

## Sondage OpinionWay - Perception des responsables des achats alimentaires du foyer à l'égard des emballages réemployables dans le secteur des produits laitiers frais

### Les Français volontaires, mais réticents à changer leurs habitudes

Dans le cadre de sa feuille de route 3R qui vise à réduire l'impact des emballages de produits laitiers frais, Syndifrais en partenariat avec Citeo, a missionné OpinionWay pour réaliser un sondage auprès des foyers français et identifier les leviers de développement du réemploi des emballages<sup>1</sup>. Un foyer français sur 2 serait prêt à utiliser des emballages réemployables pour les produits laitiers frais, pour des motivations environnementales. Parmi les freins à l'emploi d'emballages réemployables consignés, les personnes interrogées pointent à la fois des inquiétudes sur la sécurité sanitaire, des difficultés à stocker les emballages vides et le prix additionnel de la consigne. Par ailleurs, alors que le développement d'emballages réemployables passe nécessairement par l'adoption de grands formats pour réduire l'impact environnemental, les foyers interrogés semblent réticents à modifier leurs habitudes de consommation.

### Les produits laitiers frais, des produits du quotidien

OpinionWay a interrogé les responsables des achats des foyers français sur leurs habitudes de consommation de produits laitiers frais. On observe deux grandes tendances. D'une part les yaourts et desserts lactés qui sont consommés quasi quotidiennement (46% des foyers déclarent consommer entre 7 et 14 pots de yaourt par semaine et 47% des foyers consomment de 1 à 7 pots de dessert par semaine), et d'autre part, la crème fraîche et le fromage blanc qui relèvent plutôt d'une consommation hebdomadaire. Du point de vue des emballages, yaourts et desserts laitiers frais sont consommés majoritairement en pots individuels, alors que la crème fraîche et le fromage blanc sont achetés principalement en contenants plus importants (400g à 1kg).

### Le succès du réemploi sous conditions

Lorsqu'on aborde la question du réemploi, si **les trois quarts des répondants (74%) déclarent être prêts à rapporter des emballages usagés** pour qu'ils soient réemployés, ils ne sont qu'environ **un sur deux** à se dire prêts à utiliser des emballages réemployables consignés **pour les produits laitiers frais** (de 54% pour les consommateurs de yaourts et desserts à 61% pour le fromage blanc).

La principale motivation des foyers français pour utiliser des emballages réemployables concerne l'environnement. Les trois quarts (77%) des répondants favorables au réemploi mentionnent spontanément des **avantages écologiques** et seulement 20% des avantages économiques.

Lorsqu'ils sont interrogés sur leurs réticences à passer au réemploi pour les emballages de produits laitiers frais, les foyers français mentionnent spontanément les risques liés à l'**hygiène** (6 foyers sur 10 chez les foyers non favorables au réemploi et 4 sur 10 chez les foyers favorables). Le **stockage des emballages vides** est également un frein important (64% des personnes non favorables et 41% des personnes favorables) juste devant le **prix de la consigne** (44% pour les non favorables et 39% pour les favorables). Lorsqu'on demande aux Français ce qui les inciterait à passer aux emballages réemployables pour les produits laitiers frais, la moitié (49%) d'entre eux ne sait pas et 12% mentionnent la **notion de prix**. Dans un contexte de baisse du pouvoir d'achat, le prix est bien sûr un levier important de motivation.

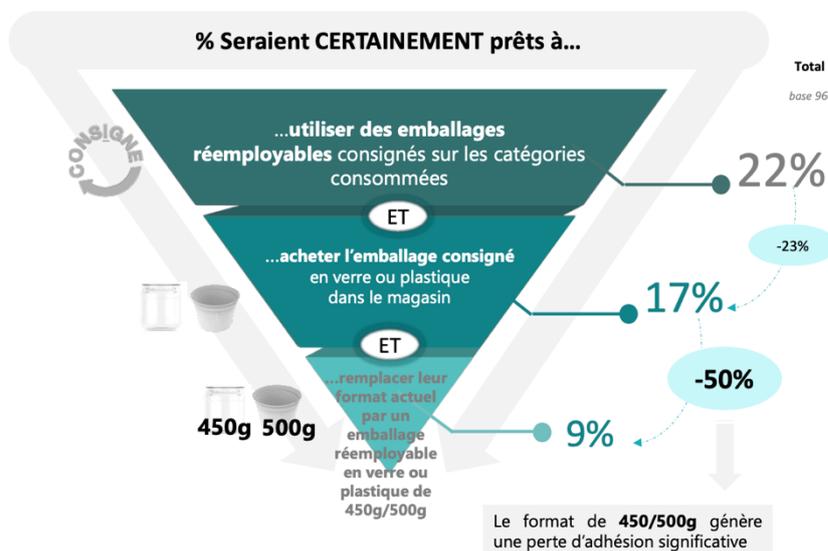
---

<sup>1</sup> Sondage OpinionWay pour Syndifrais réalisé au 11 au 19 juillet 2024 auprès de 1002 Français responsables ou co-responsables des achats alimentaires du foyer et acheteurs habituels de produits laitiers frais – Perception des responsables des achats alimentaires du foyer à l'égard des emballages réemployables dans le secteur des produits laitiers frais.

## Les Français réticents à changer leurs habitudes pour les emballages de produits laitiers frais

Aujourd'hui, les produits laitiers frais sont majoritairement consommés dans des pots en plastiques. Sur le plan du **matériau**, en ce qui concerne les emballages réemployables de produits laitiers frais, les foyers français semblent s'orienter vers des **emballages en verre** (71%), et plus marginalement vers des emballages en plastique (20%). Ce constat s'explique notamment par le fait que les emballages réemployables les plus répandus actuellement sont des bouteilles en verre.

Mais les foyers interrogés ne semblent pas prêts à modifier leurs habitudes. **Moins de 1 foyer français sur 10** serait certainement prêt à adopter un format plus grand.



« Notre enquête démontre que si un Français sur deux est prêt au réemploi d'emballages de produits laitiers frais pour des considérations environnementales, ils ont des interrogations légitimes sur le volet sanitaire mais aussi économique et pratique. La pédagogie auprès des consommateurs sera indispensable pour rassurer et faire évoluer les habitudes », déclare **Patrick Falconnier, président de Syndifrais**.

### CONTACTS PRESSE : Scopus Communication

Sylvain Camus : [sylvain.camus@scopuscommunication.fr](mailto:sylvain.camus@scopuscommunication.fr) - Port. : 06 12 16 38 60

Candide Louniangou : [candide.louniangou@scopuscommunication.fr](mailto:candide.louniangou@scopuscommunication.fr) - Port. : 07 63 85 14 46

### A propos de Syndifrais

Syndifrais est l'organisation professionnelle des fabricants de produits laitiers frais depuis 1978. Elle vise à promouvoir la catégorie et à accompagner ses adhérents sur le marché français. Elle rassemble aujourd'hui 22 entreprises, TPE, PME et multinationales, fabricants de yaourts et laits fermentés, fromages blancs et petits suisses, desserts lactés frais et crèmes fraîches. En 2023, le marché des produits laitiers frais en grande distribution représentait un chiffre d'affaires de 5,94 milliards d'euros et 1,75 millions de tonnes.

Pour en savoir plus : LinkedIn - [Syndifrais](#) et [www.syndifrais.com](http://www.syndifrais.com)

### A propos de Citeo

Citeo est une entreprise à mission créée par les entreprises du secteur de la grande consommation et de la distribution pour réduire l'impact environnemental de leurs emballages et papiers, en leur proposant des solutions de réduction, de réemploi, de tri et de recyclage. Pour répondre à l'urgence écologique et accélérer la transition vers l'économie circulaire, Citeo s'est fixé 5 engagements : réduire l'impact environnemental des produits de ses clients en ancrant l'économie circulaire et l'écoconception dans leurs pratiques et leurs stratégies ; créer les conditions pour construire les solutions d'aujourd'hui et de demain qui conjuguent performances environnementale et économique ; donner les clés aux consommateurs pour réduire l'impact environnemental de leur consommation ; co-construire et promouvoir les solutions et les positions de l'entreprise, de l'échelle locale à l'international ; cultiver l'engagement de ses collaborateurs au service de sa mission. Depuis la création de Citeo, les entreprises de la grande consommation et de la distribution ont investi plus de 14 milliards d'euros pour développer l'écoconception, pour installer et financer la collecte sélective et pour créer des filières de recyclage, avec leurs partenaires collectivités locales, filières et opérateurs. Aujourd'hui, 65,5% des emballages ménagers et 60 % des papiers sont recyclés grâce au geste de tri des Français devenu premier geste éco-citoyen.