

Communiqué de presse
Paris, le 12 septembre 2025

Carnet des tendances Verallia 2026 : quelles attentes des consommateurs dessineront les emballages et boissons de demain ?

L'édition 2026 du Carnet des tendances de Verallia, réalisée en collaboration avec l'agence Carlin, confirme des transformations structurelles et durables des comportements de consommation sur les marchés alimentaires et boissons. Les consommateurs recherchent désormais des expériences sincères, des recettes plus fonctionnelles et des formats qui rassemblent. Ces évolutions incitent les marques à repenser le packaging de leur produit comme un levier stratégique, au cœur de la relation avec les consommateurs.

Des mutations profondes et durables qui confirment des renversements de marché



Le secteur des boissons et de l'alimentation connaît une recomposition profonde. C'est le cas notamment de celui du vin et des spiritueux, où de nouvelles tendances s'affirment clairement en réponse au phénomène de modération mondiale observée depuis plusieurs années. En parallèle, de nouveaux segments émergent, à commencer par les boissons sans ou à faible teneur en alcool (no/low) qui affichent

une croissance soutenue de 7 % par an entre 2023 et 2026 (IWSR, 2025).

Cette dynamique s'explique par une consommation d'alcool plus maîtrisée, désormais ancrée dans les habitudes intergénérationnelles. La modération n'est plus une tendance marginale ou propre aux jeunes, mais un phénomène culturel de masse.

Les consommateurs recherchent davantage de bien-être, de naturalité et d'expériences riches humainement. Le plaisir du lien social reprend sa place, souvent dans des formats à partager et dans des moments vécus loin des écrans. Désormais, **58 % des consommateurs privilégient des aliments ou boissons aux bénéfices santé avérés, et 42 % citent une expérience physique, hors écran, comme leur meilleur moment de la semaine** (Accenture, 2025).

Ces évolutions dessinent une tendance de fond : un recentrage sur la qualité et le partage de l'instant présent. Les marques qui tireront leur épingle du jeu seront celles qui répondront aux aspirations de leurs clients, dans leur recherche de santé et de bien-être, leur quête de convivialité et d'adhésion à une économie circulaire.

Trois figures de consommateurs et quatre dynamiques

De cette analyse, Verallia identifie trois grandes figures de consommateurs. **Les Héritiers du goût**, nostalgiques éclairés, recherchent une nouvelle forme de tradition à travers des classiques réinventés. **Les Players**, principalement la génération Z et les jeunes millennials, privilégient le fun et les expériences partagées. Enfin, **les We & Me** souhaitent concilier plaisir, santé et responsabilité environnementale.

De ces profils émergent **quatre grandes dynamiques structurantes de consommation** :

- Le plaisir du lien, loin des écrans. La convivialité redevient essentielle, avec des formats à partager et des expériences intergénérationnelles.
- Le boom du fonctionnel et du végétal. Super-aliments, infusions de plantes et circuits courts redessinent les recettes et les packagings.
- Une élégance nostalgique et inclusive. Le vintage chic séduit toutes les générations, revisité avec une touche contemporaine.
- La créativité comme valeur refuge. Personnalisation, collaborations artistiques et objets à collectionner renforcent désirabilité et singularité.

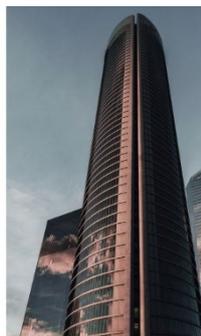
Pour **Elena Andia, Directrice Marketing de Selective Line au sein du Groupe Verallia**

« L'univers des boissons vit une mutation profonde, marquée par un retour à la simplicité et au partage, mais aussi par un désir renouvelé d'exception et d'esthétique. Ces attentes combinent plaisir, sens et différenciation. Pour les marques, le choix du packaging devient un vecteur clé de récit et d'identité. Et notre rôle, chez Verallia, est d'anticiper ces signaux afin de proposer des solutions créatives et durables qui traduisent ces tendances dans des formes concrètes, portées par un matériau à la fois millénaire, pur et résolument tourné vers l'avenir, le verre. »

Des tendances à la conception industrielle : Verallia dévoile les nouvelles formes de packaging inspirées de ces tendances qui feront le marché de demain

Le Carnet des tendances 2026 est également l'occasion de dévoiler les nouvelles formes de bouteilles prêtes à être développées. Formats à partager, silhouettes totem, flacons dédiés aux boissons fonctionnelles ou pots premium pour sauces et condiments : autant de propositions qui traduisent concrètement les tendances observées et renforcent la place de Verallia comme partenaire de référence pour anticiper les évolutions de consommation.

Le Carnet des tendances 2026 complet est disponible sur demande auprès du service presse.



CHICAGO

Une silhouette totémique, pensée pour la bière et les boissons fonctionnelles.



SAKURA

La praticité d'un format individuel, allié à l'élégance nomade.



DUNES

Un design intemporel, façonné pour sublimer le whisky.



SOLIA

L'élégance d'un pot convivial, pensé pour être partagé.

A propos de Verallia

Chez Verallia, notre raison d'être est de réimaginer le verre pour construire un avenir durable. Nous voulons redéfinir la façon dont le verre est produit, réutilisé et recyclé, pour en faire le matériau d'emballage le plus durable au monde. Nous faisons cause commune avec nos clients, nos fournisseurs et d'autres partenaires tout au long de notre chaîne de valeur pour développer de nouvelles solutions saines et durables pour tous.

Avec près de 11 000 collaborateurs et 35 usines verrières dans 12 pays, nous sommes le leader européen et le troisième producteur mondial de l'emballage en verre pour les boissons et les produits alimentaires et offrons des solutions innovantes, personnalisées et respectueuses de l'environnement à plus de 10 000 entreprises dans le monde. Verallia produit plus de 16 milliards de bouteilles et pots en verre et a réalisé 3,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2024.

La stratégie RSE de Verallia a été récompensée par la médaille Platinum Ecovadis, ce qui place le Groupe dans le Top 1 % des entreprises évaluées par Ecovadis. Notre objectif de réduction des émissions de CO₂ fixé à - 46 % sur les scopes 1 et 2 entre 2019 et 2030 est validé par SBTi (Science Based Targets Initiative). Il est aligné à la trajectoire de limitation du réchauffement climatique à 1,5 °C fixé par l'accord de Paris.

Verallia est coté sur le compartiment A du marché réglementé d'Euronext Paris (Ticker : VRLA – ISIN : FR0013447729) et figure dans les indices suivants : CAC SBT 1.5°, STOXX600, SBF 120, CAC Mid 60, CAC Mid & Small et CAC All-Tradable.

Contacts presse

Laurie Dambrine | verallia@comfluence.fr | +33 (0)1 40 07 98 27
Sara Natij | verallia@comfluence.fr | +33 (0)7 68 68 83 22