

Les Français et la consigne des emballages de boissons

Octobre 2025, 2^{ème} édition



Vos contacts Ipsos bva :

Federico Vacas
federico.vacas@ipsos.com

Vanina Poggioli
vanina.Poggioli@ipsos.com

Salomé Quétier-Parent
salome.quetieraprent@ipsos.com

Votre contact Reloop platform :

Alexis Eisenberg
alexis.eisenberg@reloopplatform.org



Un dispositif composé de 2 volets



Un volet **quantitatif** barométrique

→ Pour mesurer et suivre dans le temps la notoriété et l'image du système de consigne par les Français, son potentiel en matière d'implantation et d'impacts, ainsi que les freins et leviers à son développement

Objectifs :

- Evaluer l'intérêt d'un tel système aux yeux de Français, notamment au regard de leur consommation et de leurs pratiques de tri
- Mesurer et comprendre l'image du système de consigne en France
- Identifier les freins et leviers à son développement



Un volet **qualitatif**, nouveau cette année

→ Pour donner corps et sens aux enseignements quantitatifs, en explorant les **ressorts émotionnels, culturels et rationnels** qui sous-tendent les attitudes des Français vis-à-vis de la consigne.

Objectifs :

- Mieux identifier et comprendre les leviers d'adhésion ainsi que les freins à la consigne des emballages de boissons
- Définir les contours et les conditions d'une expérience utilisateur fluide et incitative
- Identifier les arguments porteurs et les éléments de langage à préempter

Ce rapport a été réalisé pour :



Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ». Il a été relu par Federico Vacas, Directeur de département – Ipsos Public Affairs.

Méthodologie du volet quantitatif



ÉCHANTILLON

1 500 personnes constituant un échantillon national représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

Pour répondre aux objectifs de l'étude, les populations de certaines régions ont été légèrement surreprésentées pour s'assurer de pouvoir comparer les résultats selon le taux de collecte des bouteilles en plastique de la région. Le poids de chaque région a ensuite été corrigé dans l'échantillon global, afin que chaque aire géographique retrouve son poids réel. Les résultats d'ensemble sont donc bien **représentatifs de la population étudiée**.



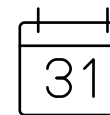
MÉTHODOLOGIE

Échantillon interrogé par Internet via l'Access Panel online d'Ipsos.

Méthode des quotas appliquée au sexe, à l'âge, à la profession de l'interviewé, à la région et à la catégorie d'agglomération.

Notes de lecture :

Tous les résultats sont exprimés en pourcentages (%)
Les rappels présentés dans ce rapport sont issus de la première édition de cette étude, réalisée par Ipsos selon la même méthodologie du 3 au 8 mars 2023.



DATES DE TERRAIN

Du **1er au 7 octobre** 2025

Méthodologie **du volet qualitatif**



2 focus groupes de 2h30, avec 8 participants, menés les 15 et 16 septembre 2025



FOCUS GROUPE 1 **PARIS**

Habitants de Paris intra-muros et banlieue
CSP moyennes supérieures



FOCUS GROUPE 2 **DIJON**

Habitants de Dijon et des zones rurales alentour
CSP moyennes inférieures

Critères communs

- Mix hommes et femmes, âgés de 30 à 65 ans
- Mix de composition des foyers
- Mix maison / appartement
- Mix propriétaires / locataires
- Mix actifs / inactifs
- Mix de types d'emballage de boissons achetés
- Mix de fréquence de tri des déchets (systématique vs. souvent vs. rarement/jamais)

Sommaire

1

Les habitudes d'achat et de tri d'emballages de boissons en France

2

Zoom sur la consommation nomade

3

La connaissance et l'image du fonctionnement de la consigne des emballages de boissons

4

L'image de la consigne et de ses bénéfices

5

Les freins anticipés

6

Les points de retour, clé du succès

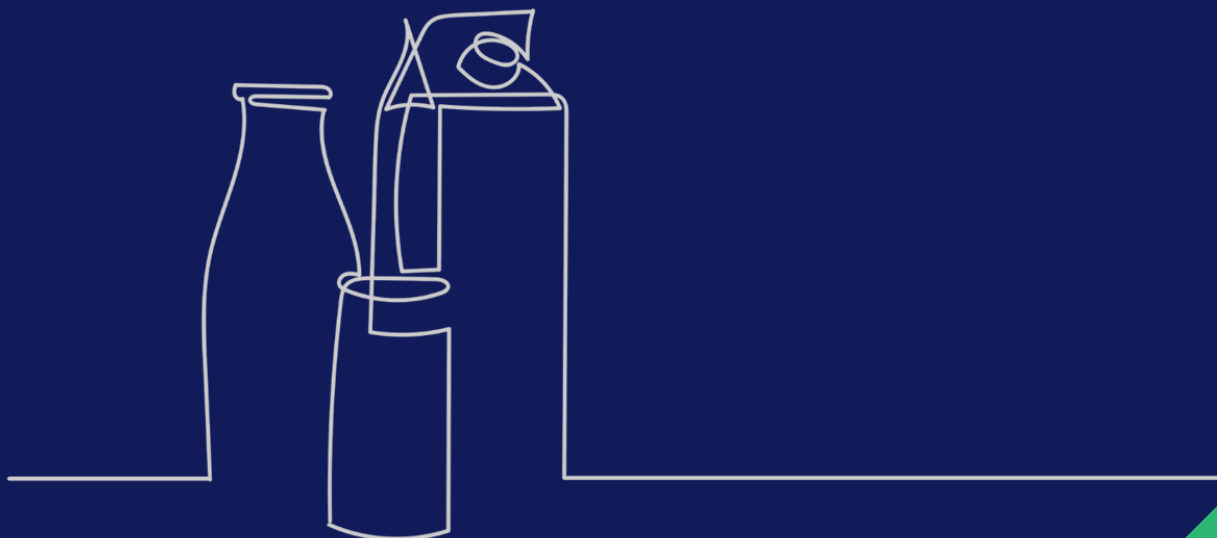
7

Le système de consigne idéal

Les habitudes de tri d'emballages de boissons en France

Une population qui fait sa part, mais qui doute profondément de l'utilité de son geste

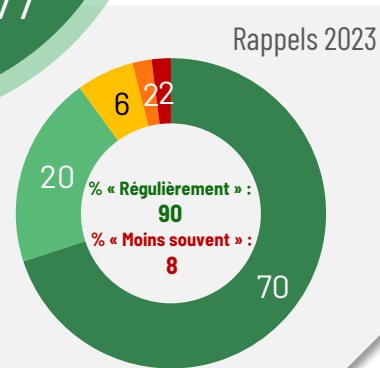
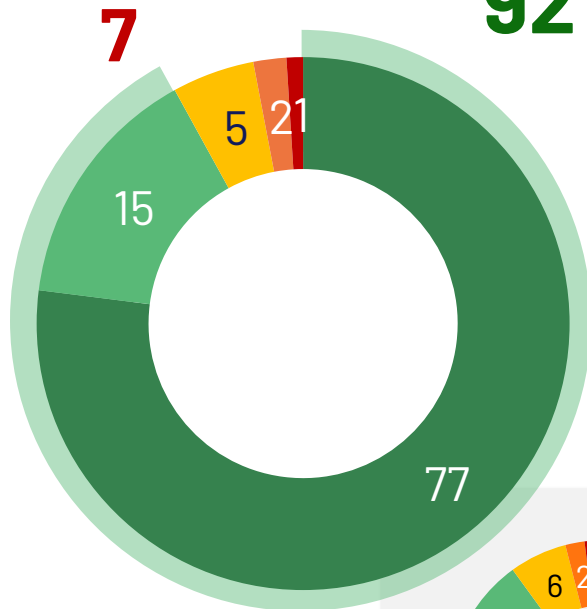
01



Le tri des déchets devient une habitude de plus en plus systématique

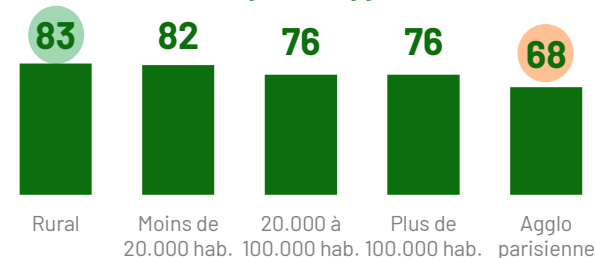
Question : « Actuellement, à quelle fréquence triezy-vous vos déchets d'emballage (poubelle jaune) de type papier, carton, aluminium, plastique et verre... ? »
Essayez de répondre le plus honnêtement possible.
(base: Ensemble de l'échantillon)

% « Parfois, rarement ou jamais » : **7**
% « Régulièrement » : **92**

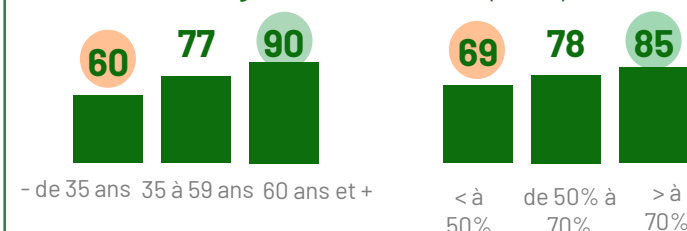


Systématiquement

Selon la catégorie d'agglomération



Selon le taux de collecte des bouteilles en plastique de la région



Parmi ceux qui le font le plus « systématiquement », les profils suivants sont surreprésentés :

- % Personnes habitant dans une maison : 84
- % Couples sans enfants : 88

... et les profils les plus surreprésentés parmi ceux qui trient parfois rarement ou jamais sont :

- % Personnes habitant en appartement : 12

Systématiquement

Souvent

Parfois

Rarement

Jamais

Au cœur de cette habitude, le tri des boissons se perçoit comme « un geste-réflexe »



« Globalement, on se dit que c'est simple, que tout se recycle, le plastique, les canettes, ça se recycle » Groupe 1, Paris

« On ne se pose pas la question comme pour un pot de yaourt » Groupe 1, Paris

« Il y a souvent peu de résidus dans la bouteille alors que si vous avez un yaourt, potentiellement, il y a des résidus, donc c'est différent. » Groupe 2, Dijon



À l'inverse du tri général, vécu comme un casse-tête, le tri des emballages de boissons est perçu comme un geste simple et maîtrisé.

Un geste évident

- La destination des bouteilles et canettes ne fait aucun doute ; c'est soit la poubelle jaune, soit le silo à verre.
- Une simplicité systématiquement mise en opposition avec la complexité d'autres emballages : pots de yaourt, barquettes en polystyrène, films plastiques, etc.

Un geste "propre"

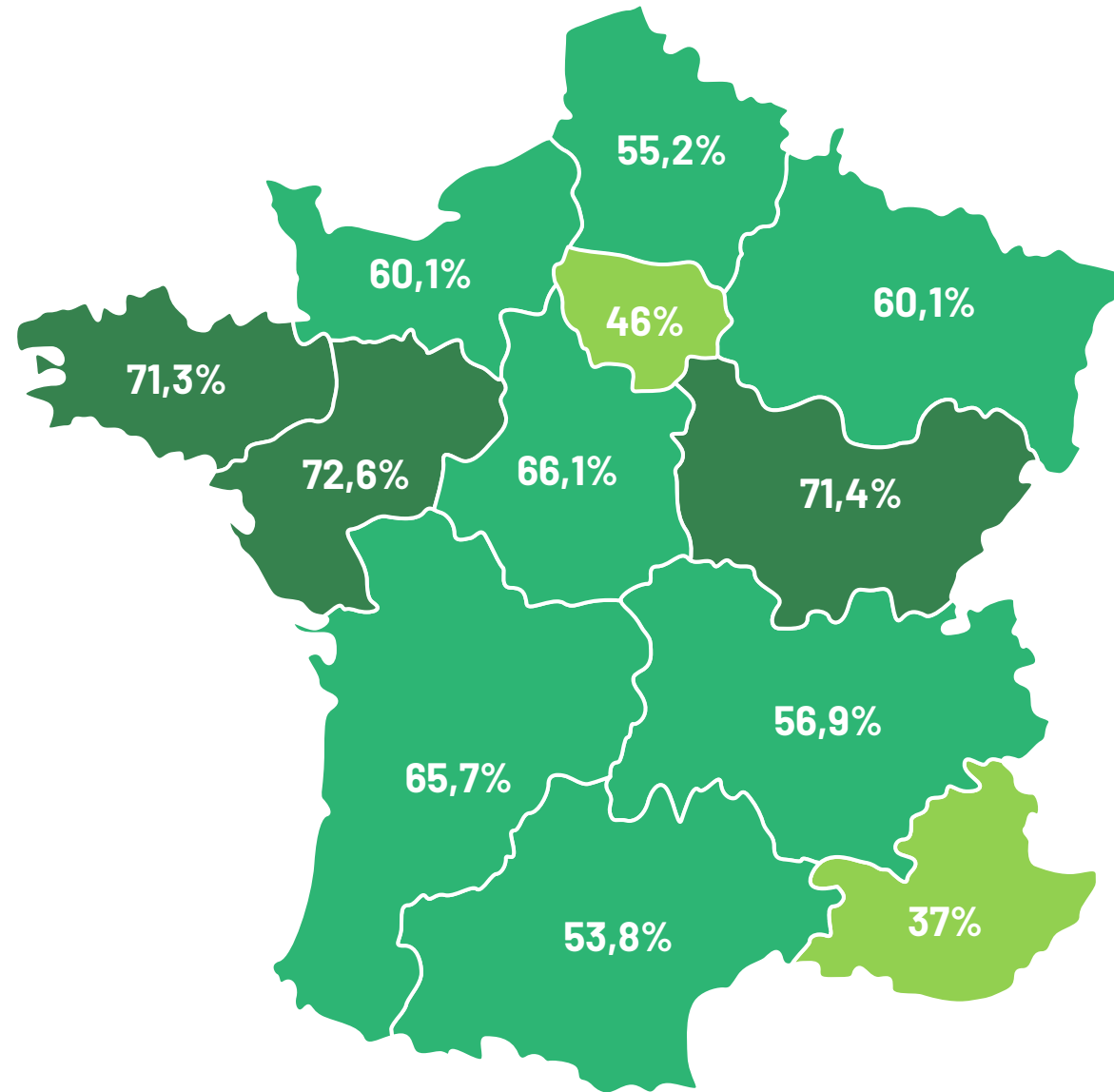
Les emballages de boissons sont perçus comme plus propres et plus faciles à gérer que les déchets alimentaires, ce qui rend l'acte de tri moins rebutant

Un des premiers gestes appris

Le tri du verre, puis des bouteilles en plastique, fait partie des premières habitudes de recyclage adoptées par les Français

Un rituel quotidien, que la grande majorité des répondants déclare pratiquer systématiquement ou très souvent.

Malgré un tri déclaré très élevé, le taux de collecte effectif des bouteilles plastiques demeure autour de 53% en France



Source : Taux de collecte des bouteilles en plastique pour boissons par région, Ademe, 2023

Les Français expriment un manque de confiance dans la chaîne du recyclage, jugée défaillante



« Tu fais l'effort de trier, et souvent, ça ne part pas dans la bonne direction [...] Ça ne part pas au bon endroit. On le voit. Il y a des reportages. » Groupe 1 Paris

« C'est le même camion qui fait le tour des poubelles jaunes [...] ils vont tous au même endroit. [...] Ils crament. » Groupe 2, Dijon

« Il y a aussi une différence de tri, quand on habite Paris centre, ou une autre ville. Ou en province, quand on part en vacances ailleurs. Le système n'est plus le même. » Groupe 1, Paris



Un déficit de confiance né d'un faisceau de perceptions négatives

Un geste de tri qui serait inutile

- Une conviction profonde que tous les déchets triés **finissent par être mélangés et incinérés**
- Une croyance alimentée par un mélange d'informations médiatiques, d'observations directes et d'un sentiment général de méfiance envers les institutions et les industriels

Un processus opaque

- Des participants qui admettent **ne pas savoir** ce que deviennent leurs déchets
- Une conviction largement partagée : le recyclage ne serait pas réellement effectué en France (**soupçon d'export** dans les pays voisins voire hors UE)
- Cette absence de traçabilité alimente un **scepticisme profond**, qui évolue parfois en cynisme envers un **"business des déchets"** perçu comme profitable pour les seuls industriels, sans aucun bénéfice visible pour le citoyen

Des règles et systèmes hétérogènes

- Leur variation d'un territoire à l'autre et au fil du temps, renforce la **confusion** et l'impression d'un **système peu fiable**

A noter qu'au milieu d'un scepticisme généralisé, le verre fait figure d'exception. C'est le seul matériau dont le recyclage est perçu comme efficace et réellement vertueux

A défaut d'efficacité, le tri est un geste d'habitude et de devoir



« Même si ce n'est pas recyclé comme c'est censé l'être. Au moins, moi, j'ai bonne conscience » Groupe 1, Paris

« C'est devenu un geste quotidien. Citoyen, même. C'est du respect de l'autre. » Groupe 1, Paris

« On transmet aussi aux enfants. Ils nous voient faire. Et ils le font. » Groupe 2, Dijon

Le geste du tri repose sur un socle de **motivations purement morales et sociales**

La conscience personnelle & le besoin de faire sa part

- La motivation la plus **fondamentale** et la plus partagée : il s'agit d'accomplir **une bonne action**, de rester fidèle à ses valeurs et de préserver sa **"bonne conscience"**
- Ce ressort s'accompagne souvent d'une **logique de compensation** : le tri atténue la culpabilité liée aux achats de produits suremballés

Le devoir citoyen devenu habitude

- Le tri s'est imposé comme **une norme sociale** : il est perçu comme une contribution à l'effort collectif et une marque de respect envers **la société et l'environnement**
- Pour beaucoup, ce n'est plus une décision délibérée, mais **un automatisme ancré dans le quotidien**

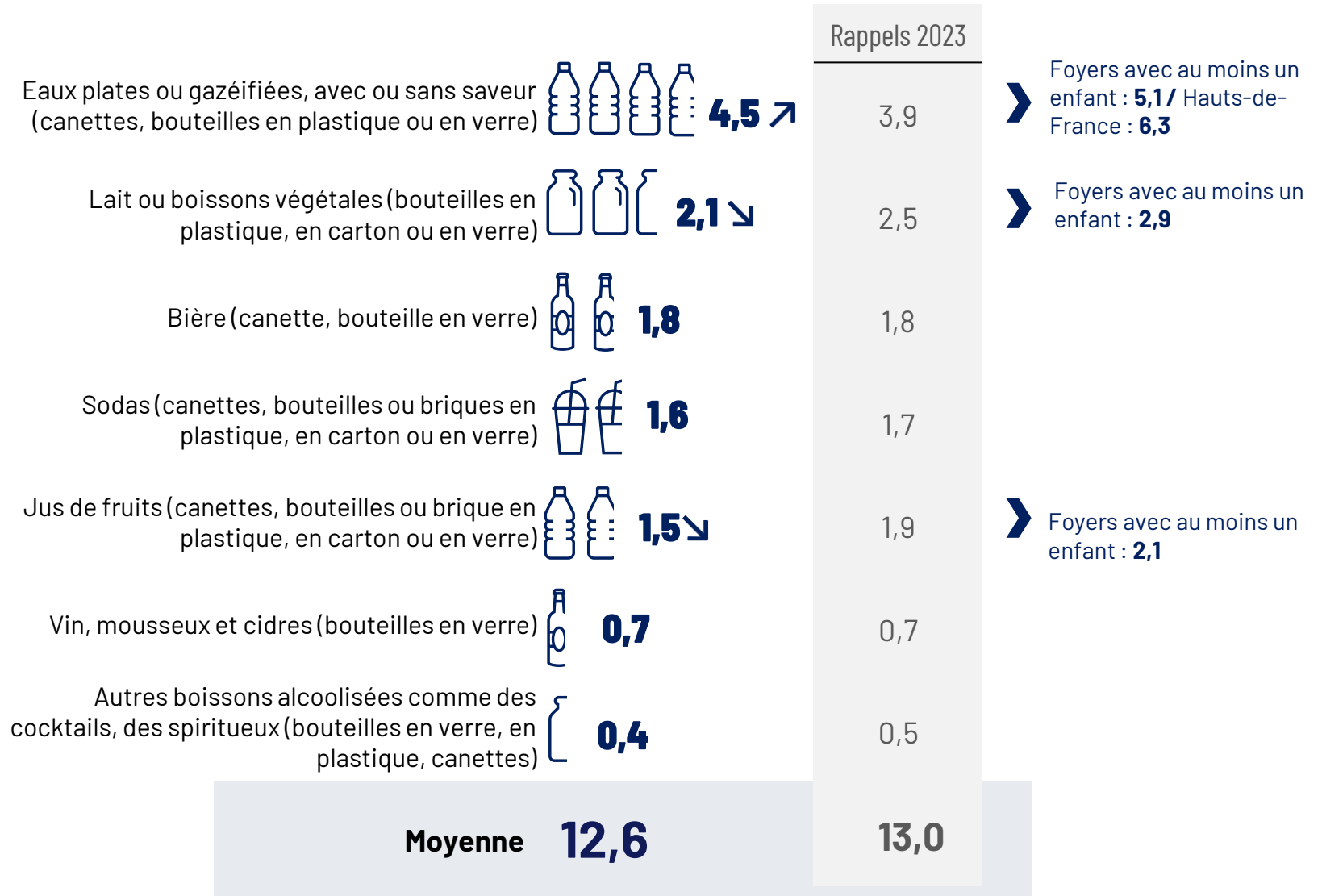
La transmission et l'éducation « pour nos enfants »

- Un geste qui s'inscrit dans une perspective **intergénérationnelle** : les parents disent trier **pour montrer l'exemple** et léguer de bons réflexes aux plus jeunes



L'enjeu est d'autant plus important que les Français restent de grands consommateurs de boissons en bouteilles, briques et canettes

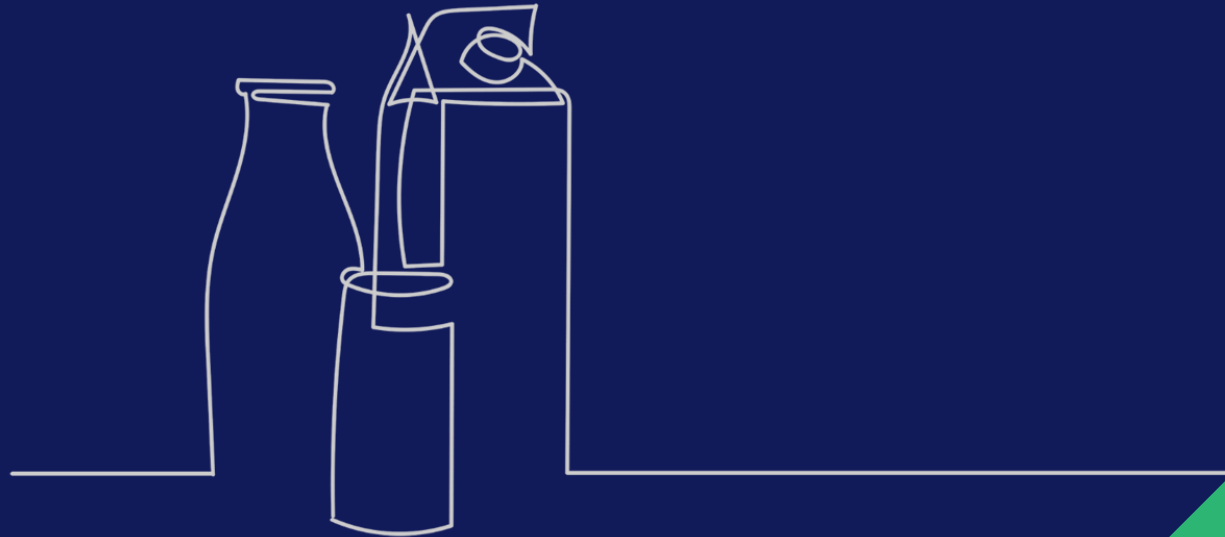
Question : « En moyenne, à combien estimez-vous le nombre d'unités (c'est-à-dire le nombre de bouteilles, canettes, briques, etc..) consommées par votre foyer en une semaine pour chacune de ces boissons ? Merci d'indiquer le chiffre correspondant et 0 si vous ne consommez pas ce type de boisson. » (base: Ensemble de l'échantillon)



Zoom sur la consommation nomade

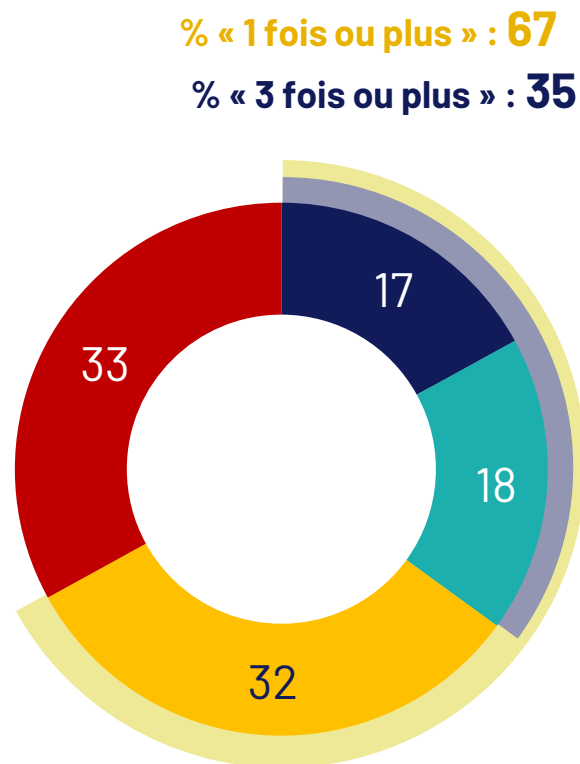
Les défaillances du système de tri deviennent encore plus visibles et concrètes dans l'espace public

02



La consommation nomade est une pratique solidement ancrée : un Français sur trois consomme régulièrement des boissons en emballage jetable hors de son domicile

Question : « Au cours des deux dernières semaines, combien de fois avez-vous consommé une boisson avec un emballage jetable (bouteille plastique, canette, café/thé à emporter, autre boisson) en dehors de votre domicile (dans la rue, au travail, au cinéma, dans des centres commerciaux, ...) ? »
(base: Ensemble de l'échantillon)



6 fois ou plus

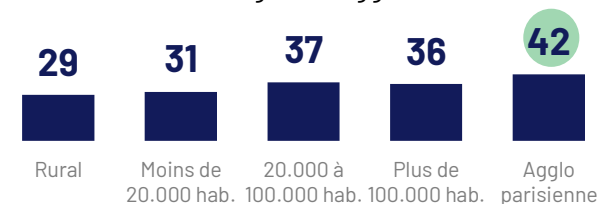
3 à 5 fois

1 à 2 fois

jamais

3 fois ou plus

Selon la catégorie d'agglomération

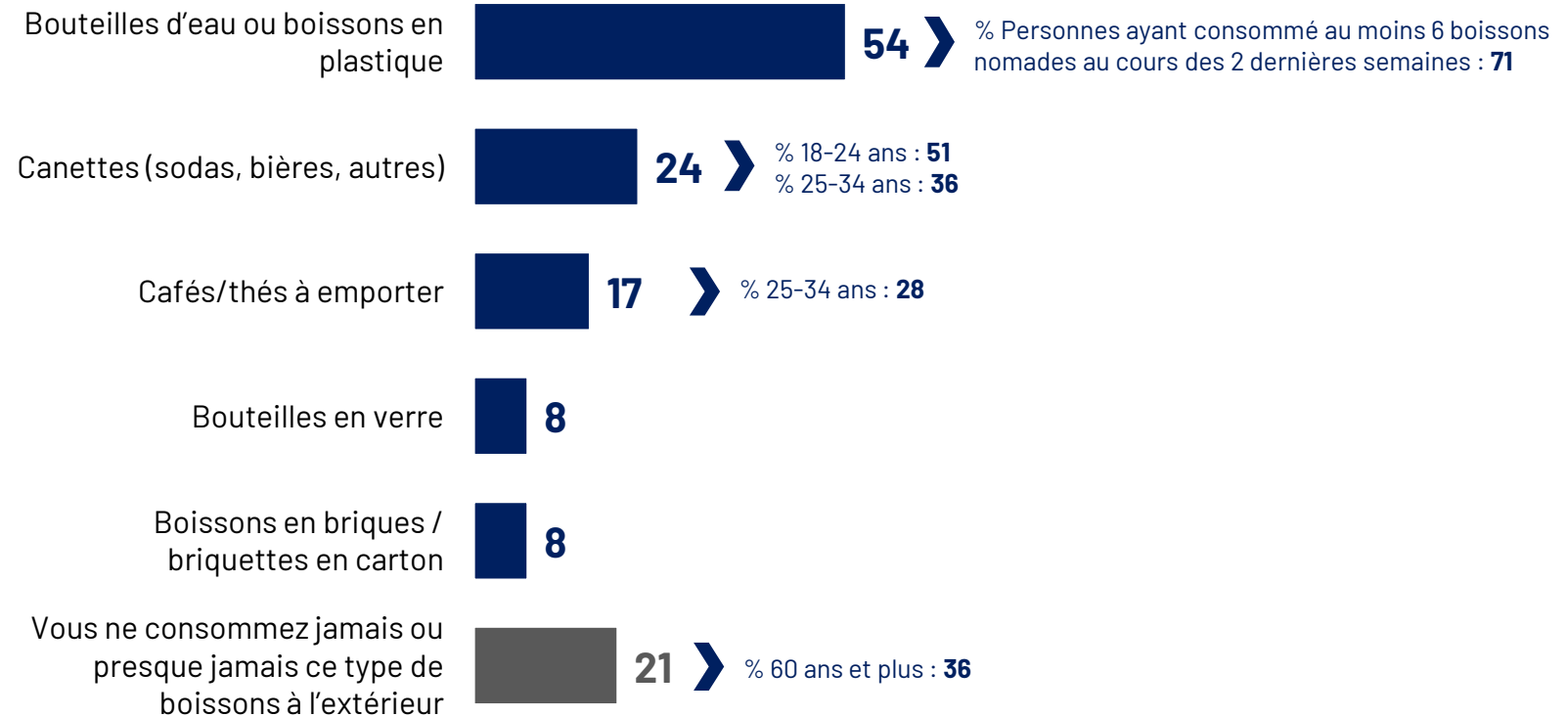
Selon l'âge
Selon le taux de collecte des bouteilles en plastique de la région

Parmi ceux qui ont consommé des boissons avec emballages au moins 3 fois au cours des dernières semaines, les profils suivants sont surreprésentés :

- % Ouvriers : 48%
- % Employés : 43%

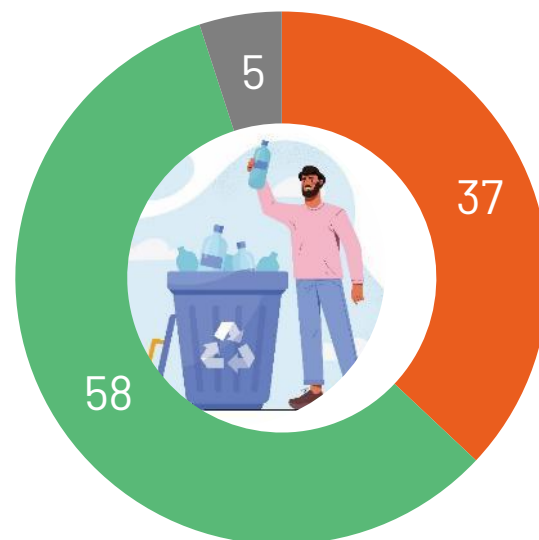
Le plus souvent, ces boissons sont consommées dans des bouteilles en plastique

Question : « Parmi les boissons que vous consommez à l'extérieur (dans la rue, au travail, en transport, etc.), lesquelles prenez-vous le plus souvent ? »
(base: Ensemble de l'échantillon)
Total supérieur à 100 car trois réponses possibles



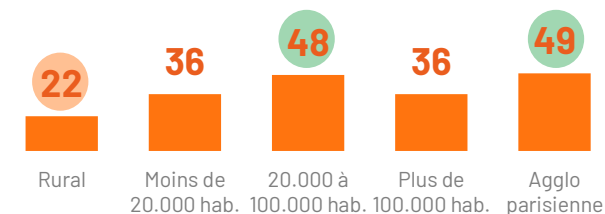
Si la majorité de ceux qui consomment des boissons nomades déclarent les jeter dans des poubelles de tri, plus d'1 sur 3 admet les jeter généralement dans des poubelles classiques

Question : « Lorsque vous consommez ce type de boisson hors de chez vous, que faites-vous le plus souvent de l'emballage vide ? »
(base: à ceux qui consomment à l'extérieur, soit 79% de l'échantillon)



% jette dans la poubelle classique

Selon la catégorie d'agglomération



Selon l'âge

Selon le taux de collecte des bouteilles en plastique de la région



55% de ceux qui estiment que l'accès aux possibilités de trier est très difficile en dehors de leur domicile vs 18% de ceux qui estiment qu'il est très facile

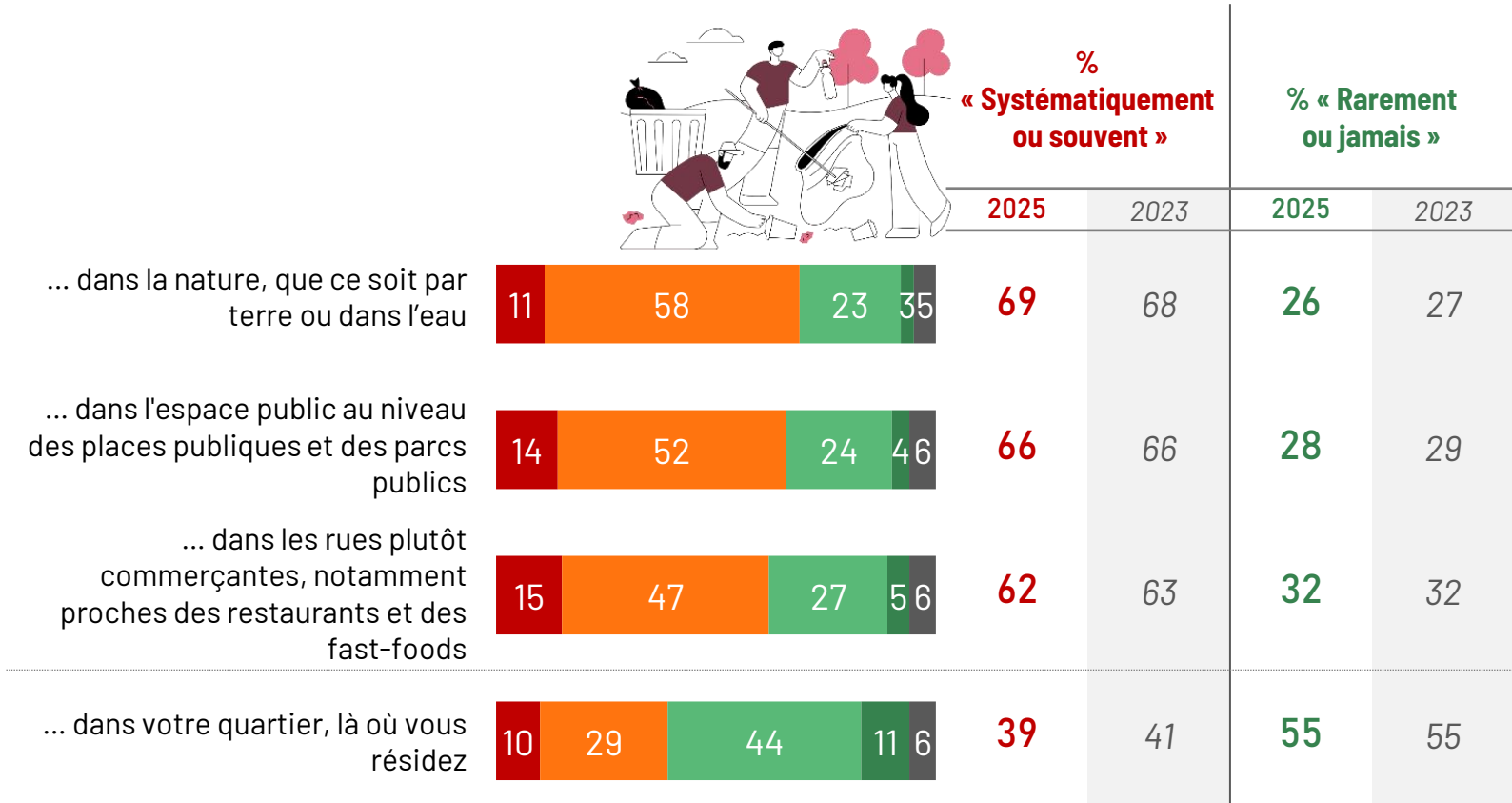
Je le jette dans une poubelle classique dans la rue

Je le garde avec moi jusqu'à trouver une poubelle de tri

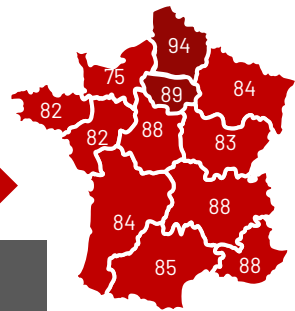
Autre

Au-delà des emballages de boissons, les Français perçoivent toujours autant de déchets abandonnés, en particulier dans la nature, les places et parcs

Question : « De manière générale, diriez-vous que vous voyez des déchets abandonnés (de type bouteilles en plastique, canettes, etc.) ... ? »
(base: Ensemble de l'échantillon)



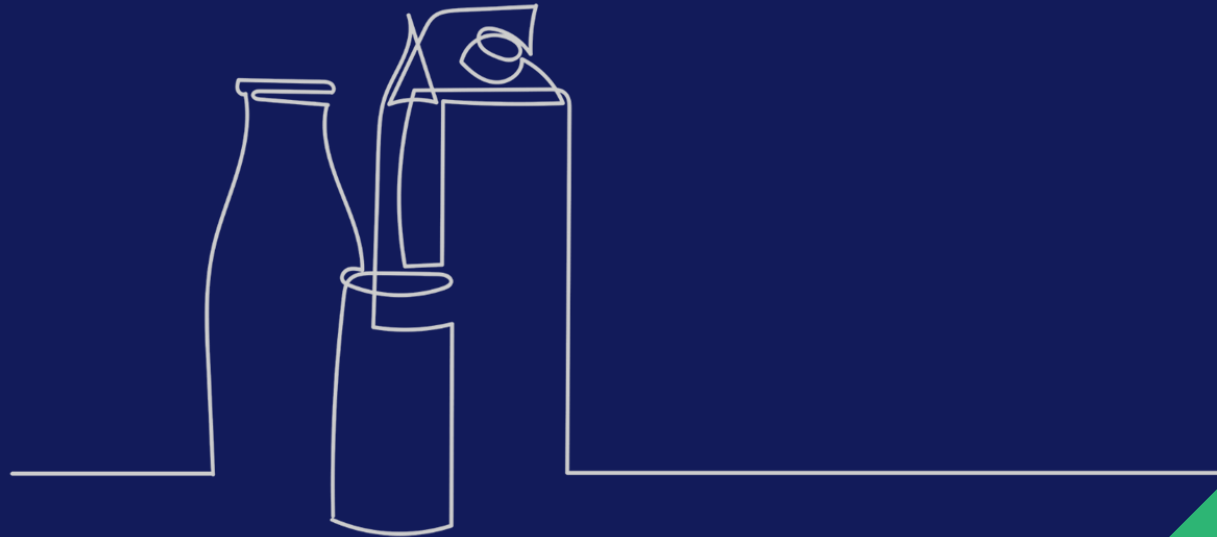
86% voient des déchets (de type bouteilles en plastique, canettes, ...) abandonnés souvent voire systématiquement dans au moins un de ces lieux



Connaissance et perception de la consigne des emballages de boissons

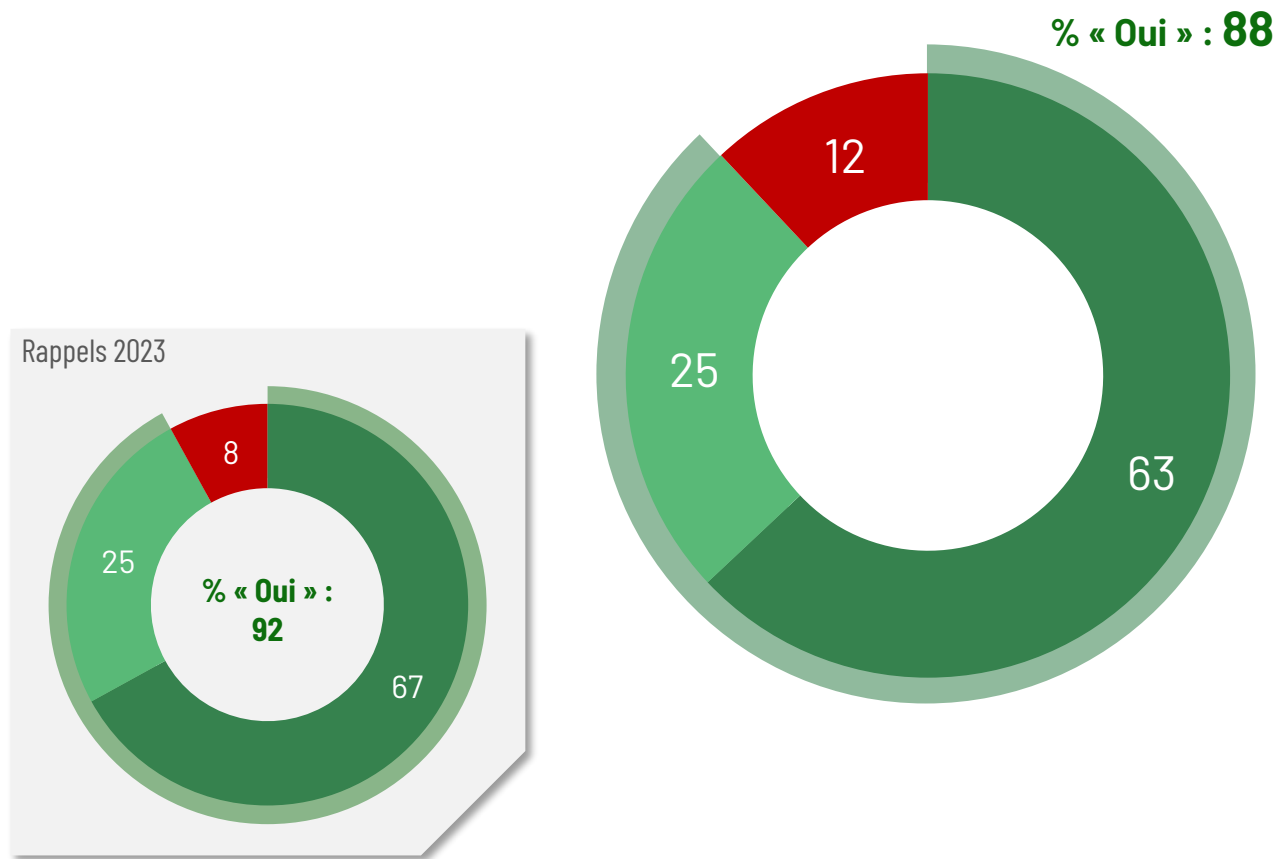
Un système connu et reconnu comme ayant fait ses preuves, auquel les Français sont largement favorables

03



La notoriété du système de consigne en France reste très solide

Question : « Vous personnellement, connaissez-vous le fonctionnement de la consigne des emballages, par exemple pour les contenants de boissons ? »
(base: Ensemble de l'échantillon)



SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION				% Oui
Rural	65	24	11	89
Moins de 20.000 hab.	69	21	10	90
20.000 à 100.000 hab.	60	27	13	87
Plus de 100.000 hab.	61	28	11	89
Agglo parisienne	58	26	16	84
SELON L'ÂGE				
Moins de 35 ans	61	27	12	88
35 à 59 ans	63	26	11	89
60 ans et plus	64	24	12	88
SELON LA FRÉQUENCE DE TRI				
Systématiquement	67	23	10	90
Souvent	53	33	14	86
Parfois, rarement, jamais	41	35	24	76

Oui, et je vois précisément de quoi il s'agit

Oui, mais je ne vois pas précisément de quoi il s'agit

Non

Le concept est familier bien que son image spontanée se limite le plus souvent au verre



Le souvenir d'une pratique passée pour les plus âgés

- Le **souvenir de la consigne est vivace et positif** : un geste associé aux bouteilles de limonade ou de vin rapportées à "l'épicier du coin".
- Cette mémoire ancre fortement la consigne dans une **logique de réemploi** et l'associe quasi **exclusivement au verre**



« Je me rappelle quand j'étais gamin, j'ouvrais ma bouteille de limonade et on ramenait les bouteilles chez l'épicier »
Groupe 2, Dijon



Une pratique largement répandue dans l'événementiel

- Une consigne incarnée par le **système des "ecocups"** dans les festivals et concerts
- Un système qui associe la consigne à des **gobelets réutilisables** (vs des emballages à usage unique)

« En Belgique, quand je ramène l'ensemble de mes bières et que je sais que derrière, pour racheter les bières, j'ai déjà un billet de xxx euros, c'est cool. » Groupe 2, Dijon



Une réalité expérimentée à l'étranger pour certains

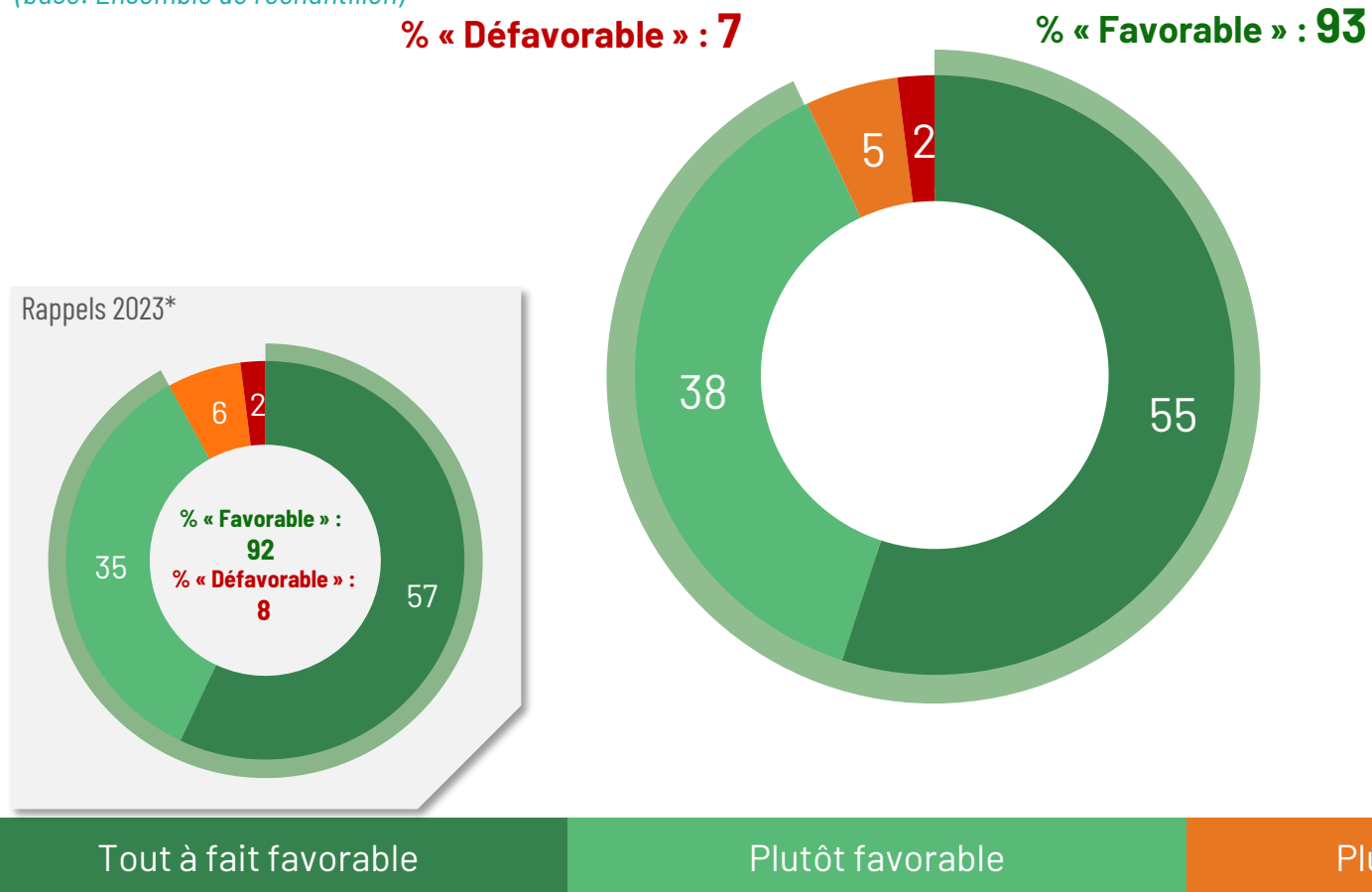
- Une minorité de participants a personnellement **expérimenté** la consigne à l'étranger, en Allemagne, Belgique ou encore en Angleterre (lait frais consigné)
- A l'exception notable du système allemand, une expérience qui reste **cantonnée au verre**, ce qui peut renforcer l'angle mort sur le plastique et l'aluminium

« J'ai vécu en Allemagne et ça fait 30 ans qu'ils font ça. Et l'Allemagne n'est pas si éloignée que la France. Il faut envoyer des gens en Allemagne et qu'ils voient comment ça marche et voilà. » Groupe 2, Dijon

Le plébiscite pour la consigne ne se dément pas, près de 6 Français sur 10 s’y déclarent même « tout à fait » favorables

Question : «La consigne des emballages de boisson est un système permettant au consommateur de rapporter ses contenants vides (bouteilles en verre, en plastique, canettes, briques en carton...) en magasin ou dans un autre point de retour et ainsi récupérer la totalité du montant de sa consigne. Vous personnellement, seriez-vous favorable ou opposé à l’instauration de cette pratique en France ? »

(base: Ensemble de l’échantillon)



SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION		%	
		Favorables	
Rural	56	38	42
Moins de 20.000 hab.	58	36	51
20.000 à 100.000 hab.	56	35	81
Plus de 100.000 hab.	55	39	51
Agglo parisienne	50	42	53
SELON L'ÂGE			
Moins de 35 ans	54	40	6
35 à 59 ans	54	39	52
60 ans et plus	57	36	52
SELON LE TAUX DE COLLECTE DES BOUTEILLES EN PLASTIQUE DE LA RÉGION *			
Inférieur à 50%	53	40	52
De 50% à 70%	55	39	51
Supérieur à 70%	58	34	62
SELON LA FRÉQUENCE DE TRI			
Systématiquement	60	34	51
Souvent	38	52	73
Parfois, rarement, jamais	37	53	73

* En 2023, la question était formulée de manière très légèrement différente, la question évoquait alors un « montant de la caution » plutôt qu’un « montant de la consigne »

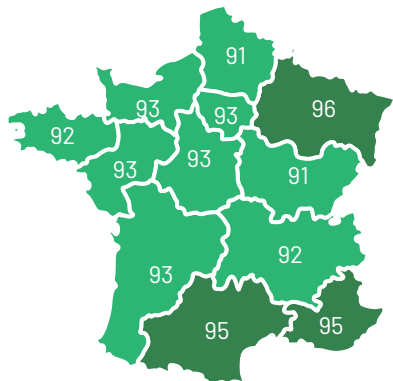
Détail par région – fréquence de tri et adhésion à la consigne

Question : « La consigne des emballages de boisson est un système permettant au consommateur de rapporter ses contenants vides (bouteilles en verre, en plastique, canettes, briques en carton...) en magasin ou dans un autre point de retour et ainsi récupérer la totalité du montant de sa consigne. Vous personnellement, seriez-vous favorable ou opposé à l'instauration de cette pratique en France ? »

(base: Ensemble de l'échantillon)

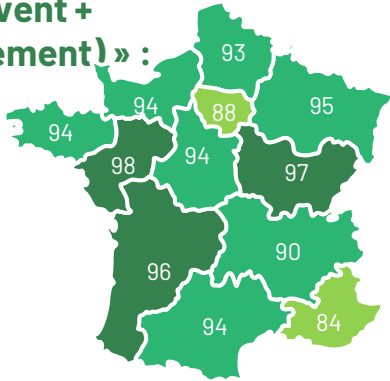
% « Favorable à la consigne » :

93



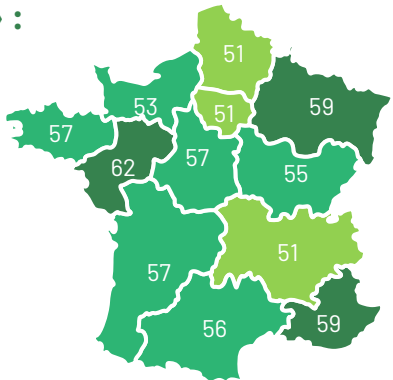
% « Trie régulièrement ses déchets (souvent + systématiquement) » :

92



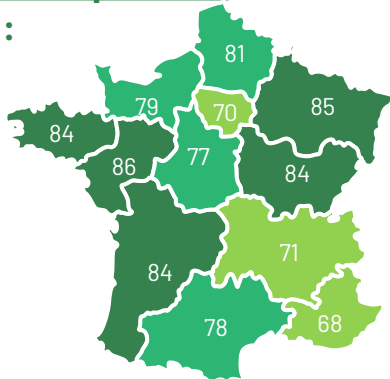
% « Tout à fait favorable à la consigne » :

55



% « Trie systématiquement ses déchets » :

77



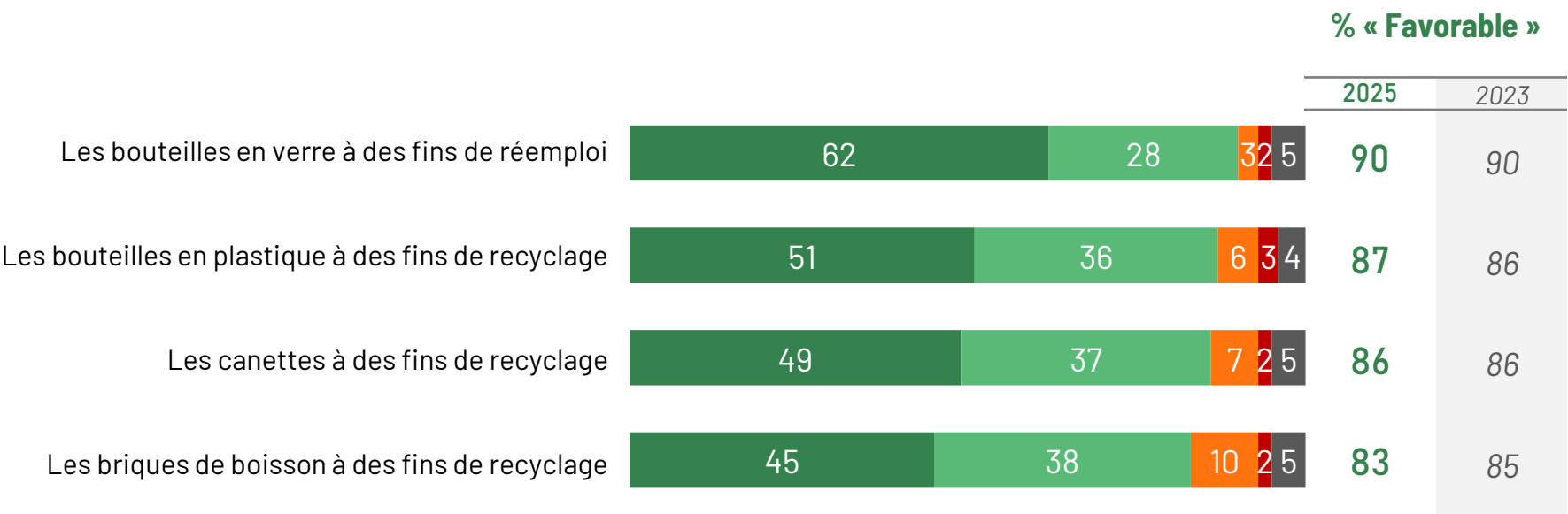
SELON LE TAUX DE COLLECTE DES BOUTEILLES EN PLASTIQUE DE LA RÉGION

EN %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	INFÉRIEUR À 50%	DE 50% À 70%	SUPÉRIEUR À 70%
% « Trie régulièrement » (systématiquement + souvent)	92	86	93	97
Trie <u>systématiquement</u> ses déchets recyclables	77	69	78	85
% « Favorable à la consigne »	93	93	94	92
<u>Tout à fait favorable</u> à la consigne	55	53	55	58

Région
Taux de collecte inférieur à 50%
Ile-de-France
Provence-Alpes-Côte d'Azur
Taux de collecte de 50% à 70%
Centre-Val de Loire
Normandie
Hauts-de-France
Grand Est
Occitanie
Auvergne-Rhône-Alpes
Taux de collecte supérieur à 70%
Bourgogne Franche-Comté
Pays de la Loire
Bretagne
Nouvelle Aquitaine

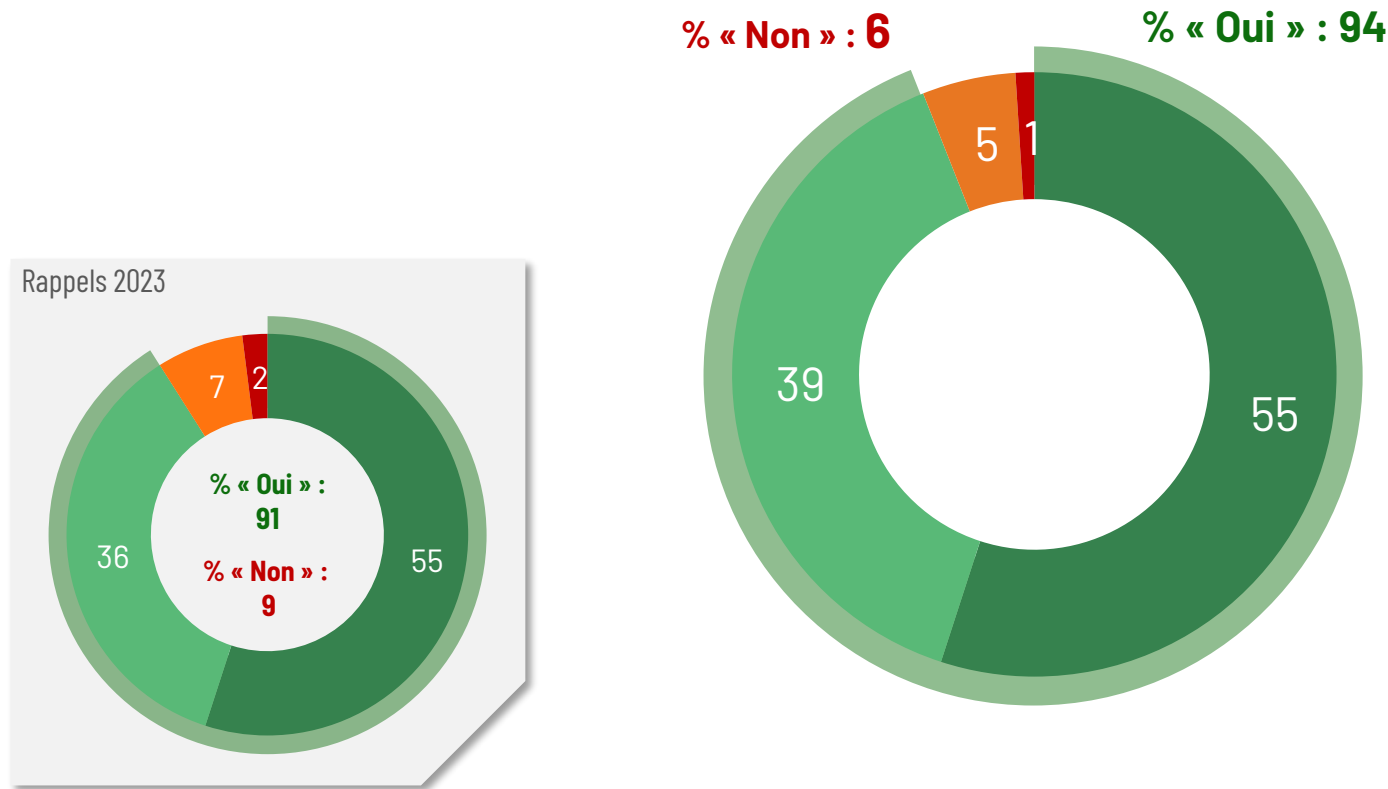
Un soutien massif quel que soit le matériau de l’emballage, même si le verre reste la référence historique

Question : « Et plus précisément, seriez-vous favorable ou opposé à l’idée de mettre en place un système de consigne pour ... ? »
(base: Ensemble de l’échantillon)



Plus de 9 Français sur 10 se déclarent prêts à rapporter leurs emballages de boissons consignées, et un peu plus de la moitié se déclarent même « certainement » prêt à le faire

Question : « Tout compte fait, seriez-vous prêt à rapporter vos emballages de boissons consignés en magasin ou dans d'autres points de retour ? »
(base: Ensemble de l'échantillon)



Les personnes se déclarant le plus être certainement prêtes à rapporter leurs emballages consignés sont :

- Les seniors (63% des 60 ans et plus)
- Ceux qui trient déjà systématiquement leurs déchets (61%)



Les personnes réticentes au tri sélectif se montrent sur le principe favorables au système de la consigne : **un potentiel d'augmentation du taux de collecte par l'incitation à la consigne est ainsi possible**

Profil des personnes déclarent trier « parfois, rarement ou jamais » : 8%

- Chez les **moins de 35 ans** : 16%
- Auprès des **ouvriers** : 13%
- Au sein des foyers ayant un **revenu annuel de 15 001 à 24 000€** : 13%
- Auprès de ceux résidant en **appartement** : 12%
(contre 4% pour ceux vivant en maison)
- Auprès des habitants de **Provence-Alpes-Côte d'Azur** : 16%
- Au sein des habitants en **agglomération parisienne** : 13%

Les réfractaires au tri semblent plutôt favorables au système de la consigne

Parmi ces personnes, **près trois quarts ont entendu parler du système de la consigne : 76%** (contre 88% pour l'ensemble de la population).

90% s'y déclarent favorables (contre 93% pour l'ensemble de la population). « Seuls » 10% se déclarent défavorables, **un score qui semble témoigner du fait que la consigne ne représente pas un repoussoir pour cette population.**

86% déclarent être prêts à effectuer ce geste de déconsignation (dont 27% « certainement » et 46% « probablement »). **Finalement, « seul » 14% déclarent ne pas être prêt à rapporter leurs emballages consignés.**

Les freins à lever auprès de cette population pour favoriser l'incitation au geste de déconsignation

Malgré cette adhésion de principe, certains freins subsistent :

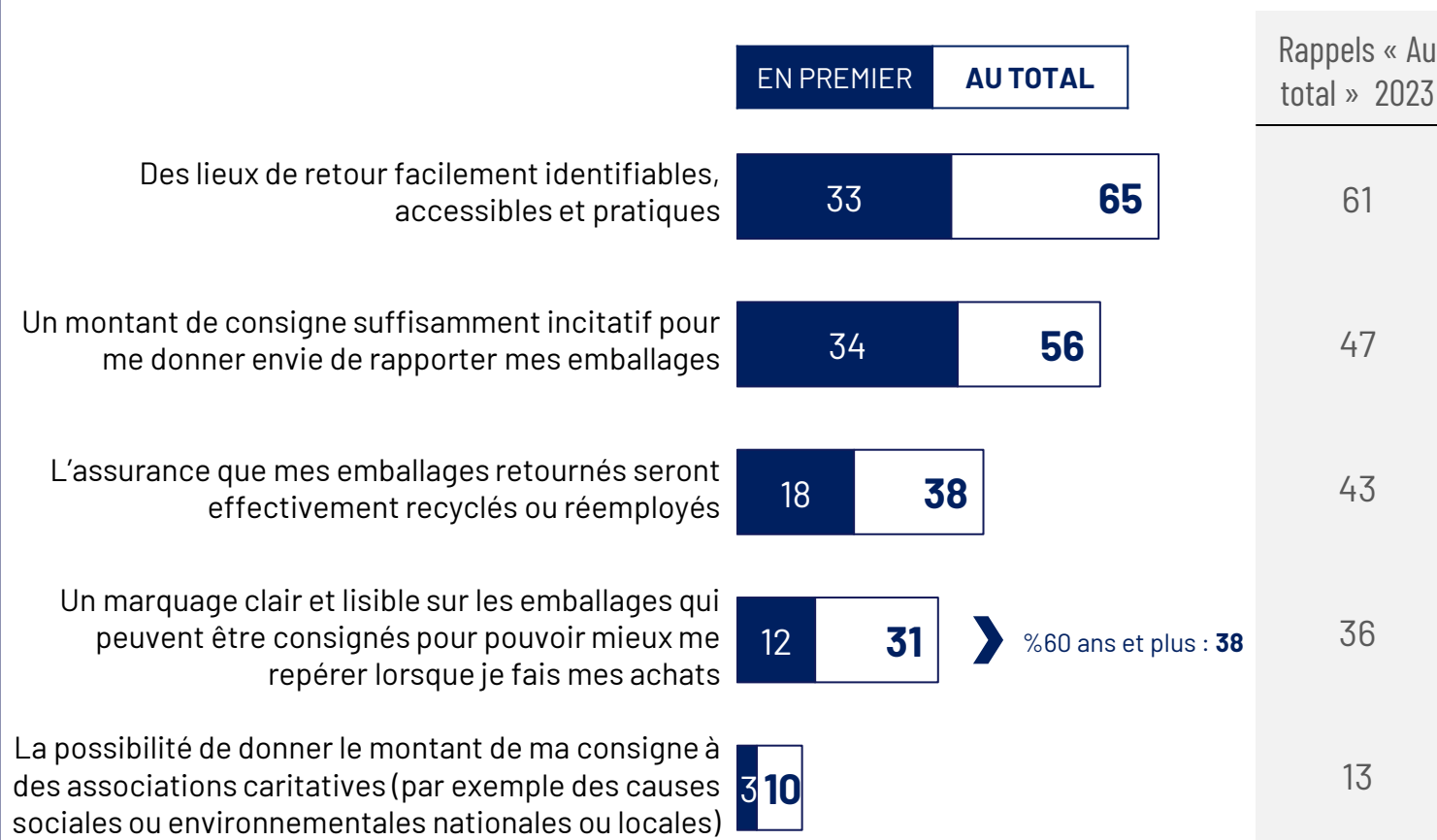
- **54%** d'entre eux sont d'accord avec l'idée selon laquelle ce geste peut être **contraignant pour le consommateur** (contre 48% pour l'ensemble de la population)
- **23%** estiment que ce principe **n'est pas juste et équitable** (contre 13% dans la population générale).

Les lieux de retour accessibles et le montant de la consigne sont les deux principaux leviers qui inciteraient les Français à rapporter les emballages consignés de boissons

Question : « Et plus concrètement, parmi les éléments suivants, quels sont les deux qui pourraient vous inciter à rapporter vos emballages consignés de boissons (plastique, carton, verre, aluminium)? »

En premier ? En deuxième ?

(base: Ensemble de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car deux réponses possibles

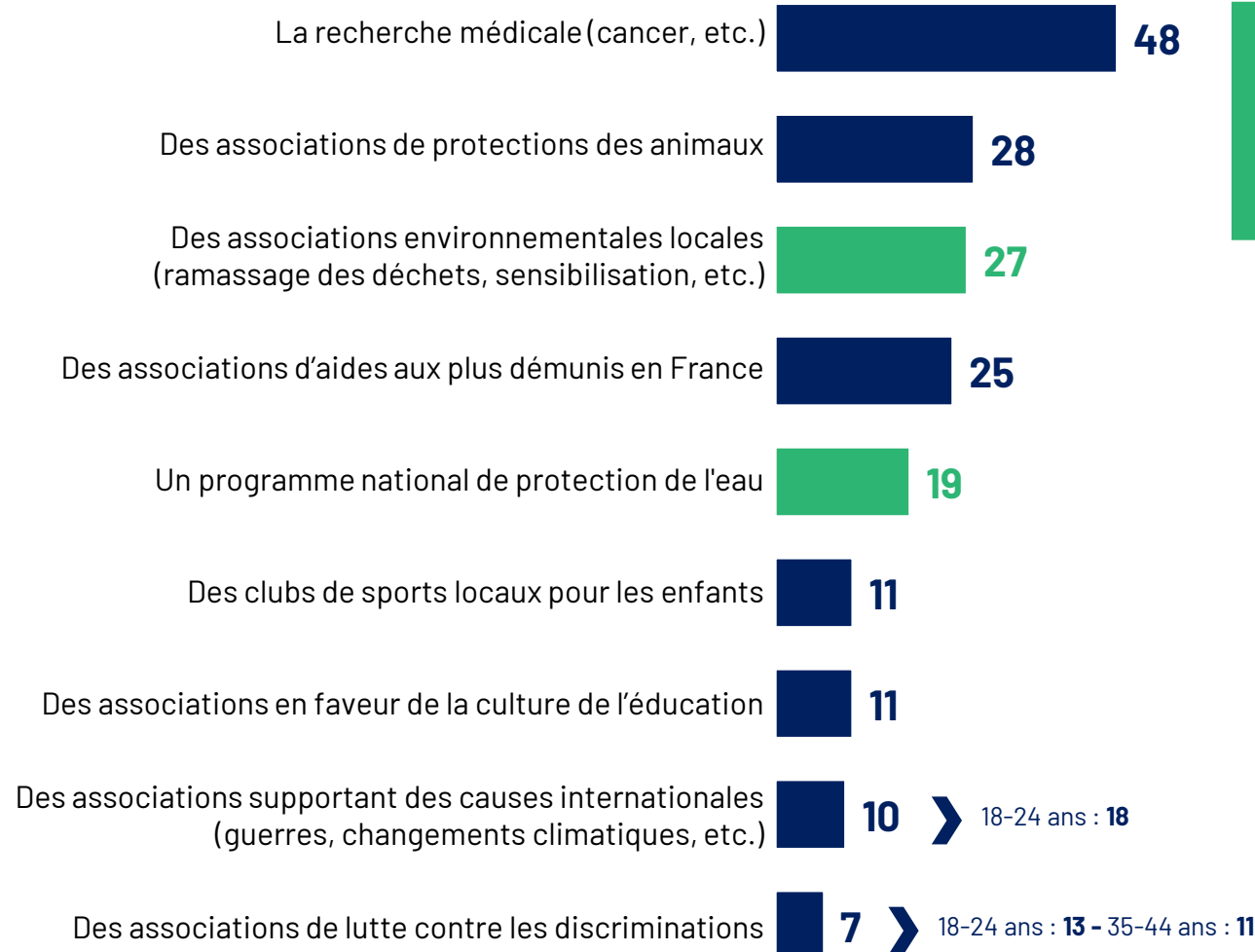


* En 2023, les items étaient formulés de manière très légèrement différente, il était évoqué un « montant de la caution » plutôt qu'un « montant de la consigne », et la précision « nationales ou locales » n'était pas indiquée.

S'ils devaient donner le montant de leur consigne à une cause qui leur tient à cœur, les Français se tourneraient vers les causes qu'ils soutiennent le plus habituellement, notamment la recherche médicale

Question : « Si vous donniez votre consigne (c'est à dire les 10-20 centimes à récupérer par emballage de boisson) à une cause qui vous tient à cœur, vous donneriez plutôt pour : »

(base: Ensemble de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles

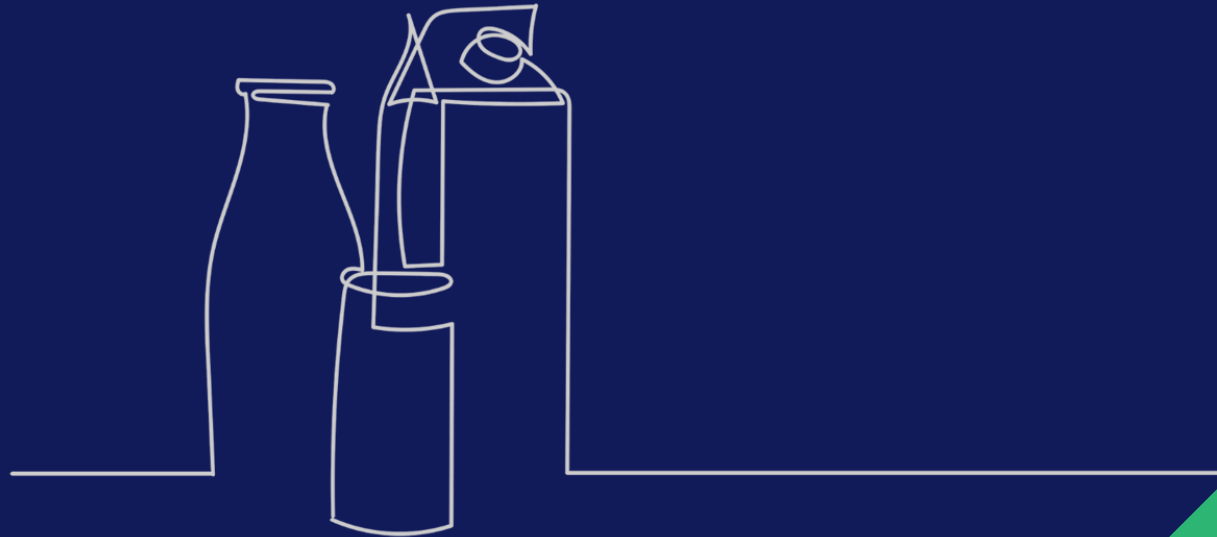


40% ont cité au moins une cause liée à l'environnement

L'image de la consigne et de ses bénéfices

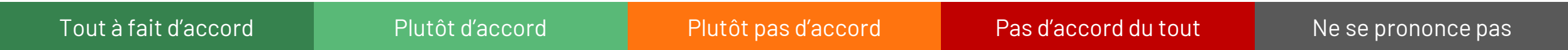
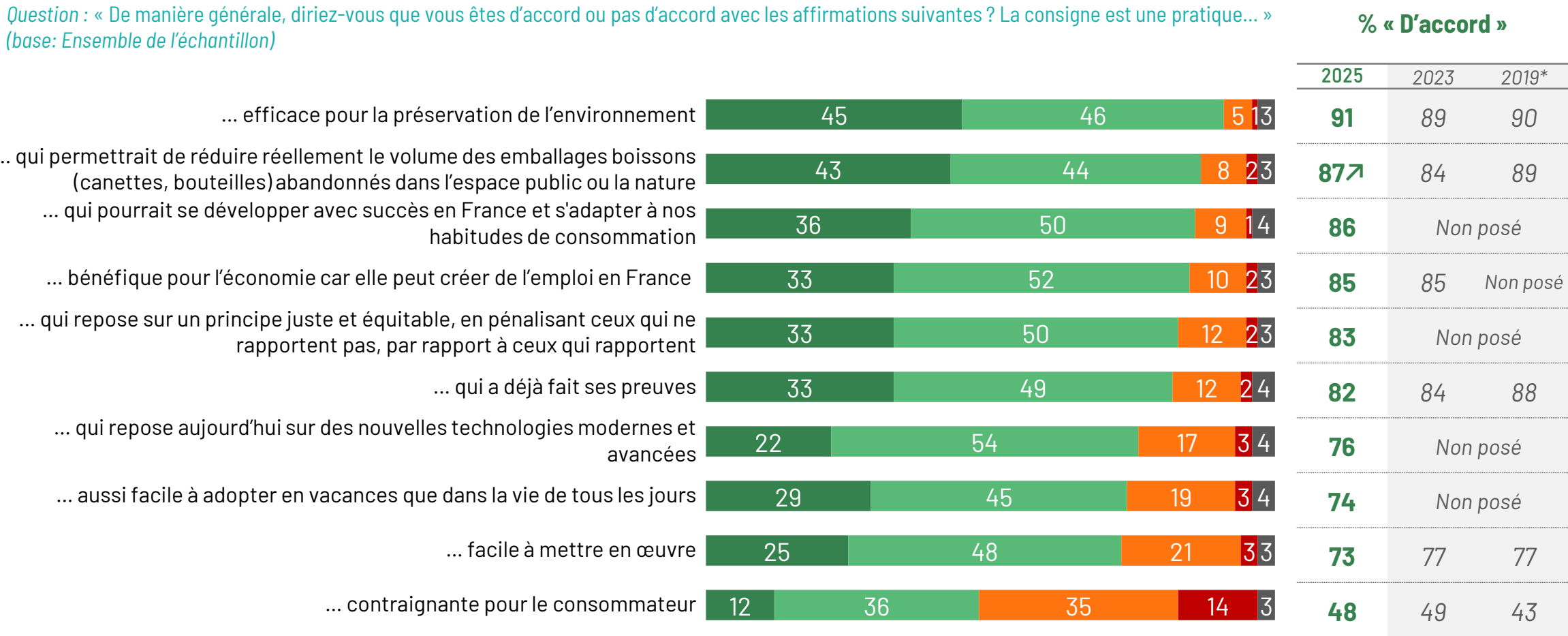
Bien plus qu'un geste écologique : une solution qui transforme les consciences et les comportements

04



La consigne est notamment perçue comme efficace sur le plan environnemental, bénéfique pour l'économie et juste pour les citoyens

Question : « De manière générale, diriez-vous que vous êtes d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes ? La consigne est une pratique... »
(base: Ensemble de l'échantillon)



* Enquête Ipsos/Boissons rafraîchissantes de France, 1

Ses vertus se résument en une formule unanime : une solution « de bon sens »



Un système utile et efficace

Un geste **écologique**, permettant le **réemploi** lorsque c'est possible

Un process qui semble **plus court et direct** que le process de recyclage actuel

Un système lisible et rassurant, qui redonne au citoyen la maîtrise de son geste (à l'opposé du bac jaune)

La promesse d'un bénéfice collectif

En donnant une valeur monétaire à un déchet, la consigne est perçue comme une solution pour la **propreté des rues** et **une opportunité pour les plus précaires**.

Certains imaginent également qu'un système efficace pourrait, à terme, permettre de **mieux maîtriser, voire de réduire, les coûts de collecte des déchets**

Le gage d'une économie vertueuse

La consigne est spontanément perçue comme **un levier de souveraineté économique**, favorisant **une filière nationale vertueuse** :

- Créatrice d'**emplois locaux**
- Permettant de **réduire la dépendance aux importations** grâce à un flux garanti de plastique recyclé de haute qualité (évoqué en mineur)



« C'est concret. Déjà, on le ramène à un endroit bien précis. [...] Et on est sûr qu'ils en font quelque chose. » Groupe 2, Dijon

« Sur les routes, cela éviterait que les gens ne jettent la canette par la fenêtre. » Groupe 1, Paris

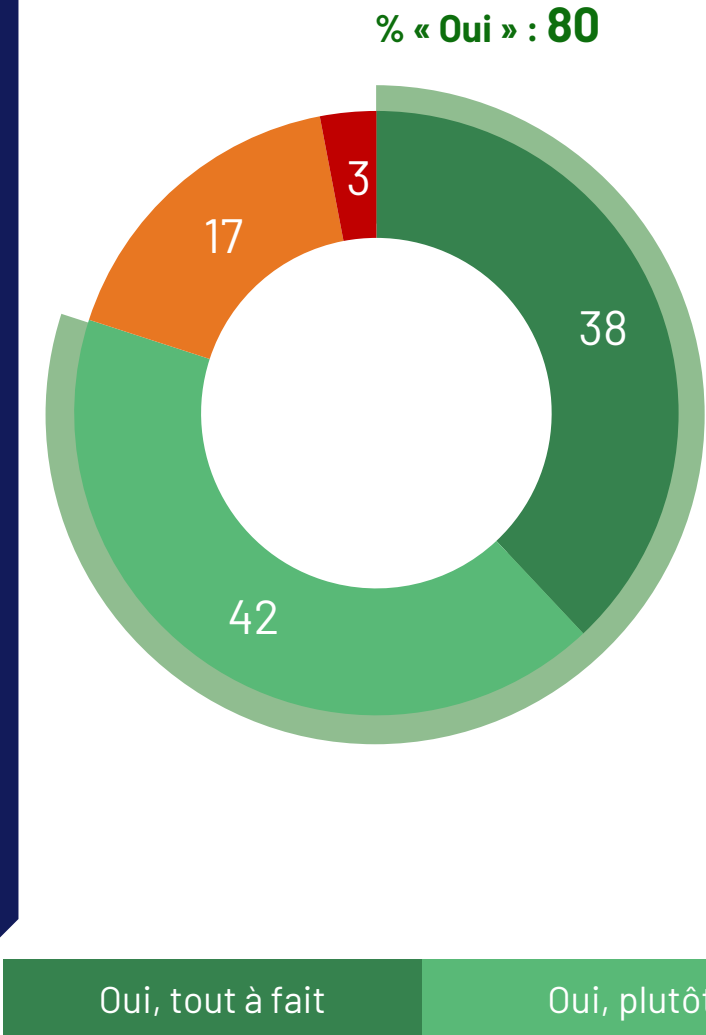
« Ça peut aider les personnes en difficulté financière. Ils vont récupérer dans les poubelles. » Groupe 1, Paris

« Financièrement ce serait compliqué de renvoyer une bouteille dans un autre pays. Donc tout est fait en France. » Groupe 1, Paris

Deux bénéfices concrets exprimés :

1. La consigne rendrait visible et tangible le volume d'achat et de consommation de boissons

Question : « Selon vous, la mise en place d'une consigne pour les emballages boissons pourrait-elle aussi permettre aux consommateurs de mieux prendre conscience de la quantité de boissons qu'ils consomment ? »
(base: Ensemble de l'échantillon)

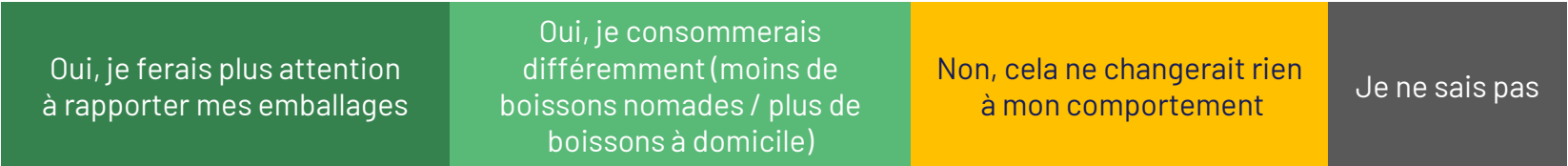
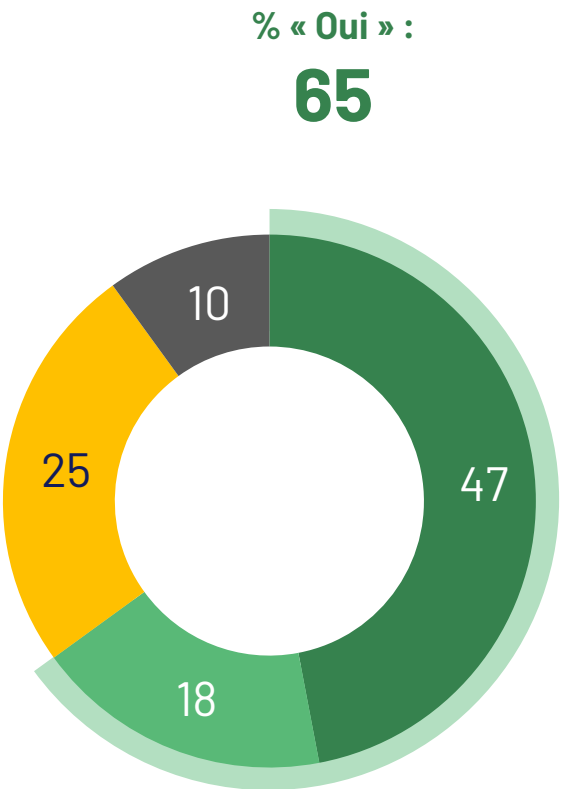


SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION					% Oui
Rural	35	43	18	4	78
Moins de 20.000 hab.	41	39	17	3	80
20.000 à 100.000 hab.	40	38	18	4	78
Plus de 100.000 hab.	39	43	16	2	82
Agglo parisienne	35	44	17	4	79
SELON L'ÂGE					
Moins de 35 ans	44	47	8	1	91
35 à 59 ans	39	40	18	3	79
60 ans et plus	32	41	23	4	73
SELON LE TAUX DE COLLECTE DES BOUTEILLES EN PLASTIQUE DE LA RÉGION *					
Inférieur à 50%	36	43	17	4	79
De 50% à 70%	37	44	17	2	81
Supérieur à 70%	41	38	17	4	79
SELON LA FRÉQUENCE DE TRI					
Systématiquement	40	40	17	3	80
Souvent	30	50	18	2	80
Parfois, rarement, jamais	30	45	18	7	75

Deux bénéfices concrets exprimés :

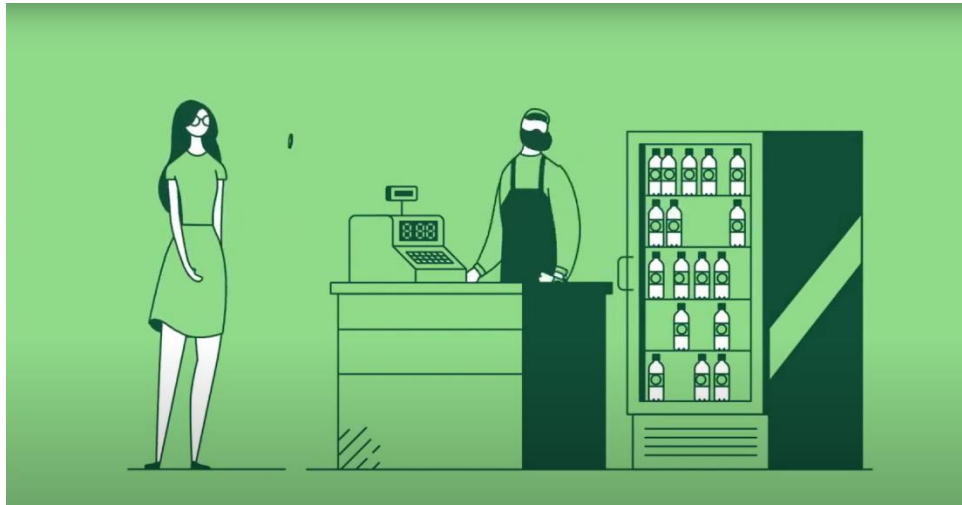
2. La consigne aurait un impact positif et concret sur la manière de consommer et de jeter des boissons nomades

Question : « Si une consigne (système de retour avec remboursement du montant de la consigne réglée au moment de l'achat) était mise en place pour les bouteilles et canettes, pensez-vous que cela changerait votre comportement lorsque vous consommez une boisson hors de chez vous ? »
(base: Ensemble de l'échantillon)



SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION					% Oui
Rural	40	19	30	11	59
Moins de 20.000 hab.	50	15	28	7	65
20.000 à 100.000 hab.	44	19	25	12	63
Plus de 100.000 hab.	53	17	22	8	70
Agglo parisienne	46	19	24	11	65
SELON L'ÂGE					
Moins de 35 ans	54	27	12	7	81
35 à 59 ans	51	17	23	9	68
60 ans et plus	39	12	37	12	51
SELON LE TAUX DE COLLECTE DES BOUTEILLES EN PLASTIQUE DE LA RÉGION					
Inférieur à 50%	46	18	26	10	64
De 50% à 70%	49	19	22	10	68
Supérieur à 70%	47	14	31	8	61

Plus spécifiquement, la boucle « bouteille à bouteille » incarne la garantie d'une économie circulaire visible et efficace



LE « BOUTEILLE À BOUTEILLE » : UNE RÉVÉLATION ET UN ARGUMENT-CHOC

- Pour la majorité des répondants interrogés dans l'enquête qualitative, l'idée qu'une bouteille plastique puisse redevenir une bouteille plastique identique est **une découverte**
- Celle-ci permet de :
 - **matérialiser la consigne** de façon simple et concrète
 - **faire évoluer l'image du processus de recyclage du plastique**
 - le processus opaque devient une boucle vertueuse, proche de celle du verre
 - renforcer l'image spontanée d'une **filière maîtrisée au niveau national**, à l'inverse des doutes qui pèsent sur le recyclage actuel

« Faire une bouteille à partir d'une bouteille, je ne savais pas que c'était possible. Pour moi, on ne pouvait pas refaire une bouteille à partir d'une bouteille existante. » Groupe 1, Paris

« Donc ils cassent et ils refont le plastique, mais c'est un circuit beaucoup moins long qu'avec le bac jaune. » Groupe 2, Dijon

Un succès déjà prouvé en Europe, qui rassure

Enseignements des
focus groups qualitatifs



Savoir que la consigne est mise en place avec succès dans de nombreux pays offre une double réassurance :

Sur le plan technique

- La consigne est perçue comme un **système industriel mature et fiable**, dont le succès est démontré par les chiffres (90% de taux de collecte vs 53% en France)
- Le fait que la France ait tardé **à adopter la consigne** est perçu comme **un avantage stratégique**. Le pays pourra ainsi **s'inspirer des meilleures pratiques** et **éviter les erreurs** commises par les précurseurs

Sur le plan humain

- Spontanément, les participants sont **pessimistes sur le civisme et la capacité à changer** de leurs compatriotes. Savoir que des pays voisins et culturellement proches ont réussi à adopter de nouvelles habitudes prouve que l'adaptation est possible

Un levier de conviction majeur qui réduit l'incertitude, désamorce les peurs et crédibilise la promesse d'une mise en œuvre réussie



« Il y a des techniques qui fonctionnent déjà ailleurs, ça rassure. » Groupe 1, Paris

« La France ne serait pas précurseur de la chose. [...] On va peut-être bénéficier de toutes les erreurs qu'ils ont pu faire dans le passé. » Groupe 1, Paris

"Mais nous sommes français", Groupe 1, Paris

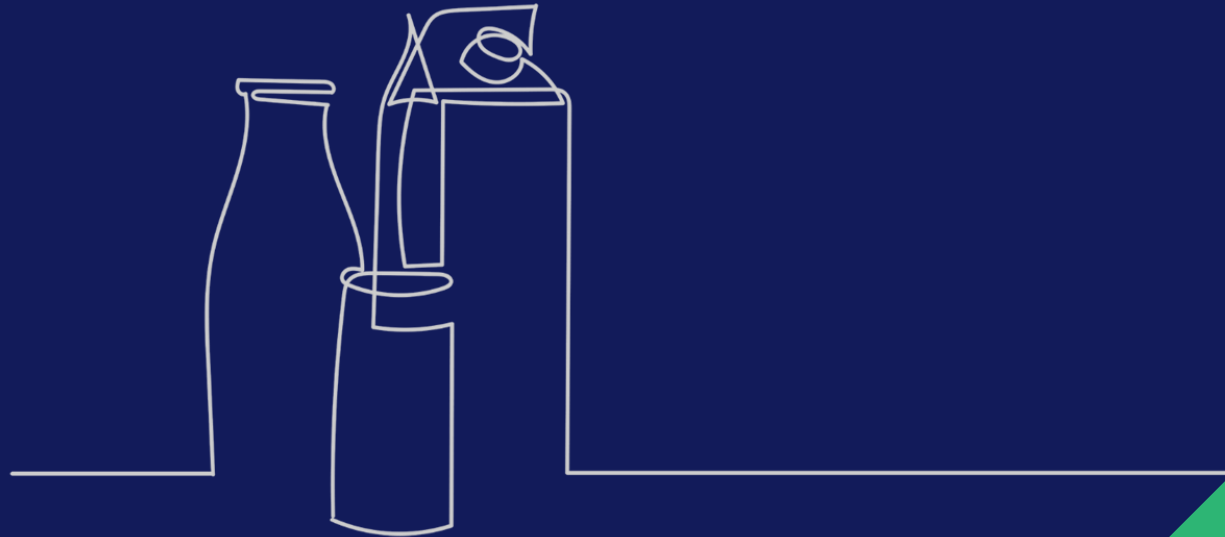
« Je suis pessimiste sur les Français »
Groupe 2, Dijon

« Il faut sauter le pas de toutes façons. Il faut qu'on prenne modèle sur certains. »
Groupe 2, Dijon

Les freins anticipés

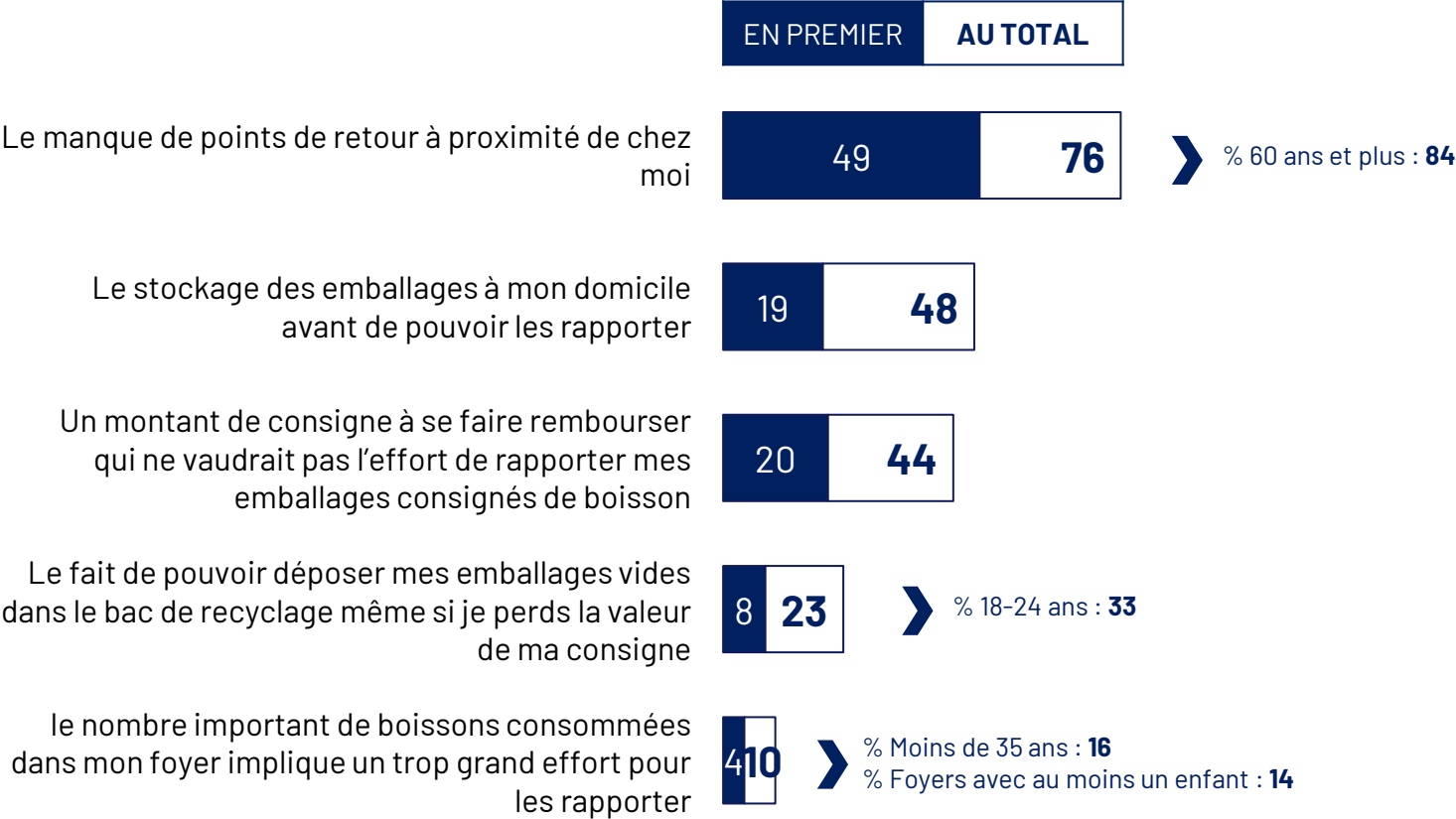
La densité et la praticité du réseau de collecte s'avère être un enjeu, tandis que la question du prix de la consigne est rapidement désamorcée

05



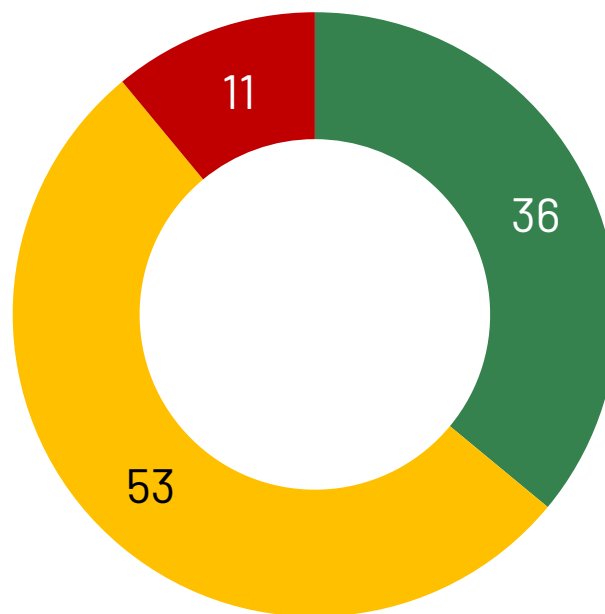
Le manque de points de retour à proximité de son domicile et le montant de consigne sont les éléments les plus susceptibles de décourager les consommateurs de rapporter leurs consignes

Question : « Et plus concrètement, parmi les éléments suivants, quels sont les deux qui pourraient vous décourager à rapporter vos emballages consignés de boissons (plastique, carton, verre, aluminium) ? »
En premier ? En deuxième ?
(base: Ensemble de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car deux réponses possibles

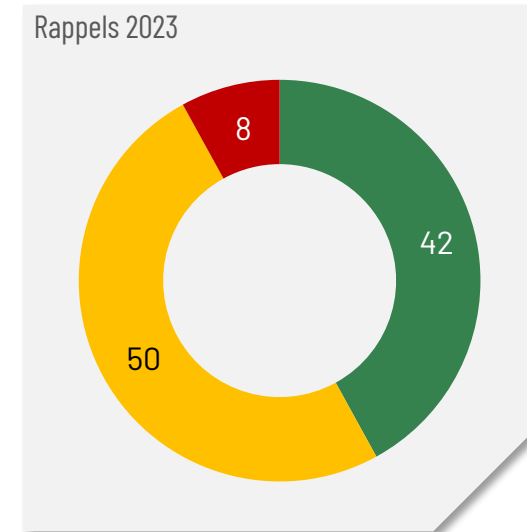


Les représentations financières associées spontanément à la consigne sont neutres ou positives

Question : « Et diriez-vous que la caution sur les emballages de boissons consignées pourrait avoir sur votre pouvoir d'achat ... ? »
(base: Ensemble de l'échantillon)



% 18-24 ans : 51



Un impact positif

Un impact ni positif, ni négatif

Un impact négatif



En effet, si le prix de la consigne peut être perçu comme un frein au départ, il devient vite levier de motivation



« Au surcoût, on ne le verra pas forcément, mais lorsqu'on nous rendra l'argent, on aura l'impression d'avoir une rétribution. » Groupe 1, Paris

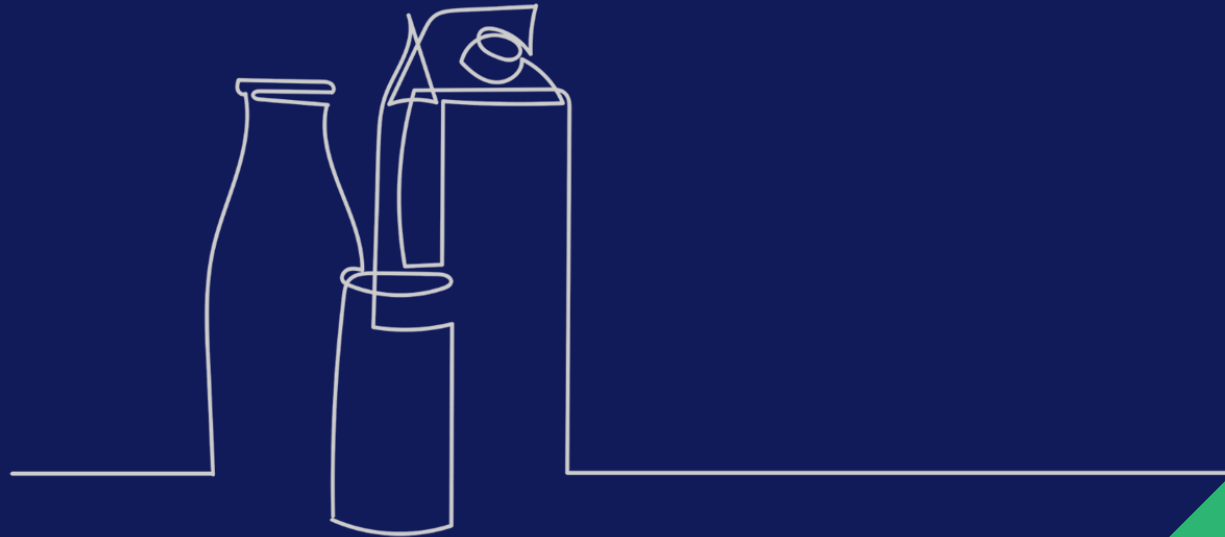
« Ce sera un peu comme les tickets à gratter de la FDJ. Quand on rejoue un ticket gagnant. » Groupe 2, Dijon

- **Une toute première réaction négative à l'idée de payer un supplément de 10 à 20 centimes.** Celui-ci est spontanément perçu comme une punition, une injustice et pour certains même, une façon déguisée d'augmenter les prix. Une méfiance aggravée par la **crainte de perte sèche si l'emballage n'est pas rapporté** (par oubli, par manque de temps, parce qu'il se casse...)
- **En rationalisant**, les premières perceptions évoluent, **de « taxe » le prix devient « caution »** : les participants retiennent l'idée d'une **opération neutre** pour celui qui joue le jeu
- Pour certains, le prix se révèle même être un **puissant levier psychologique**. L'acte de récupérer sa mise, même s'il ne constitue pas un gain, peut être perçu comme une **"récompense"** qui transforme la corvée potentielle en une expérience positive.

Les points de retour, clé du succès

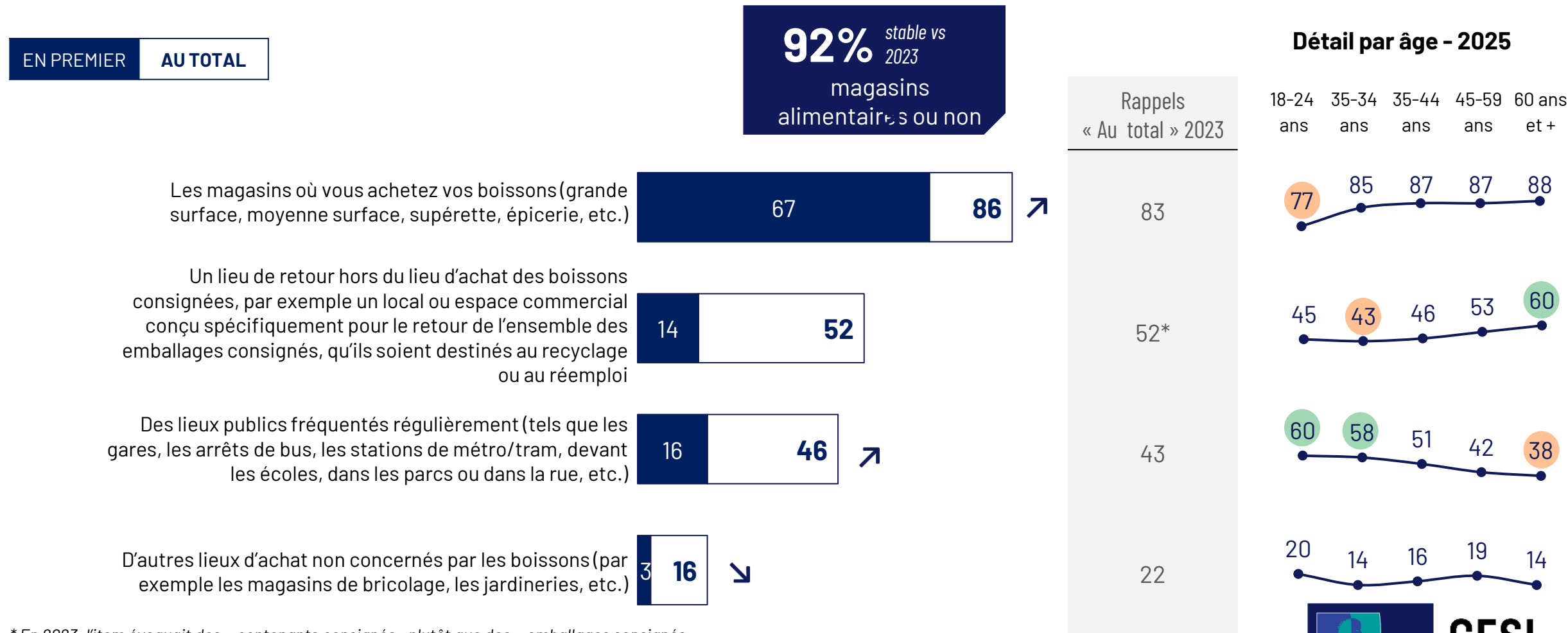
Proximité, uniformité, simplicité, polyvalence : les piliers du réseau de collecte souhaité par les Français

06



Les magasins alimentaires sont - de loin - les espaces dans lesquels les Français souhaiteraient le plus rapporter leurs boissons consignées

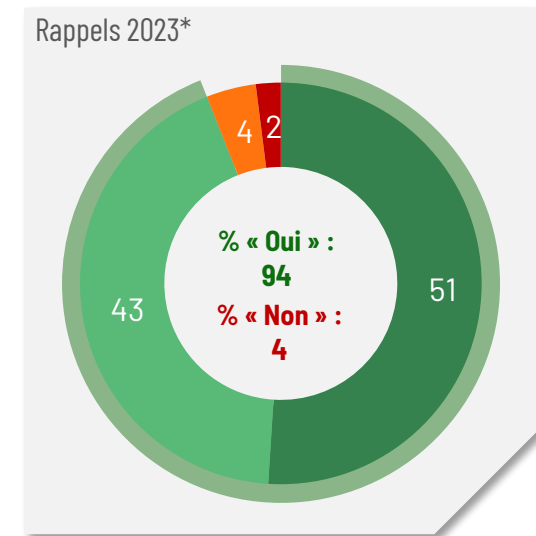
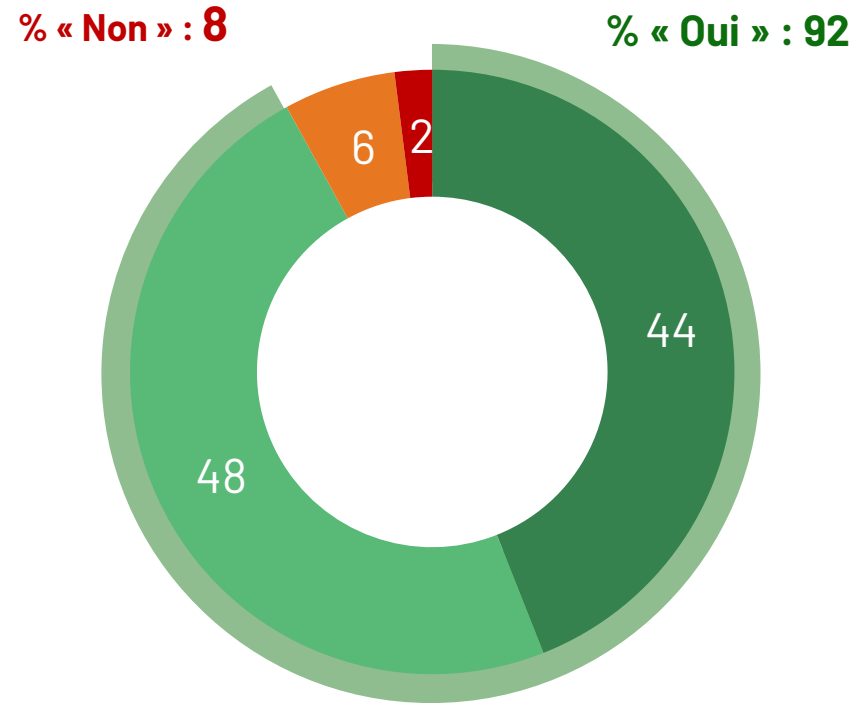
Question : « Quels seraient les deux lieux que vous souhaitez privilégier pour rapporter vos emballages consignés de boisson ? » En premier ? En deuxième ?
(base: Ensemble de l'échantillon) - Total supérieur à 100 car deux réponses possibles



Toutefois, l'idée de la création d'un lieu mixte permettant de rapporter les emballages de boissons consignés et les autres produits du quotidien recueille un écho favorable très large

Question : « Pour faciliter le retour des bouteilles consignées partout en France quel que soient les territoires, des lieux de retour complémentaires à ceux des magasins situés en centre-ville (zone urbaine dense ou zone rurale) pourraient être créés. Il s'agirait d'éco-boutiques dédiées à la récupération en ville, équipées de manière à pouvoir reprendre également d'autres produits du quotidien (par exemple des piles, cartouches d'encre, ampoules, petits électroniques, vêtements et textiles). Diriez-vous que ce service vous permettrait de rapporter davantage de produits ? »

(base: Ensemble de l'échantillon)



Oui, certainement

Oui, probablement

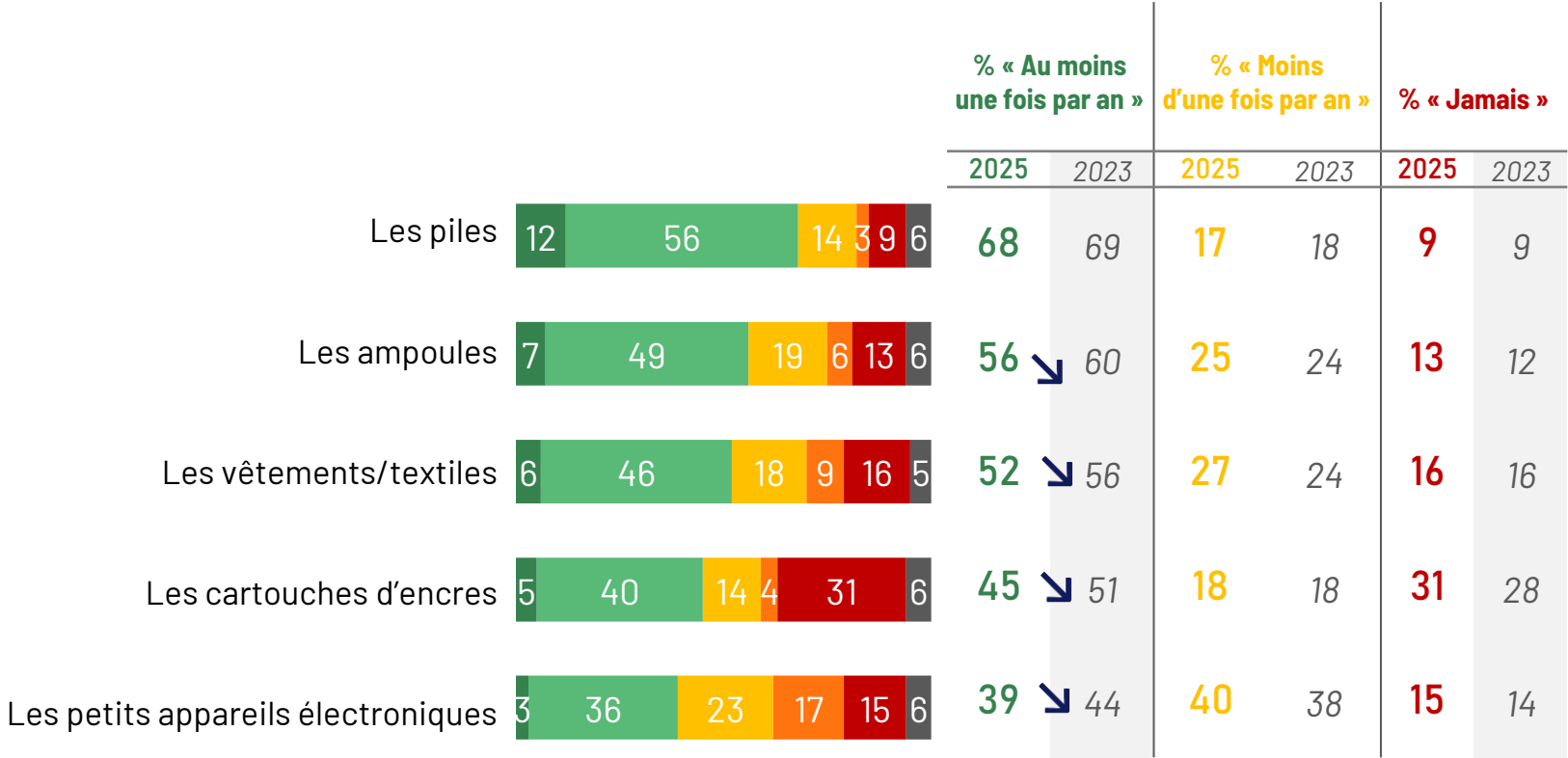
Non, probablement pas

Non, certainement pas

* En 2023, la question était très légèrement différente : Pour faciliter le retour des bouteilles consignées partout en France quel que soient les territoires, des lieux de retour complémentaires à ceux des magasins pourraient être créés. Ils seraient équipés de manière à pouvoir reprendre également d'autres produits du quotidien (par exemple des piles, cartouches d'encre, ampoules, petits électroniques, vêtements et textiles). Diriez-vous que ce service vous permettrait de rapporter davantage de produits ?

D'autant plus que la collecte d'autres produits au geste de retour impliquant un point de retour dédié est en perte de vitesse

Question : « Pour chacun des produits cités, à quelle fréquence les rapportez vous dans un lieu de retour dédié (magasin, déchetterie, point d'apport volontaire, autres, etc.) ? »
 Essayez de répondre le plus honnêtement possible.
 (base: Ensemble de l'échantillon)



La clé de l'adoption de la consigne réside avant tout dans la proximité, l'uniformité et la praticité des points de collecte



« Ça permettrait de le faire en allant au travail, et du coup ça règle le problème de stockage, tu n'accumules pas cela chez toi » Groupe 1, Paris

« Les machines devraient être sur les parkings. A proximité des gares. Pour déposer son verre avant de prendre le RER le matin » Groupe 1, Paris

L'acceptation du système dépend moins du type de point de retour / la performance technologique des machines de déconsignation que de leur maillage territorial

Une exigence de proximité : les participants attendent un réseau dense, avec des points de collecte à « tout au plus à 5 minutes » de leur domicile

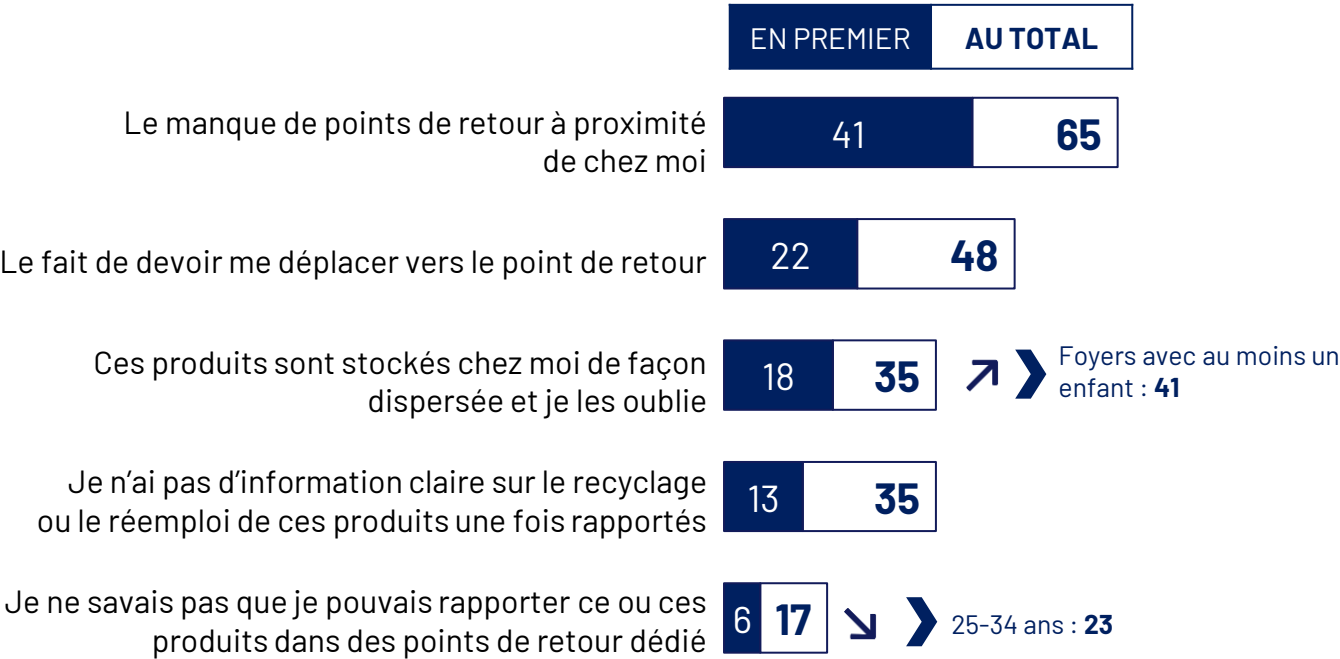
Un système universel et non-captif : les participants exigent de pouvoir rapporter n'importe quel emballage consigné dans n'importe quel point de collecte, quelle que soit l'enseigne d'achat

Des points de retour variés et accessibles : grandes-surfaces mais aussi gares, stations de métro, parkings, centres dédiés, ou même dans la rue à la place des collecteurs de verre actuels.



Un réseau de collecte jugé trop distant ou peu pratique sera la première cause de non-utilisation du système

Question : « Quelles sont les raisons qui vous découragent à rapporter ce ou ces produits dans un point de retour ? »
En premier ? En deuxième ?
(base: Ensemble de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car deux réponses possibles

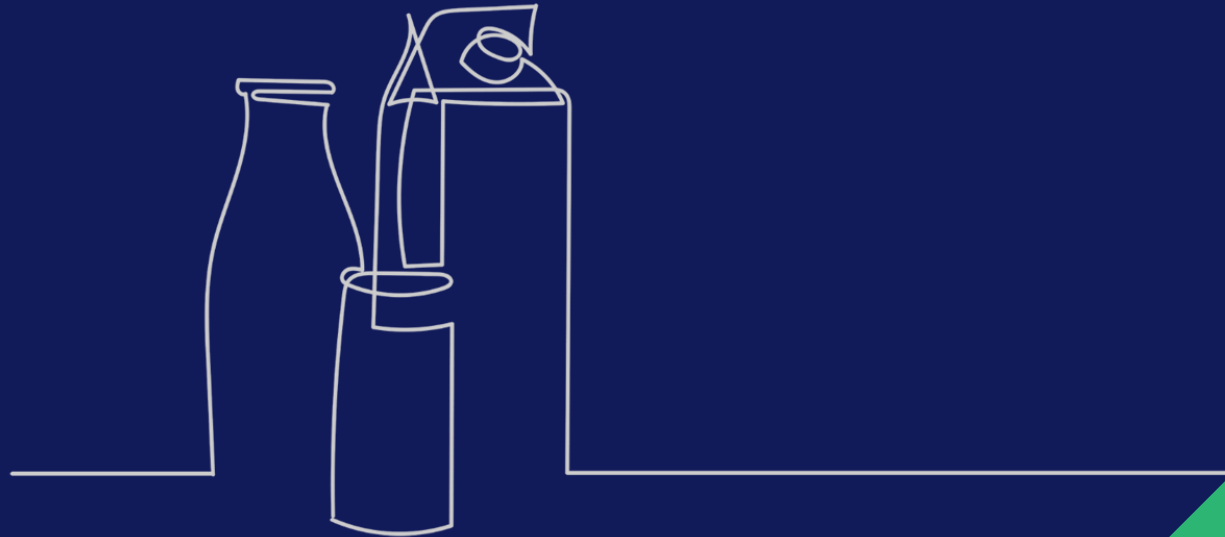


Rappels « Au total » 2023
65
46
31
34
24

Le système de consigne idéal

Au-delà des points de collecte, les Français dessinent les contours d'un écosystème de confiance

07





La déconsignation doit être intuitive et sécurisée

- **Un périmètre clair** : l'idéal est un système où tous les emballages de boisson sont consignés, avec **un logo unique et clair**, pour ne pas avoir à réfléchir
- **Un système standardisé et national** : un système unique, géré par **un seul opérateur national**, pour garantir la même expérience et les mêmes règles partout
- **Des machines « intelligentes »**, qui trient **rapidement et toutes seules**, sans attente
- **Un environnement fiable, propre et sûr** :
 - Avec **présence d'employés sur place** (au moins dans les centres dédiés) pour porter assistance et éviter vols et dégradation
 - Des **machines propres, bien entretenus** et situées dans des lieux qui ne posent pas de problème d'hygiène
- **Un remboursement simple et sécurisé** :
 - **Rejet du papier et du liquide** : les bons d'achat en papier se perdent ou s'abîment et le liquide, quant à lui, soulève des questions de sécurité
 - Les options envisagées sont un **crédit direct sur la carte bancaire**, ou via une **application / carte universelle** dédiée à la consigne, utilisable partout



« Dans le monde idéal, tout serait consigné, nous n'aurions même pas à nous poser la question. »

Groupe 1, Paris

« Moi j'ai une idée. Une machine, un grand bac où je mets tout dedans, ça capte le poids, ça trie, ça détecte, en dix secondes, pas de queue. »

Groupe 1, Paris

« Les papiers, les bons, ça se perd, on le met dans la poche, ça passe à la machine à laver, c'est fini. »

Groupe 1, Paris

« Mais s'il y a du liquide, les machines vont être dépouillées... »

Groupe 2, Dijon



La gouvernance de la consigne : un partage des rôles exigé

Aux yeux des participants, la réussite du dispositif repose sur un trio d'acteurs aux rôles complémentaires:

L'État comme garant et architecte de la consigne

- Il **impose le système** en fixant la loi, les objectifs, le calendrier et les responsabilités
- Il **harmonise les règles** : logo/signalétique communs, consignes identiques partout, interopérabilité des machines
- Il **encadre et contrôle** les différents acteurs

Un opérateur tiers pour la gestion quotidienne

- Un **acteur qui doit être unique** pour garantir la simplicité et l'homogénéité du système
- Un **expert reconnu est projeté d'emblée** : des noms comme Eco-Emballages ou Veolia sont cités, montrant un besoin de s'appuyer sur une compétence existante.

Les industriels comme contributeurs du système

- Perçus comme étant **à l'origine de la pollution plastique**, les industriels ne sont pas jugés crédibles pour piloter le système, mais doivent impérativement y contribuer
- Leur contribution est attendue au financement selon le **principe du « pollueur-payeur »**



« Pour moi, c'est l'Etat. Pour les obliger à harmoniser la production des bouteilles, et que toutes soient acceptées. » Groupe 1, Paris

« Je vois surtout des objectifs réguliers... Ça doit passer par la réglementation et que l'État ait sa part de responsabilité. » Groupe 1, Paris

« Il faut qu'ils délèguent et que ce soit une seule entreprise qui le fasse. [...] Il faut que ce soit délégué et géré par une vraie entreprise. » Groupe 2, Dijon

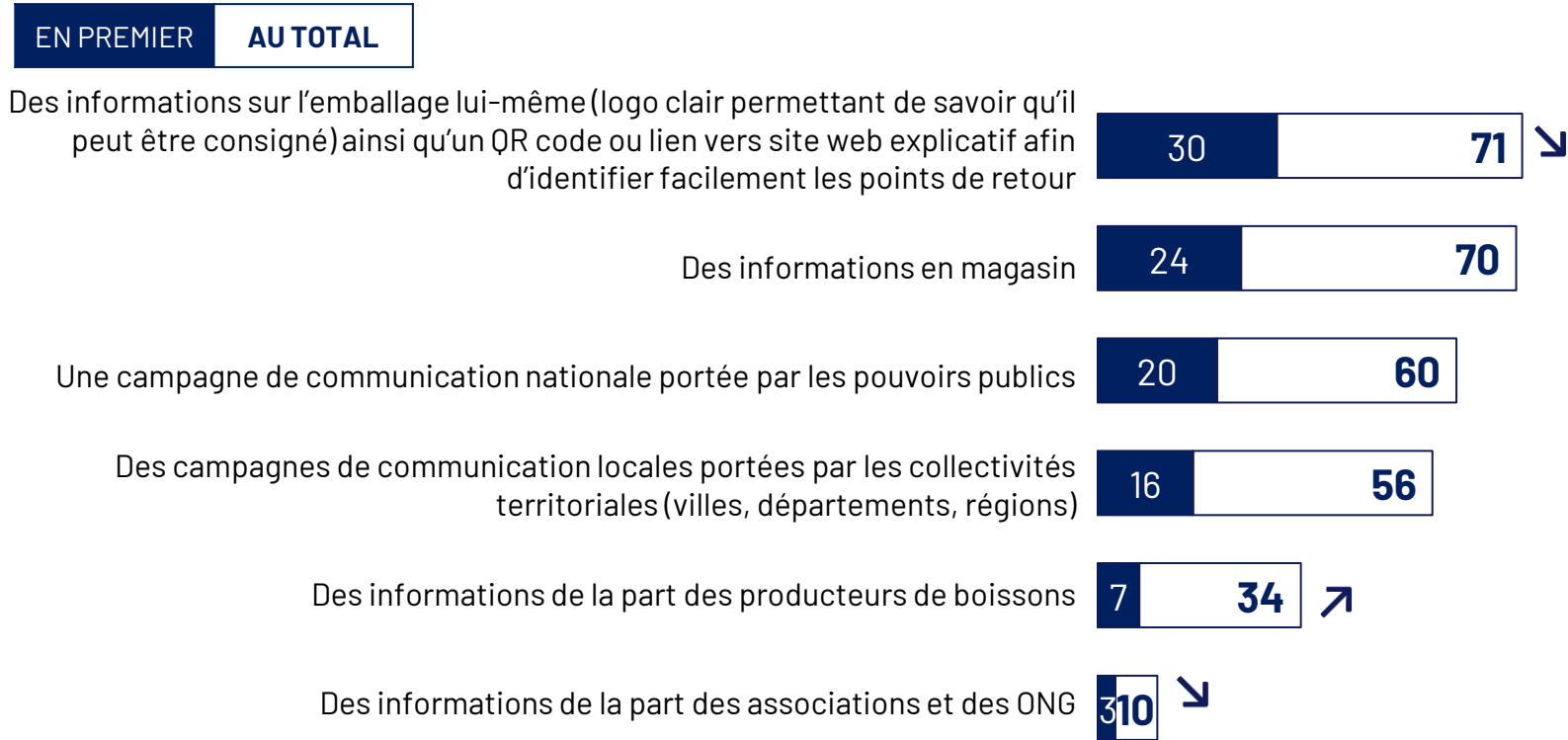
« Je veux savoir qui est derrière, je ne veux pas avoir à payer leur investissement. » Groupe 1, Paris

« Je ne veux pas avoir à payer leur (les industriels) investissement. » Groupe 1, Paris

« Après aujourd'hui les marques doivent être taxées... À partir du moment où on crée un produit, il faut pouvoir recycler ou consigner derrière. » Groupe 2, Dijon

Le souhait d'une information concrète sur le terrain et d'une communication par les pouvoirs publics en renfort

Question : « Par quelles sources suivantes souhaiteriez-vous obtenir des informations sur le fonctionnement de la consigne ? »
En premier ? En deuxième ? En troisième
(base: Ensemble de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles

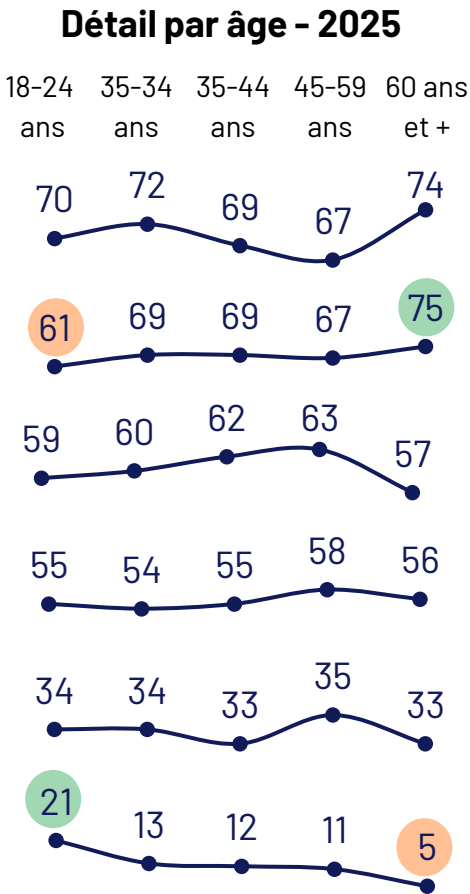


* En 2023, la mention relative au QR code n'était pas indiquée dans l'item de réponse

95% +2 vs 2023
En magasins

85% -1 vs 2023
Communication publique

Rappels « Au total » 2023
74*
68
58
56
31
13



À PROPOS D'IPSOS

Ipsos est l'un des leaders mondiaux des études de marché et des sondages d'opinion, présent dans 90 marchés et comptant près de 20 000 collaborateurs.

Nos chercheurs, analystes et scientifiques sont passionnément curieux et ont développé des capacités multi-spécialistes qui permettent de fournir des informations et des analyses poussées sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des employés.

Nos 75 solutions s'appuient sur des données primaires provenant de nos enquêtes, de notre suivi des réseaux sociaux et de techniques qualitatives ou observationnelles.

Notre signature « Game Changers » résume bien notre ambition d'aider nos 5 000 clients à évoluer avec confiance dans un monde en rapide évolution.

Créé en France en 1975, Ipsos est coté à l'Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. L'entreprise fait partie des indices SBF 120, Mid-60, STOXX Europe 600 et est éligible au service de règlement différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com

35 rue du Val de Marne
75 628 Paris, Cedex 13 France
Tel. +33 1 41 98 90 00

GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Individus.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :

You act better when you are sure.

MERCI

Federico Vacas
federico.vacas@ipsos.com

Salomé Quétier-Parent
salome.quetierparent@ipsos.com

Vanina POGGIOLI
vanina.poggioli@ipsos.com