

Communiqué de presse
le 20 septembre 2007

Eco-Emballages présente une étude inédite sur « L'image du recyclé »

« Les Français sont-ils prêts à consommer des produits recyclés ? » « Quelle image en ont-ils ? » « Que faire pour les sensibiliser ? »... Alors que les questions d'environnement et de développement durable sont au cœur de toutes les préoccupations, que le « Grenelle de l'Environnement » se prépare, Eco-Emballages, le partenaire environnement de tous les lieux de vie, a interrogé cet été les Français sur leur perception des produits en matières recyclées.

Eco-Emballages a confié à TNS-Sofres une étude qualitative (entretiens individuels et réunions de groupe), mais aussi une étude quantitative sur la base d'un échantillon national représentatif de 1 064 Français, âgés de 15 ans et plus. Les objectifs principaux du sondage d'Eco-Emballages étaient de dresser un état des lieux du ressenti et de la perception des consommateurs vis-à-vis des produits recyclés, pour en tirer les principaux enseignements.

59 millions de Français ont désormais accès à des structures de collecte sélective pour les emballages ménagers, et 6 emballages sur 10 sont aujourd'hui recyclés. Dans un contexte mondial d'épuisement des ressources fossiles et d'augmentation des besoins énergétiques qui légitime la démarche de recyclage des emballages ménagers, Eco-Emballages a souhaité faire le point sur la perception par le consommateur des produits et des emballages utilisant des matériaux recyclés. Cette étude s'inscrit également dans le cadre des évolutions réglementaires actuelles sur l'utilisation du plastique recyclé en contact alimentaire.

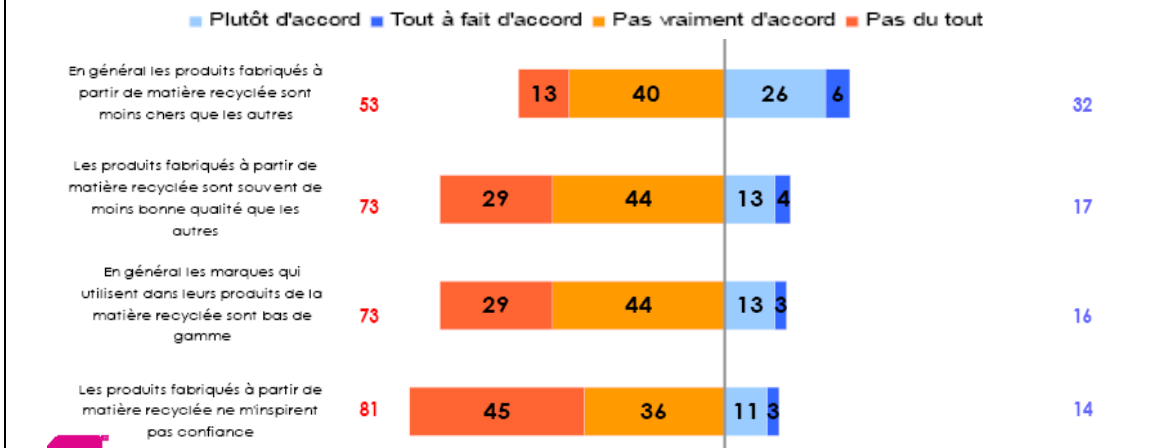
Cette photographie sur « l'image du recyclé » n'a pas de précédent et se révèle riche d'enseignements : elle démontre un changement complet des perceptions des consommateurs sur les matériaux recyclés.

► Enseignement 1 :

L'image des produits recyclés a fortement changé

Plus de sept Français sur dix (73%) contredisent l'idée selon laquelle les produits fabriqués à partir de matière recyclée sont souvent de moins bonne qualité que les autres. Dans la même proportion, les Français sont en désaccord avec l'idée selon laquelle les marques qui utilisent dans leurs produits de la matière recyclée sont bas de gamme. Ainsi, les consommateurs n'identifient a priori **pas de différence visible entre produits recyclés et produits fabriqués à partir de matière vierge.**

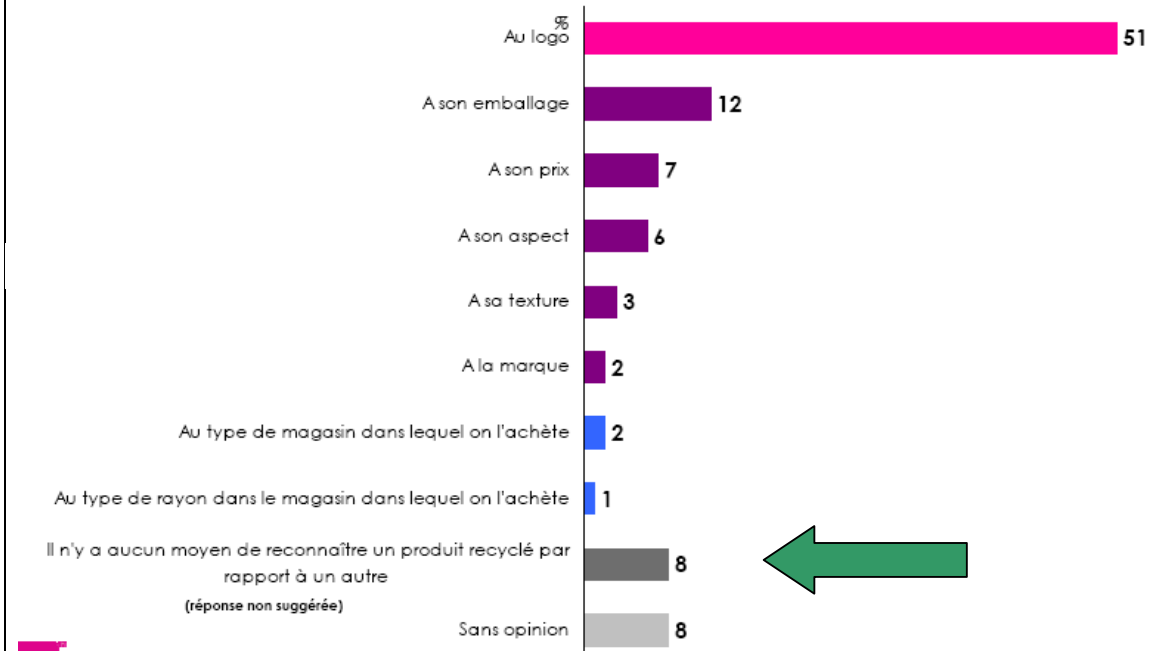
Voici différentes phrases que l'on entend à propos du recyclage et des produits qui sont fabriqués à partir de matière recyclée. Pour chacune d'entre elles, pouvez-vous me dire si vous êtes ...



Par ailleurs, le recyclé n'est pas ghettoisé dans un circuit de distribution spécifique, ni circonscrit à un type de rayon réservé. **8% affirment spontanément qu'il n'y a aucun moyen de reconnaître un produit recyclé par rapport à un autre.**

Ces chiffres rendent compte d'une **évolution majeure de l'image du recyclé** : rappelons-le, le recyclé était il y a peu identifié au déchet. Autrement dit une dépréciation réelle et constatée de l'objet qu'on disait laid, souillé, « moche »... et forcément visiblement différent. Le chemin parcouru est considérable.

A quoi reconnaît-on le plus souvent qu'un produit est fabriqué à partir de matière recyclée par rapport à un même produit qui n'aurait pas été élaboré à partir de matière recyclée ?



► **Enseignement 2 :**

Les Français ont une image très positive du recyclé

L'opinion s'est manifestement cristallisée sur deux aspects majeurs : **la valorisation du déchet et le bénéfice environnemental.**

En effet, le produit recyclé représente, en premier lieu, la deuxième vie du déchet (29% de citations). Les Français retiennent et soulignent la possibilité offerte de valoriser le déchet (79% sont d'accord avec l'idée selon laquelle le recyclage, c'est par exemple transformer un objet plastique en fibre textile, 42% étant tout à fait d'accord).

Second élément saillant : le bénéfice environnemental. La protection de l'environnement totalise 27% de citations spontanées. Les Français soulignent d'une part la diminution de la pollution (20% de citations), d'autre part l'économie de ressources naturelles induite (9% de citations).

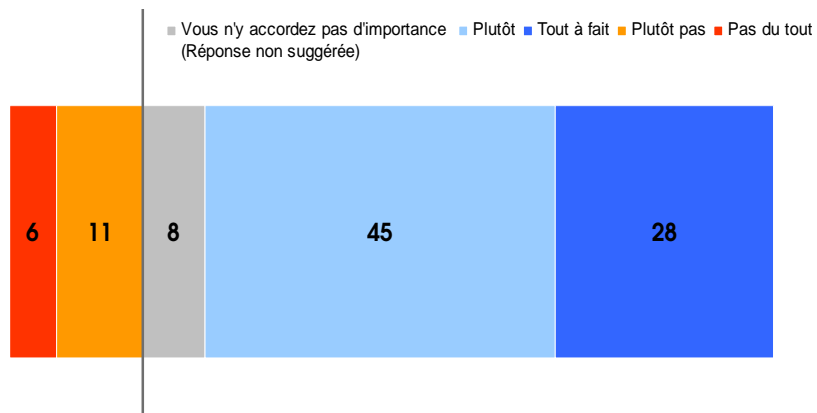
► **Enseignement 3 :**

Le produit recyclé : un produit technologique à valeur ajoutée

Longtemps perçu comme un « sous-produit », le produit fabriqué en recyclé a vu son image radicalement changer, notamment en raison de la prise de conscience au niveau individuel des enjeux environnementaux. Au-delà de sa dimension de **naturalité**, le produit recyclé est désormais perçu par les consommateurs comme **un produit technologique avec une véritable valeur ajoutée.**

Le fait de savoir qu'un produit a été fabriqué à partir de matière recyclée, est-ce quelque chose qui vous inciterait tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout à choisir un produit plutôt qu'un autre ?

73%
achèteraient
un produit recyclé
plutôt qu'un autre



Près de trois quarts (73%) des Français déclarent que **le fait de savoir qu'un produit a été fabriqué à partir de matière recyclée les inciterait à choisir ce produit plutôt qu'un autre (73% parmi lesquels 28% déclarent que c'est quelque chose qui les inciterait tout à fait à faire ce choix).**

Globalement positive, l'image du recyclé semble également devoir bénéficier à la marque. En effet, trois quarts des Français (75%) affirment que le fait de savoir qu'une marque utilise dans ses produits de la matière recyclée les inciterait à avoir une bonne image de cette marque. C'est une opportunité pour les entreprises : celles qui utilisent déjà dans leurs emballages des matériaux recyclés ont donc intérêt à en informer leurs consommateurs.

En conclusion :

Les Français ont désormais une image positive du recyclé. Hier, ils étaient sceptiques ; aujourd'hui, ils sont nombreux à être convaincus de la qualité des produits issus du recyclage.

C'est un cas unique où les consommateurs ont devancé les grandes tendances et sont en avance sur les industriels. En effet, sur le terrain de l'environnement, les entreprises passent souvent pour diffuser des messages qui restent théoriques. A eux désormais de saisir cette opportunité, qu'Eco-Emballages souhaite soutenir.

A propos d'Eco-Emballages :

Entreprise créée en 1992, Eco-Emballages a pour mission d'intérêt général de développer la collecte sélective des emballages ménagers en France auprès des collectivités locales, en leur apportant notamment une expertise technique et des soutiens financiers, et auprès du grand public en le sensibilisant au tri et au recyclage des emballages ménagers.

La collecte sélective offre à 59,5 millions de Français la possibilité de trier leurs emballages. 6 emballages sur 10 sont recyclés. Symbole depuis 1993 de cet engagement collectif pour la protection de l'environnement et le développement durable, le « Point vert » est présent sur plus de 95 % des produits de grande consommation.

www.ecoemballages.fr

Et pour plus d'information sur les produits recyclés : www.produitsrecyclés.com

Contact Eco-Emballages : Anne de Lander
Mail : anne.delander@ecoemballages.fr - Tél. 01 40 89 99 75

Contact Presse : Mendrika Rabenjamina – Profile Presse
Mail : mrabenjamina@profilepresse.com – Tél : 01 46 05 86 58 ou 06 18 28 56 39