

ENQUÊTE FRANCE – ALLEMAGNE SUR LA CONSIGNE DES EMBALLAGES DES BOISSONS POUR RECYCLAGE

Federico Vacas : Federico.vacas@ipsos.com

20 septembre 2019




GAME CHANGERS




FICHE TECHNIQUE



ECHANTILLON

 **2 138** personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française âgée de 16 ans et plus.

 **2 137** personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population allemande âgée de 16 ans et plus.



DATE DE TERRAIN

Du 17 au 20 septembre 2019.



METHODE

Échantillon interrogé par Internet via l'Access Panel Online d'Ipsos. Méthode des quotas : sexe, âge, profession de la personne interrogée, catégorie d'agglomération, région de résidence.



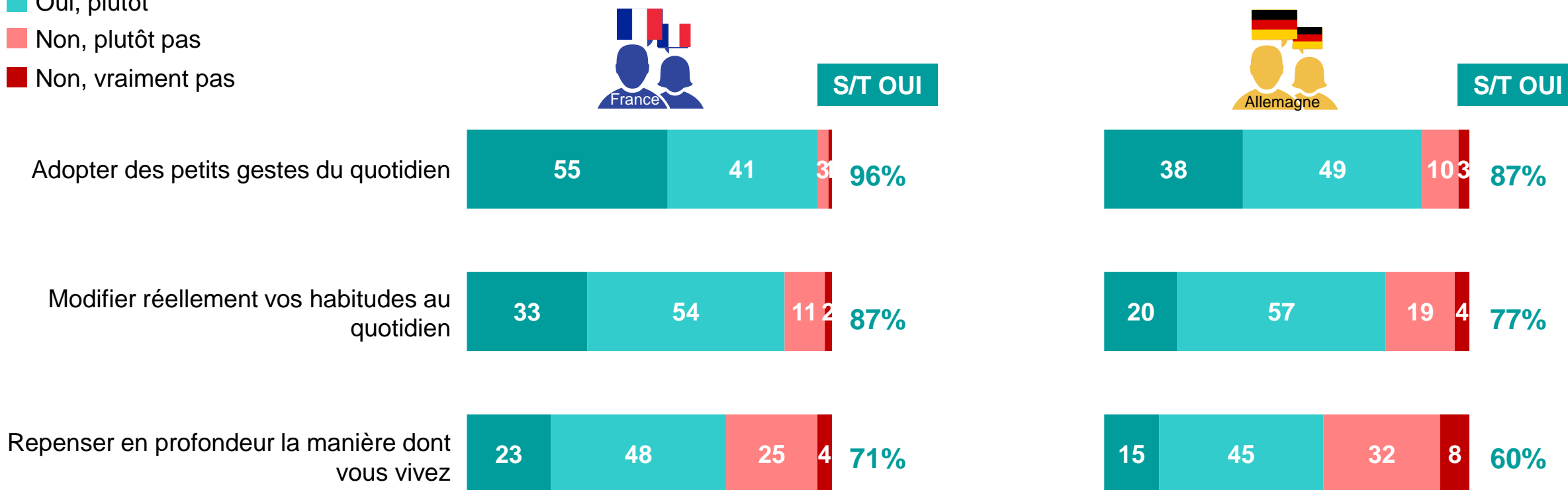
Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ». Il a été relu et validé par Federico Vacas, Directeur adjoint de département.

LES RESULTATS DE L'ETUDE

LES FRANÇAIS, TOUT COMME LES ALLEMANDS, PRÊTS À MODIFIER LEURS COMPORTEMENTS POUR RÉDUIRE LEUR IMPACT ENVIRONNEMENTAL

D'une manière générale, pour réduire votre impact environnemental, diriez-vous que vous êtes prêt à...
 (Base : ensemble des Français/Allemands)

- Oui, vraiment
- Oui, plutôt
- Non, plutôt pas
- Non, vraiment pas



DÉTAIL PAR RÉGION ET CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION EN FRANCE

D'une manière générale, pour réduire votre impact environnemental, diriez-vous que vous êtes prêt à...
 (Base : ensemble des Français/Allemands)



S/T OUI en %	Ile-de-France	Nord-Ouest	Nord-Est	Sud-Ouest	Sud-Est	Rural / Moins de 20.000 hab.	20.000 à 99.999 hab.	100.000 hab. à 199.999 hab.	200.000 hab. et plus
	Adopter des petits gestes du quotidien	96	96	97	98	97	96	97	98
Modifier réellement vos habitudes au quotidien	85	89	87	88	88	87	90	84	87
Repenser en profondeur la manière dont vous vivez	64	74	73	75	70	72	72	74	69

UN JUGEMENT DÉTAILLÉ TRÈS FAVORABLE SUR LA CONSIGNE DES EMBALLAGES DES BOISSONS POUR RECYCLAGE

*Nous allons parler de la consigne des emballages des boissons (par exemple : bouteilles en verre, en plastique, canettes, briques en carton...). Etes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? La consigne est une pratique...
(Base : ensemble des Français/Allemands)*

■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt pas d'accord
■ Plutôt d'accord ■ Pas d'accord du tout



**S/T
D'ACCORD**

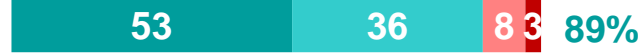


**S/T
D'ACCORD**

...efficace pour la préservation de l'environnement



...qui permettrait de réduire réellement le volume des emballages boissons (canettes, bouteilles) jetés volontairement dans la nature



...qui a déjà fait ses preuves



...sans coût pour le consommateur car il récupèrera le montant de sa consigne en rapportant l'emballage (canette ou bouteille)



...facile à mettre en place



...contraignante pour le consommateur



...peu hygiénique



...dépassée



DÉTAIL PAR RÉGION ET CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION EN FRANCE

Nous allons parler de la consigne des emballages des boissons (par exemple : bouteilles en verre, en plastique, canettes, briques en carton...).

Etes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? La consigne est une pratique...

(Base : ensemble des Français/Allemands)

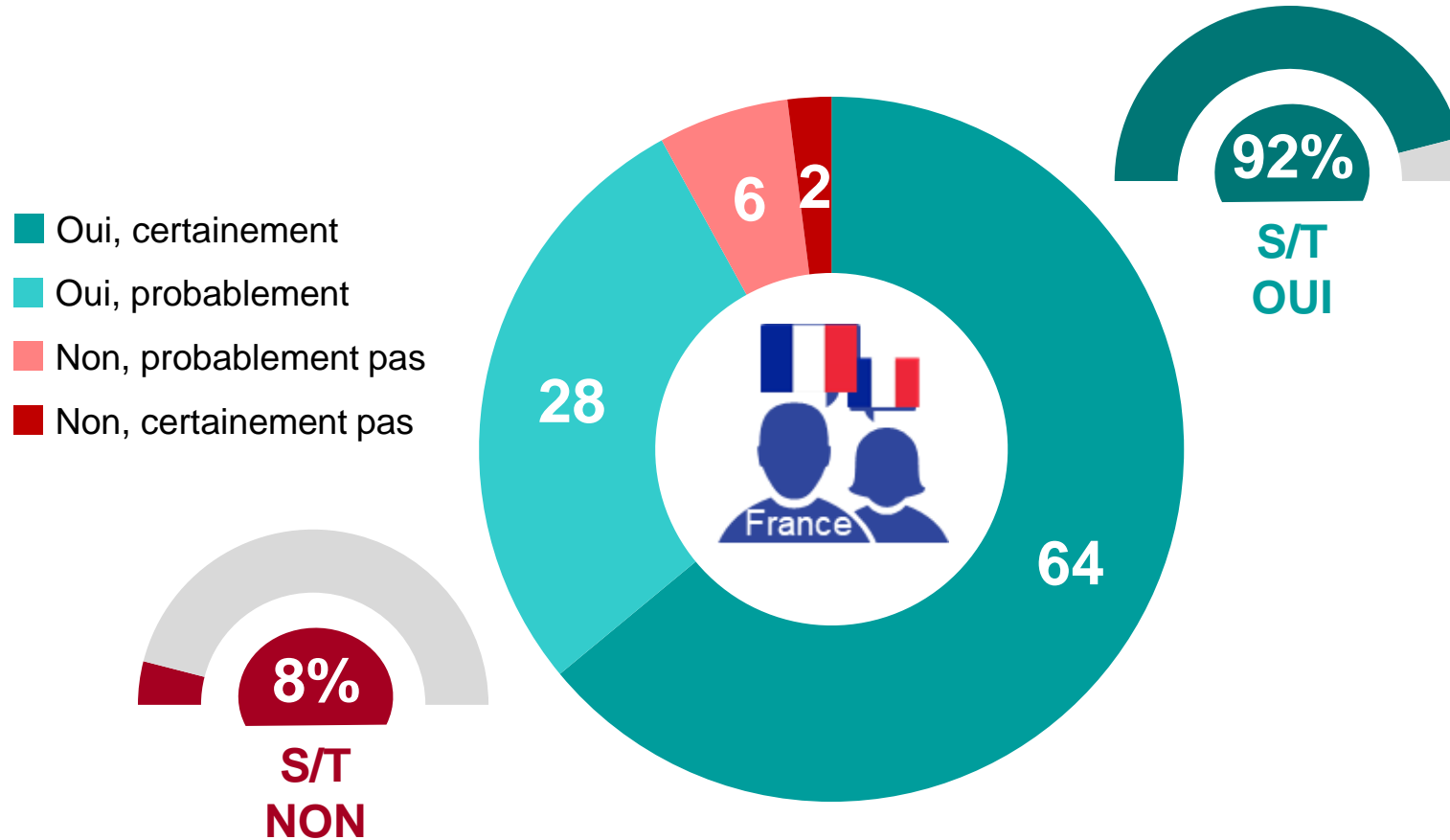


**S/T D'ACCORD
en %**

	Ile-de-France	Nord-Ouest	Nord-Est	Sud-Ouest	Sud-Est	Rural / Moins de 20.000 hab.	20.000 à 99.999 hab.	100.000 hab. à 199.999 hab.	200.000 hab. et plus
...efficace pour la préservation de l'environnement	88	92	91	89	90	90	92	96	89
...qui permettrait de réduire réellement le volume des emballages boissons (canettes, bouteilles) jetés volontairement dans la nature	87	92	92	90	86	90	91	89	89
...qui a déjà fait ses preuves	83	92	90	86	88	89	90	92	87
...sans coût pour le consommateur car il récupèrera le montant de sa consigne en rapportant l'emballage (canette ou bouteille)	82	88	87	82	84	85	86	89	84
...facile à mettre en place	69	80	78	80	77	77	81	82	74
...contraignante pour le consommateur	52	40	42	40	43	40	37	39	49
...peu hygiénique	31	23	26	25	24	25	28	24	26
...dépassée	26	19	21	19	21	21	19	24	22

UNE TRÈS LARGE MAJORITÉ DE FRANÇAIS PRÊTE A RAPPORTER SES EMBALLAGES DE BOISSONS CONSIGNÉS À DES POINTS DE COLLECTE

*Vous, personnellement, seriez-vous prêt à rapporter vos emballages de boissons consignés en magasin ou autres points de collecte (grande surface, commerce de proximité) et ainsi récupérer votre consigne ?
(Base : ensemble des Français)*

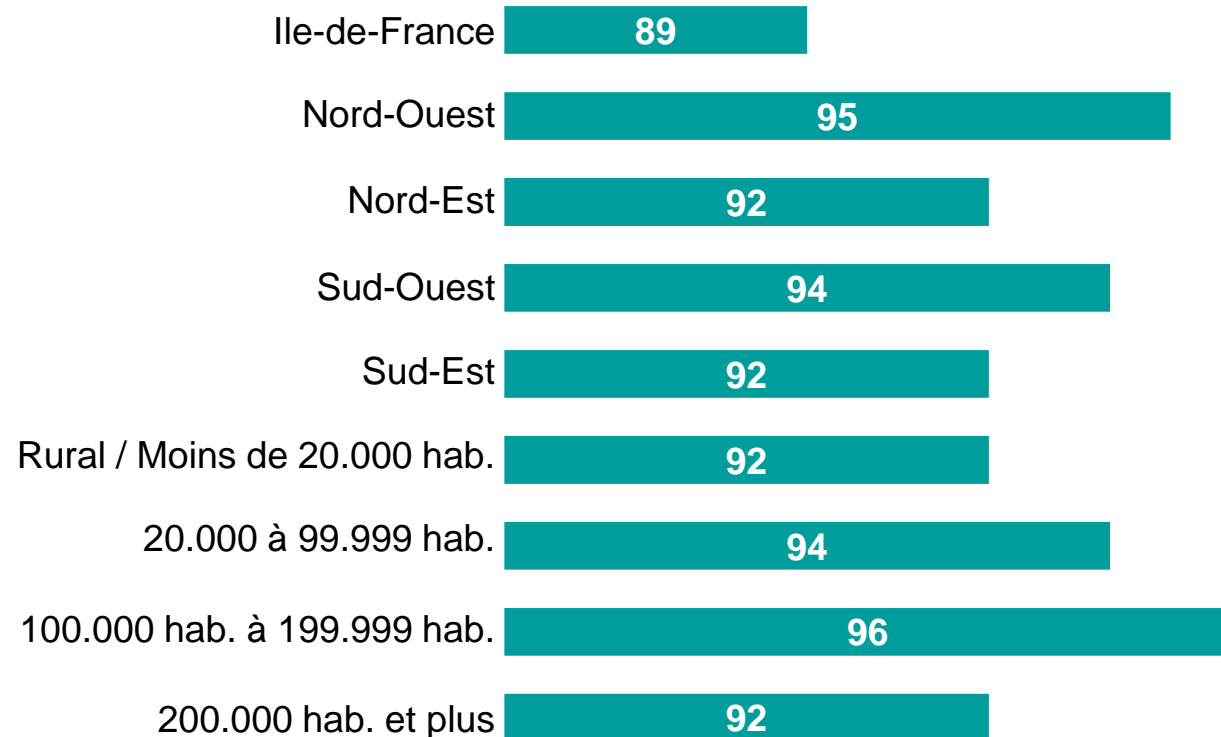


DÉTAIL PAR RÉGION ET CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION EN FRANCE

Vous, personnellement, seriez-vous prêt à rapporter vos emballages de boissons consignés en magasin ou autres points de collecte (grande surface, commerce de proximité) et ainsi récupérer votre consigne ?

(Base : ensemble des Français)

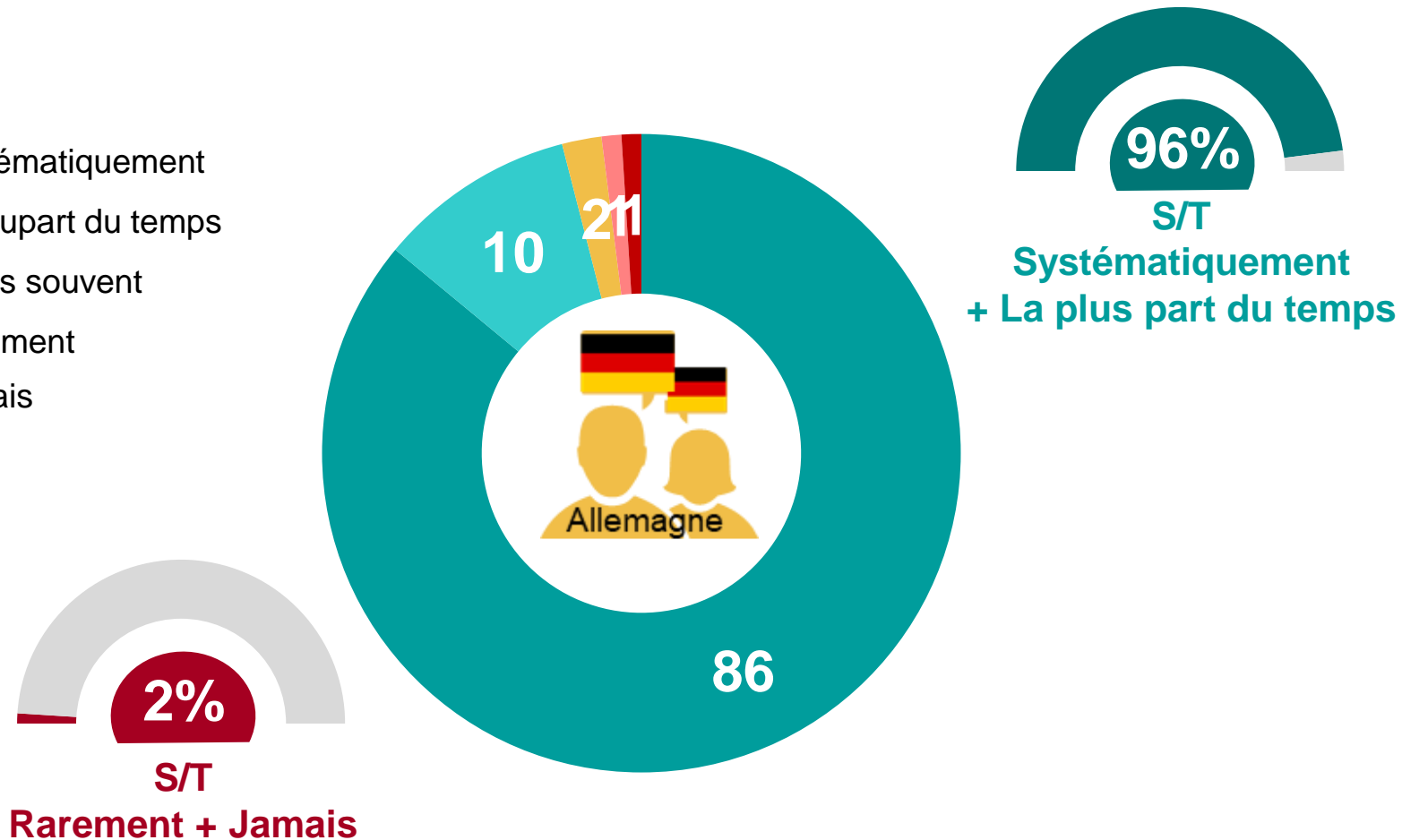
S/T OUI
en %



... CE QUI EST DÉJÀ TRÈS LARGEMENT LE CAS CHEZ LES ALLEMANDS

*Vous, personnellement, rapportez-vous vos emballages de boissons consignés en magasin ou autres points de collecte ?
(Base : ensemble des Allemands)*

- Systématiquement
- La plupart du temps
- Moins souvent
- Rarement
- Jamais



LA CONSIGNE, UNE PRATIQUE JUGÉE JUSTE CAR SANS COÛT POUR LES CONSOMMATEURS VERTUEUX

Avec laquelle de ces affirmations êtes-vous le plus en accord ?
(Base : ensemble des Français/Allemands)



La consigne est juste car elle ne coûtera rien aux consommateurs vertueux mais uniquement à ceux qui ne participent pas au système de collecte pour le recyclage



La consigne est injuste car elle va peser sur le pouvoir d'achat des [Français/Allemands] qui ne rapportent pas leurs emballages



DÉTAIL PAR RÉGION ET CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION EN FRANCE

Avec laquelle de ces affirmations êtes-vous le plus en accord ?
(Base : ensemble des Français/Allemands)

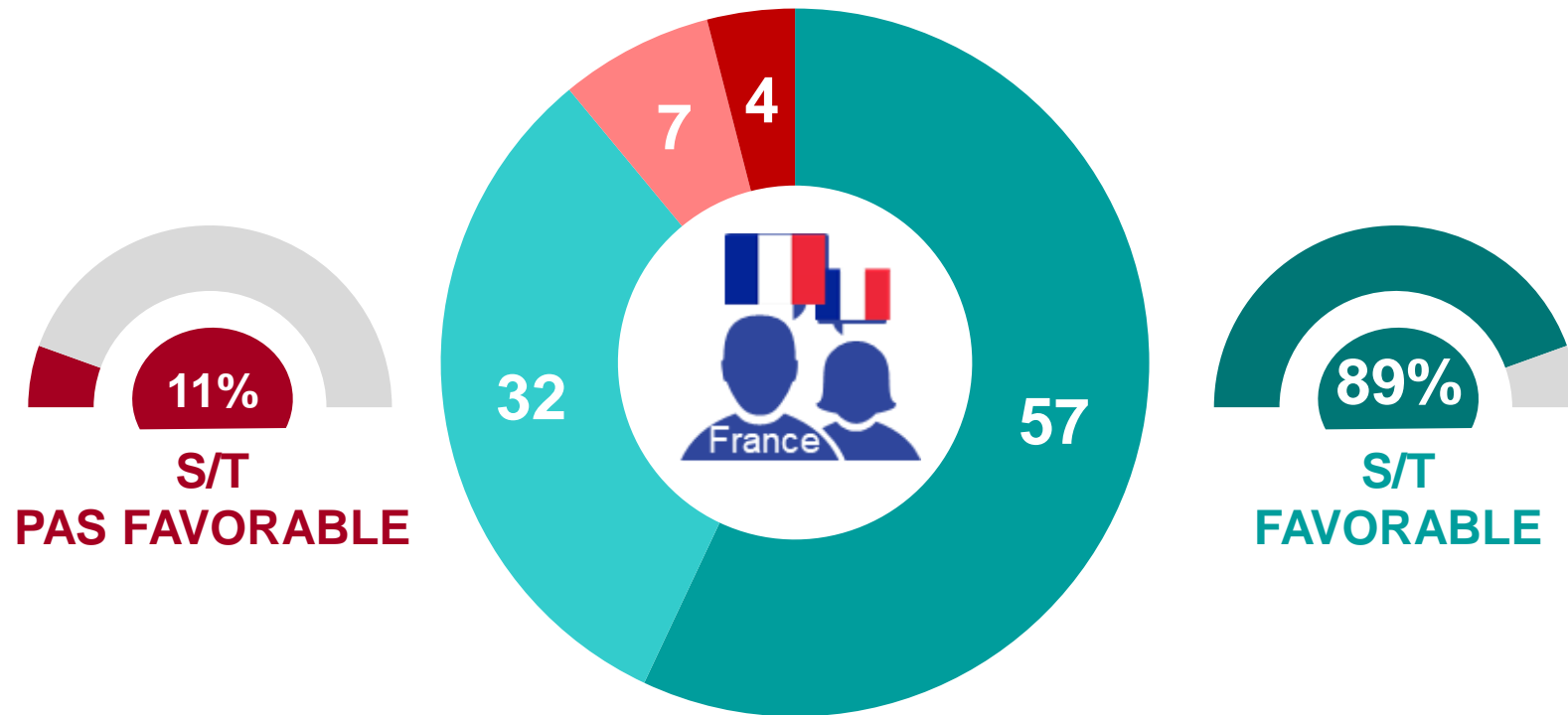


	Ile-de-France	Nord-Ouest	Nord-Est	Sud-Ouest	Sud-Est	Rural / Moins de 20.000 hab.	20.000 à 99.999 hab.	100.000 hab. à 199.999 hab.	200.000 hab. et plus
La consigne est juste car elle ne coûtera rien aux consommateurs vertueux mais uniquement à ceux qui ne participent pas au système de collecte pour le recyclage	84	91	85	88	88	86	89	85	88
La consigne est injuste car elle va peser sur le pouvoir d'achat des [Français/Allemands] qui ne rapportent pas leurs emballages	16	9	15	12	12	14	11	15	12

ENVIRON 9 FRANÇAIS SUR 10 FAVORABLES A L'INSTAURATION DE LA CONSIGNE DES EMBALLAGES DES BOISSONS POUR RECYCLAGE

*Tout compte fait, êtes-vous favorable à l'instauration de la consigne des emballages des boissons en France pour recyclage ?
(Base : ensemble des Français)*

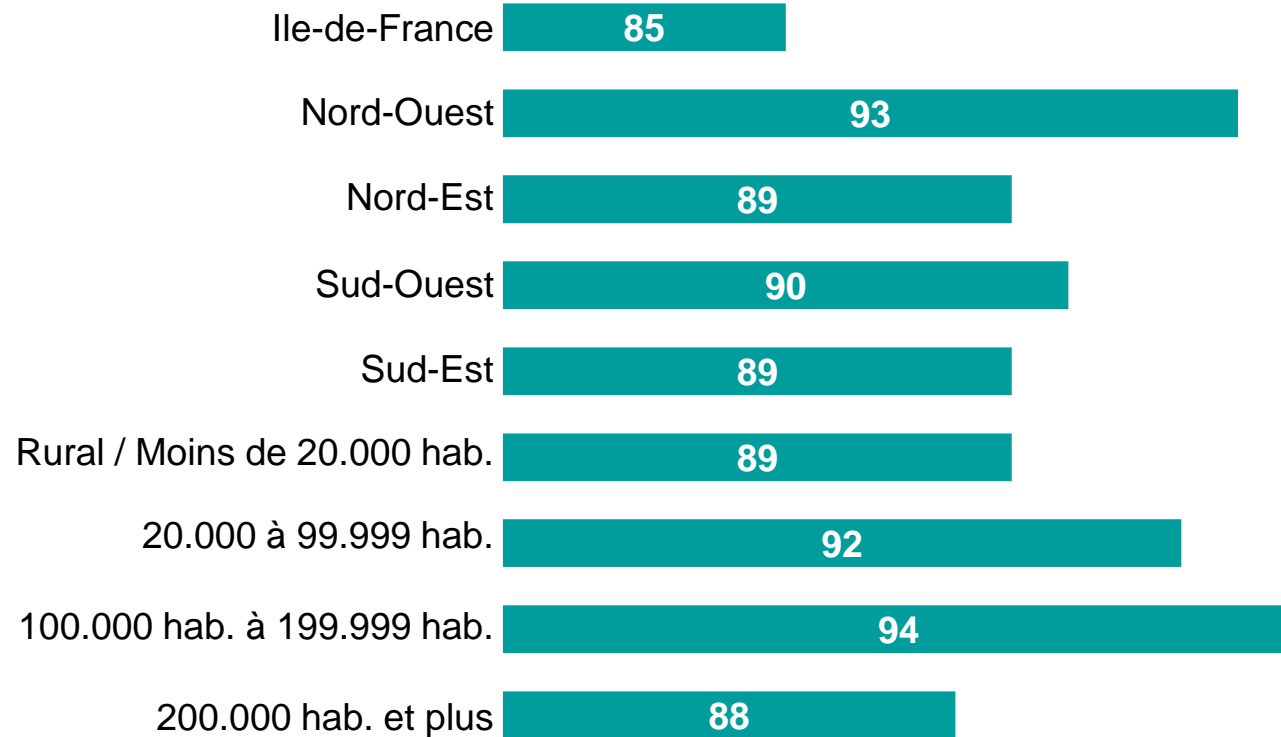
- Tout à fait favorable
- Plutôt favorable
- Plutôt pas favorable
- Pas favorable du tout



DÉTAIL PAR RÉGION ET CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION EN FRANCE

*Tout compte fait, êtes-vous favorable à l'instauration de la consigne des emballages des boissons en France pour recyclage?
(Base : ensemble des Français)*

S/T Favorable
en %



ABOUT IPSOS

Ipsos is the third largest market research company in the world, present in 90 markets and employing more than 18,000 people.

Our research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. Our 75 business solutions are based on primary data coming from our surveys, social media monitoring, and qualitative or observational techniques.

“Game Changers” – our tagline – summarises our ambition to help our 5,000 clients to navigate more easily our deeply changing world.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

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

GAME CHANGERS

In our world of rapid change, the need for reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, Markets and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder. Ultimately, success comes down to a simple truth:
You act better when you are sure.