



Association des Industriels
de la Papeterie et du Bureau

RENTÉE DES CLASSES 2024 : LES FAMILLES PRIVILÉGIENT LE JUSTE RAPPORT QUALITÉ-PRIX POUR LES FOURNITURES SCOLAIRES

Alors que la rentrée des classes s'annonce comme une période décisive pour les Industriels de la Papeterie et du Bureau, un sondage Opinion Way pour l'AIPB¹ dévoile les critères de choix des familles pour s'équiper en fournitures scolaires à la rentrée 2024. La qualité des produits (pour 56% des répondants) et la résistance dans le temps (48%) constituent leurs attentes prioritaires, devant la recherche du prix le plus bas possible (34%). Les grandes marques sont particulièrement plébiscitées (86%) pour y répondre.



« Après une rentrée scolaire 2023 marquée par une hausse du chiffre d'affaires (639 millions d'euros, +2,3% par rapport à l'année précédente) malgré la baisse des volumes de vente (197 millions d'unités, -5,1%), les Industriels de la Papeterie et du Bureau s'attendent à un soutien promotionnel équivalent pour cette rentrée 2024.

Conscients que les articles de papeterie constituent un équipement essentiel pour soutenir les apprentissages scolaires de leurs enfants, les parents sont très attentifs à la qualité de produits et au juste prix. Achats de nécessité, les fournitures

scolaires sont aussi des achats plaisir, à travers lesquels on peut gâter et encourager ses enfants, sans se ruiner. Enfin, ce sont des produits qui reflètent directement les préoccupations environnementales et budgétaires des familles. Qualité, attractivité, durabilité, juste prix : les professionnels du secteur sont à l'écoute de ces attentes. Rentrée après rentrée, ils innovent pour mettre toujours plus de gaieté et de créativité dans les cartables », commente **Nadège Héлары, Présidente de l'Association des Industriels de la Papeterie et du Bureau (AIPB), directrice Générale de STAEDTLER France.**

LES FOURNITURES SCOLAIRES, L'ACHAT PHARE DE LA RENTÉE

Depuis deux ans, l'inflation a un impact contenu sur les achats Papeterie, preuve de l'importance de ces produits dans la vie de Français et de leurs enfants. En 2022, seul 1 Français sur 5 a réduit ses achats dans cette catégorie, et en 2023, 1 Français sur 2 a acheté autant que l'année précédente².

Équiper ses enfants en crayons, cahiers et autre matériel pour bien préparer l'école est un rituel incontournable pour les familles. **41% des parents interrogés estiment même qu'il est important de renouveler intégralement les fournitures**

scolaires à chaque rentrée. C'est tout particulièrement le cas des parents d'enfants scolarisés en école maternelle (40%) ou en primaire (44%), dont les besoins évoluent vite.

Dans le même temps, **94% des parents indiquent ainsi qu'ils aimeraient conserver leurs fournitures scolaires plus longtemps**, et 83% jugent que leurs enfants ne prêtent pas suffisamment attention à leur matériel.

Pour autant, les familles sont satisfaites de la qualité des produits, **puisque 75% d'entre elles jugent que les fournitures scolaires sont généralement de bonne qualité.**

¹ Sondage Opinion Way pour l'AIPB réalisé en juin 2024, sur un échantillon de 664 parents d'enfants de 18 ans ou moins, issu d'un échantillon de 2097 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans ou moins

² Données extraites de l'étude Consommateurs : critères de choix en Papeterie et Bureau réalisé par GFK France pour le compte de l'AIPB



CONFIANCE ET SATISFACTION DANS LES GRANDES MARQUES

Pour s'équiper, le choix des familles se porte majoritairement vers les grandes marques, synonymes de qualité et de durabilité. **86 % des parents déclarent avoir confiance dans les grandes marques de fournitures scolaires**, notamment les marques françaises (92%) et les marques européennes (86%).

L'écart est particulièrement marqué (plus de 30 points) avec les marques premier prix, pour lesquels la confiance s'élève à 54 %, et avec les marques chinoises (42%, écart de plus de 40 points).

UN SECTEUR INNOVANT, À L'ÉCOUTE DES ATTENTES DES CONSOMMATEURS :

Confrontés à des défis inédits, tels que l'inflation généralisée, la hausse brutale des coûts de l'énergie et des matières premières, et la baisse de la natalité – qui représentait 70 000 élèves en moins à la rentrée 2023 -, les Industriels de la Papeterie et du Bureau s'adaptent pour répondre aux nouveaux comportements d'achat.

La moitié d'entre eux consacre 5 à 10% de son chiffre d'affaires à l'innovation. Le développement de nouveaux produits procède directement de l'écoute et des retours des clients, pour 35% des entreprises du secteur³.

LE RAPPORT QUALITÉ PRIX, CRITÈRE CLÉ D'ACHAT

Les familles plébiscitent particulièrement les produits de qualité (56%) et ceux qui résistent dans le temps (48%). Ces critères qualitatifs sont plus importants que la seule recherche du prix le plus bas possible (34%).

La qualité, mais pas à n'importe quel prix. 90% des familles se disent très attentives au prix des fournitures, et 46% attendent des promotions pour déclencher l'acte d'achat. Ce sont les familles monoparentales, dont la situation financière est souvent plus précaire, qui recherchent avant tout des produits à bas prix (43%).

Sensibles à ces enjeux, les professionnels envisagent pour la moitié d'entre eux de proposer plus d'offres promotionnelles et de remises spéciales pour la rentrée 2024⁴.

NOUVEAUTÉS ET ATTRACTIVITÉ

Les familles apprécient de disposer d'une large variété de choix (26%), et se tournent vers des produits qui plaisent à leurs enfants (26%).

Les entreprises l'ont pris en compte : 28% d'entre elles proposeront plus de nouveautés produits à la rentrée 2024, et 19% travailleront sur de nouveaux emballages, lots ou formats innovants⁵.

DURABILITÉ ET RESPONSABILITÉ

28% des familles attendent des produits respectueux de l'environnement.

Une préoccupation déjà entendue par les entreprises du secteur, puisque la moitié d'entre elles indique que 50% ou plus de leur gamme de produits bénéficie déjà d'une certification écologique (Ecolabel, label forestier...).

Elles sont décidées à aller plus loin : 19% souhaitent proposer des produits plus écologiques à la rentrée 2024, et 35% mettront en place des actions de recyclage des produits en fin de vie⁶.

MÉTHODOLOGIE :

Données relatives aux préférences des familles/consommateurs : issues du sondage Opinion Way pour l'AIPB réalisé en juin 2024, sur un échantillon de 664 parents d'enfants de 18 ans ou moins, issu d'un échantillon de 2097 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans ou moins

Données relatives aux comportements des professionnels : issues d'une enquête interne réalisée par l'AIPB auprès des professionnels de son réseau en avril 2024.

ASSOCIATION DES INDUSTRIELS DE LA PAPETERIE ET DU BUREAU

L'AIPB, créée il y a 49 ans, rassemble 40 entreprises françaises, Sociétés familiales ou filiales françaises de groupes européens et internationaux, soit environ 10 000 salariés en France, représentant 145 marques de renommées internationales, et générant un chiffre d'affaires de plus de 1,2 milliard d'euros. L'association professionnelle regroupe des industriels d'équipement et de fournitures de bureau et scolaire et représente équitablement leurs marques sur ces deux secteurs du marché français de la fourniture du bureau. 5 filières sont représentées : L'écriture et dessin, les petites fournitures, le Papier, le Classement et le matériel de bureau. L'AIPB a pour vocation la promotion de la qualité des produits des marques de ses adhérents, la sensibilisation de l'utilisateur à la valeur d'usage, et la mise en valeur de la capacité d'innovation de ses adhérents. Elle représente aussi les fabricants auprès des distributeurs, des pouvoirs publics et des organismes économiques. Moderne, l'AIPB s'attache aussi à mettre en avant l'engagement et la responsabilité sociétale et environnementale de ses adhérents, tous certifiés ou labellisés

³ Données issues d'une enquête interne réalisée par l'AIPB auprès des professionnels de son réseau en avril 2024.

⁴ Données issues d'une enquête interne réalisée par l'AIPB auprès des professionnels de son réseau en avril 2024.

⁵ Données issues d'une enquête interne réalisée par l'AIPB auprès des professionnels de son réseau en avril 2024.

⁶ Données issues d'une enquête interne réalisée par l'AIPB auprès des professionnels de son réseau en avril 2024.

FOURNITURES SCOLAIRES 2024 : LES FAMILLES VEULENT DE LA QUALITÉ AVANT TOUT !

CONFIANCE ET SATISFACTION DANS LES GRANDES MARQUES



ont confiance dans les grandes marques
de fournitures scolaires



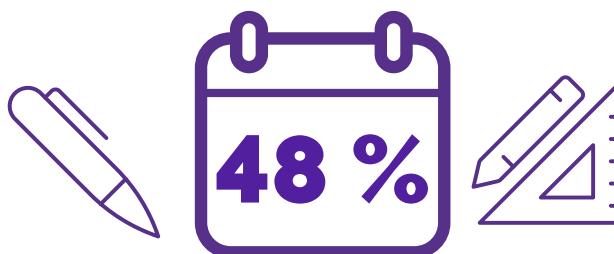
ont confiance dans les marques premier prix

LES CRITÈRES PRIORITAIRES D'ACHAT : UN JUSTE RAPPORT QUALITÉ/PRIX

La qualité...



attendent en priorité des
produits de qualité

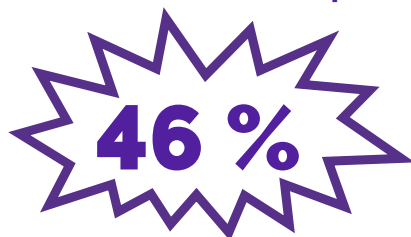


attendent en priorité des produits
résistants dans le temps

Mais pas à n'importe quel prix



se disent très attentifs au prix des
fournitures scolaires



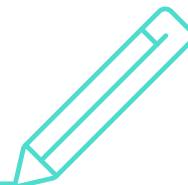
attendent des offres promotionnelles

UNE ATTENTE DE DURABILITÉ, AU CARREFOUR DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX ET POUVOIR D'ACHAT



94 %

aimeraient conserver
les fournitures scolaires plus longtemps.



CONTACTS PRESSE ØCONNECTION

NATALIE JOLLY
NJOLLY@OCONNECTION.FR
06 07 76 32 23

LUCILE PISSONNIER
LPISSONNIER@OCONNECTION.FR
07 50 51 95 11

EMMA GANTIN
EGANTIN@OCONNECTION.FR
07 77 04 73 34