

ETUDE OPINIONWAY POUR ALKEMICS

MALGRÉ LEUR VOLONTÉ DE BIEN FAIRE, LES FRANÇAIS SONT PERDUS AU MOMENT DE TRIER LEURS EMBALLAGES ALIMENTAIRES

Soucieux du devenir de leurs emballages, les Français sont prêts à les trier. Encore faut-il réussir à décoder les consignes de tri. Point vert, Tidyman, cercle de Mobius... une multitude d'informations et logos sont apposés sur chaque produit acheté. Mais peu de Français savent les identifier. Pire, certains sigles induisent en erreur, entraînant un geste de tri inadapté. En amont de la Semaine Européenne de la Réduction des Déchets (du 21 au 29 novembre), Alkemics, la plateforme de collaboration et de partage de données produits entre marques et distributeurs, et l'institut OpinionWay ont cherché à analyser le ressenti des Français vis-à-vis de ces consignes. Et le diagnostic est sans appel : 70% d'entre eux ne trouvent ou ne comprennent pas la consigne de tri présente sur les emballages. Et sur les 16 logos présentés, seuls 2 sont correctement interprétés. Décryptage dans cette étude.

L'ensemble des supports de cette étude est disponible en téléchargement libre sur <https://presse.alkemics.com/actualites/malgre-leur-volonte-de-bien-faire-les-francais-sont-perdus-au-moment-de-trier-leurs-emballages-alimentaires-a1b1-0c6eb.html>.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « Etude OpinionWay pour Alkemics » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

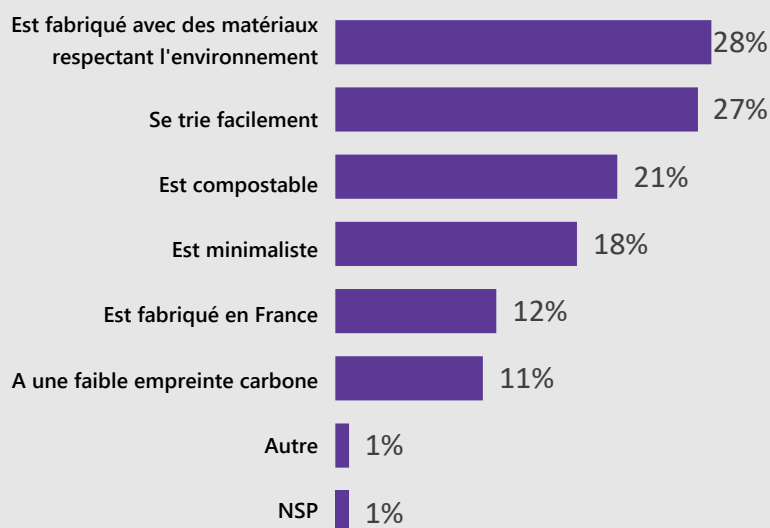
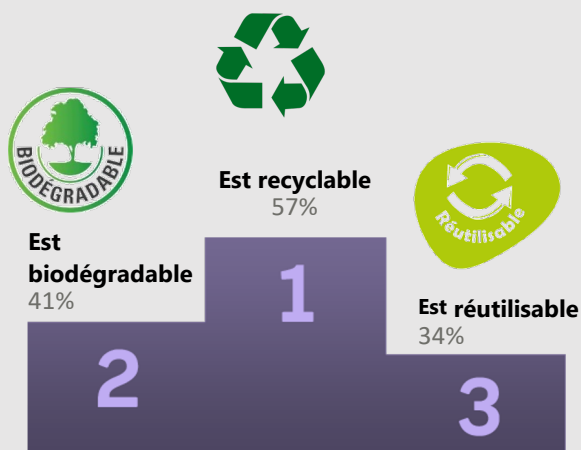
Méthodologie de l'étude – Questions posées dans le cadre de l'étude « Les Français et les emballages » réalisée en 2 phases en décembre 2019 et septembre 2020, auprès d'un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Ces échantillons ont été interrogés par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

Pour être vertueux, un emballage doit avant tout être recyclable

Pour une large majorité de Français (57%), un emballage vertueux est avant tout recyclable. Sur les deuxième et troisième places du podium respectivement le caractère biodégradable (41%) puis réutilisable (34%) de l'emballage.

LES CARACTÉRISTIQUES D'UN EMBALLAGE VERTUEUX

Q. Pour vous, un emballage vertueux au plan écologique ... ?
 Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Une information difficile à trouver et qui n'aide pas vraiment les Français

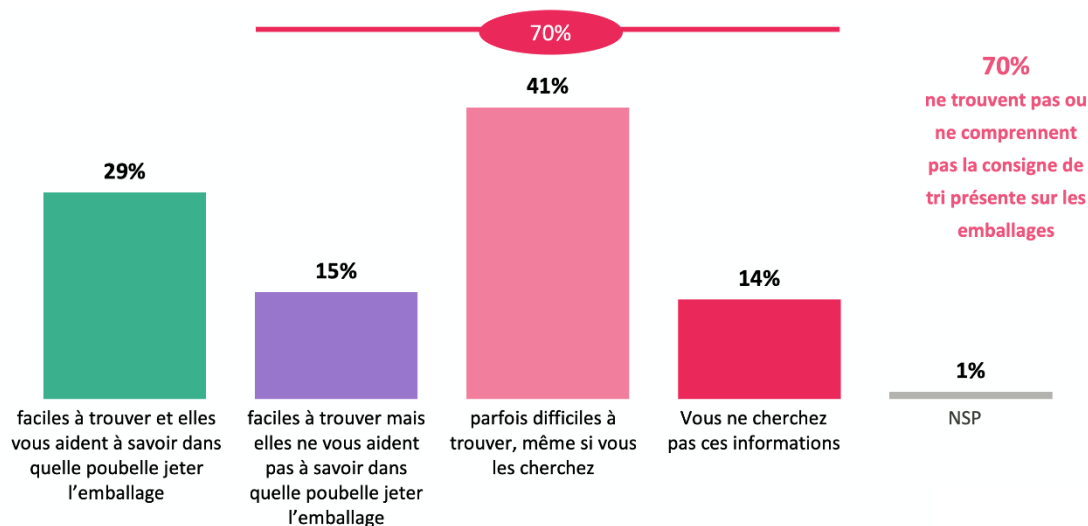
Pour plus d'un Français sur deux (56%), les informations sur les emballages concernant la façon de trier/jeter sont difficiles à trouver ou ne les aident pas à choisir la poubelle adéquate. En parallèle, seuls 29% des Français déclarent trouver cette information facilement et comprendre la consigne de tri. La suite de l'étude nous révélera cependant que l'interprétation de la consigne de tri par les Français reste approximative. Près d'un Français sur sept ne recherche même pas ces informations.

LA QUALITÉ DE L'INFORMATION SUR LE TRI ET LE RECYCLAGE DES PRODUITS

Q. Les emballages de produits contiennent des informations concernant la façon de les trier/jeter.

Diriez-vous que ces informations sont... ?

(Question présentée sur la base de ceux qui achètent ces produits)



Des Français qui estiment savoir trier...

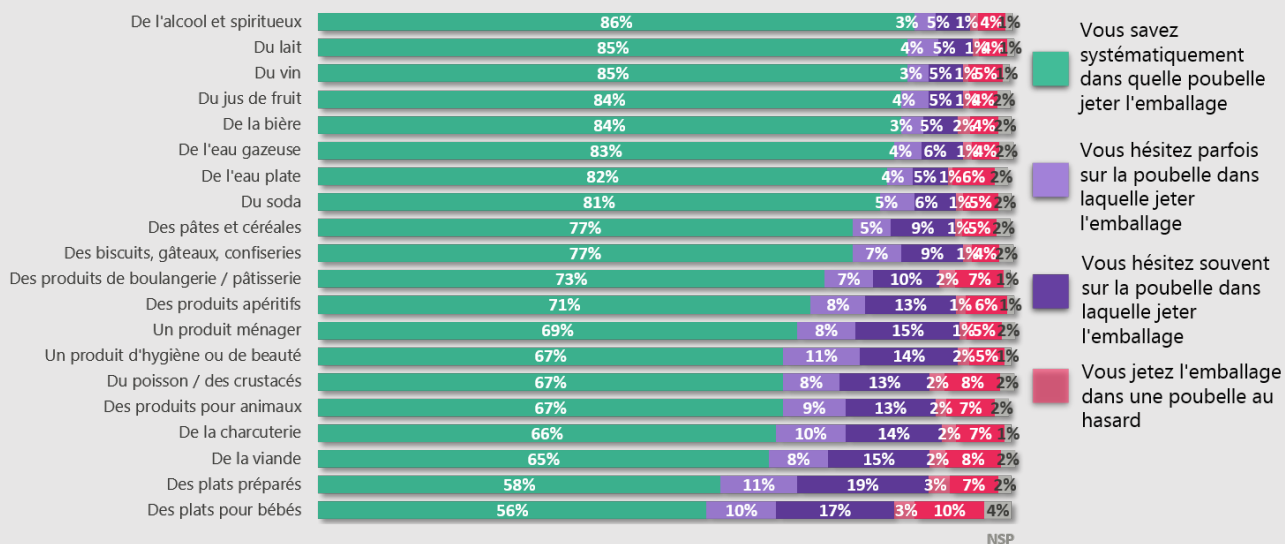
Lorsqu'on les interroge, la majorité des Français déclare savoir systématiquement dans quelle poubelle jeter les différents emballages. C'est principalement le cas pour les boissons : plus de 8 Français en achetant sur 10 savent où jeter leur bouteille d'alcool, de lait, d'eau ou de soda.

En queue de classement arrivent les plats préparés et les plats pour bébés. Pour ces derniers, 27% hésitent sur la poubelle à choisir et 1 Français en achetant sur 10 reconnaît ne pas trier l'emballage.

LES COMPORTEMENTS AU MOMENT DE JETER SES EMBALLAGES

Q. Au moment de jeter chacun des types de produits suivants ... ?
















Question présentée sur la base de ceux qui achètent ces produits



...alors que seuls 2 logos sur 16 sont présumés être identifiés par une petite majorité de Français

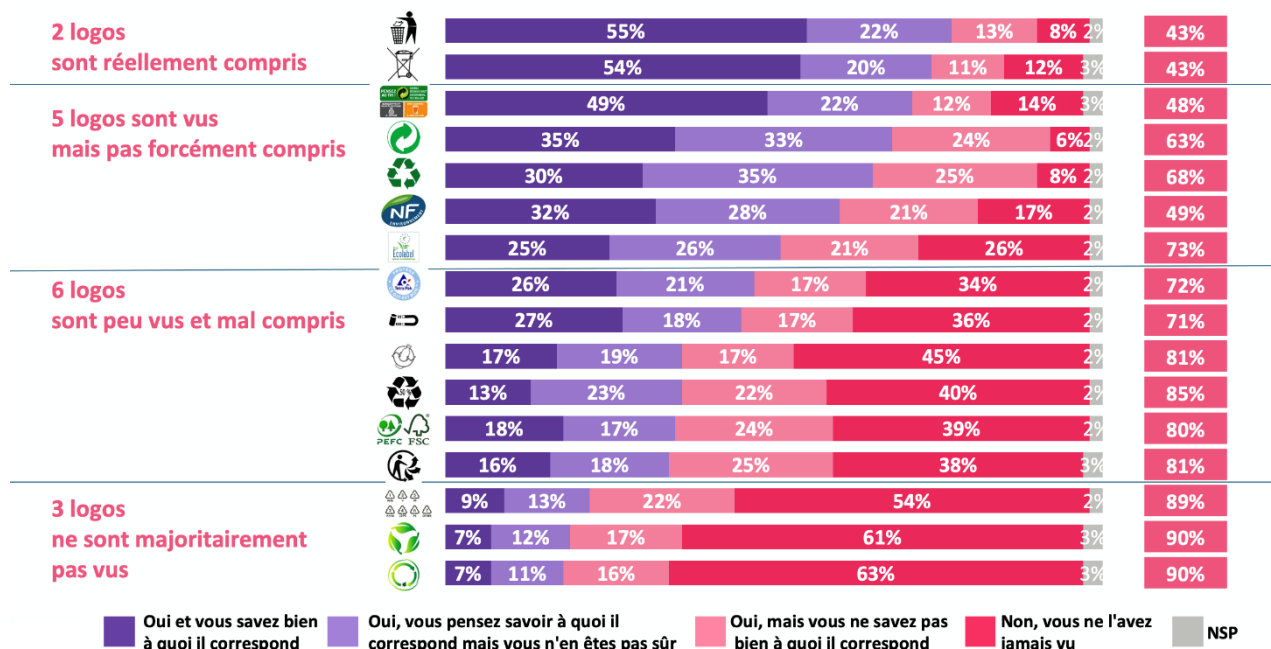
Parmi les 16 logos testés, seuls 2 semblent bien compris par une petite majorité : Tidyman (55% pensent savoir à quoi il correspond) et la poubelle barrée (54%). Cinq sont bien identifiés mais encore mal compris : les consignes info-tri, le point vert, le cercle de Möbius, le logo NF Environnement et le logo EU Ecolabel. Six logos sont encore mal identifiés et donc mal compris : le logo Triman, le logo Tetra Pak, le logo Acier recyclable, le logo Verre recyclable, le cercle de Möbius avec pourcentage, les logos PEFC/FSC. Enfin, trois logos sont très mal identifiés par les personnes interrogées : les triangles avec un numéro, le logo biodégradable et le logo compostable. Plus de 75% des personnes interrogées ne savent pas les identifier.

LES 16 LOGOS TESTÉS AUPRES DES FRANÇAIS

	Tidyman - inciter les gens à la propreté et à jeter les emballages dans une poubelle après consommation		Tetra Pak - Votre brique alimentaire fabriquée en carton certifié FSC est recyclable à 100%.
	Poubelle barrée - pas jetable dans une poubelle conventionnelle, doit être apporté dans un point de collecte précis		Acier recyclable - produits en acier sont recyclables à 100 % et peuvent être réutilisés. En apportant ce type de matériau dans un centre de tri, le matériau sera recyclé facilement grâce à un aimant qui sépare ce type de produits des autres.
	Les consignes info-tri - précisent la destination de vos déchets et encouragent à trier mieux		Verre recyclable - le verre qui constitue votre produit est recyclable
	Point vert - le fabricant du produit participe au financement d'un système de gestion des déchets d'emballage		Le cercle de Möbius + % - Contient un certain pourcentage de matières recyclées (on perd la notion d'objet possiblement recyclable)
	Le cercle de Möbius - sert à identifier un produit comme étant récupérable		PEFC / FSC - certifications environnementales liées à la gestion durable des forêts
	NF Environnement - le produit détient l'écolabel officiel français attribué par l'Afnor		Triangles avec un numéro - servent à définir les différents types de plastique utilisés
	EU Ecolabel - Indique que l'emballage ou le produit détient le label écologique EU		Biodégradable - des micro-organismes présents dans le milieu naturel peuvent le dégrader intégralement
	Triman - signifie que le produit est recyclable dans l'absolu. Mais il peut y avoir des territoires en France qui ne sont pas en capacité de proposer le recyclage		Compostable - emballages susceptibles d'être biodégradé en compost (fertilisant agricole)

LA NOTORIÉTÉ DES LOGOS PRÉSENTS SUR LES EMBALLAGES

Q. Avez-vous déjà vu chacun des logos suivants présents sur les emballages ?



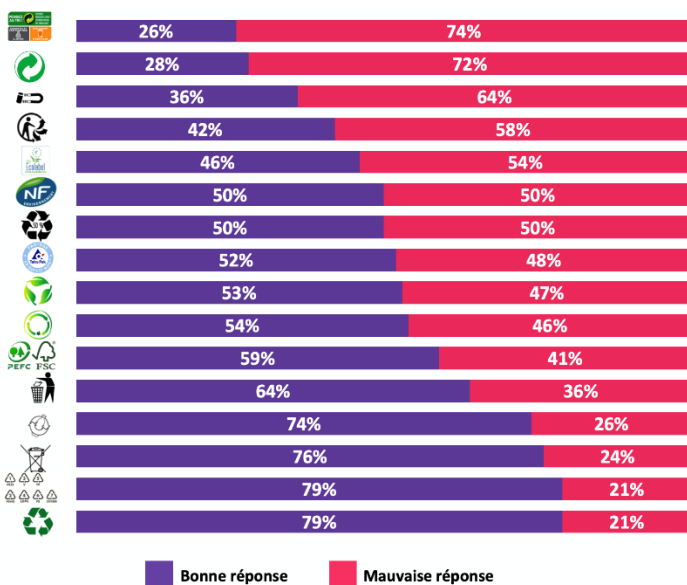
Emballage recyclable ou non ? Le casse-tête des Français

La méconnaissance de la signification des logos entraîne forcément un questionnement pour savoir si l'emballage est recyclable, et donc s'il peut être collecté dans le bac de tri (sachant que ces consignes de tri sont différentes selon les territoires).

Ainsi, sur les 16 logos présentés, la recyclabilité de 7 d'entre eux sont mal identifiés par les Français. Autre enseignement, lorsqu'ils ne connaissent pas la signification d'un logo, les Français en déduisent, parfois à tort, que l'emballage qu'ils souhaitent jeter est recyclable. Exemple flagrant avec le Point Vert. Très commun, ce logo n'indique absolument pas que l'emballage est recyclable, comme le pensent 72% des Français, mais plutôt que l'entreprise adhère à un système de contribution au recyclage des déchets. Idem pour les consignes info-tri, qui ne servent que de guide au tri.

7 LOGOS SUR 16 SONT MAJORITAIREMENT MAL INTERPRÉTÉS

Q. Selon vous, chacun des logos suivants signifie-t-il que l'emballage d'un produit est recyclable ? (% Bonne réponse)



72% des Français ne comprennent pas la signification du logo "Point vert"



A propos d'Alkemics

Alkemics est la plateforme de commerce et de partage des données entre fournisseurs et distributeurs. Les plus grands distributeurs (E. Leclerc, Intermarché, Casino, Metro, Tesco, Ocado...) l'utilisent pour découvrir, référencer ou lancer les produits de plus de 17.000 marques. Les marques, quant à elles, l'utilisent pour gagner en visibilité auprès de leurs distributeurs, et en transparence vis-à-vis de leurs consommateurs grâce au partage de leur catalogue produits sur tout type de canaux.

La scale-up française est composée de 100 personnes et offre de nombreuses opportunités de recrutement en France et en Europe. Elle vient d'être classée dans le club 2020 des soonicorns par Tracxn.

Sa dernière levée de fonds en juin 2020 de 21M€ (après une série B en 2016 de 20M€) va permettre à Alkemics de se déployer en Europe et d'ouvrir sa plateforme à d'autres types de distribution spécialisées comme le bricolage, la beauté ou la santé. www.alkemics.com

A propos d'OpinionWay

Créé en mars 2000, pionnier de la digitalisation des études, OpinionWay est un acteur majeur de l'innovation dans les études marketing et opinion. Sa vocation consiste à rendre le monde intelligible pour agir aujourd'hui et imaginer demain. La société intervient dans de nombreux domaines comme la compréhension des marchés, les problématiques de marques, le développement de produits et de services, etc. auprès de cibles BtoB ou BtoC pour des clients à forte notoriété. OpinionWay est membre actif d'Esomar et développe une politique RSE depuis 2007. Il est certifié depuis 2009 ISO 20252 par l'AFNOR et membre de CroissancePlus.

www.Opinion-Way.com