquels l'emballage fait face, c'est avant tout grâce à la mobilisation sans faille de tout un métier et des personnes qui y travaillent ».*

Méthodologie et échantillonnage :

Sondage flash réalisé du 3 au 7 avril 2020 auprès des entreprises adhérentes d'Elipso. Le taux de réponses validées couvre plus de 50% des adhérents. Les entreprises ayant participées sont à 2% des TPE, 51% des ETI, 45% des PME et 2% des GE. Les secteurs clients fournis sont l'alimentaire pour 79% des répondants, l'hygiène-beauté pour 45%, la chimie pour 30%, le transport-logistique pour 11%. La répartition selon les matériaux constitutifs est de 53% pour le plastique rigide et 35% pour le plastique souple. Une entreprise peut fournir plusieurs secteurs et différents types d'emballages (primaire, secondaire, tertiaire).

ELIPSO est l'association professionnelle qui représente les fabricants d'emballages plastiques (rigides et souples) en France. Nos entreprises, présentes sur tout le territoire français, emploient 38 000 collaborateurs dans 320 entreprises (majoritairement des PME) pour un chiffre d'affaires annuel de 8,1 milliards d'euros.

Contact Presse : Christophe MORVAN c.morvan@elipso.org **01 46 22 33 66**