

Paris, le 20 juillet 2026

Étude IFOP / Carton Ondulé de France

Consigne : le pouvoir d'achat, ligne rouge des Français

74 % pensent que la facture sera pour le consommateur, 85 % refusent plus de 5 € d'avance en caisse

Le premier chapitre de l'étude de Carton Ondulé de France / IFOP « Les Français face aux emballages : perceptions, pratique du réemploi et attentes vis-à-vis des politiques publiques » montre que le pouvoir d'achat constitue la principale ligne rouge. Alors que le premier bilan de l'expérimentation ReUse de CITEO¹ indique que moins d'un contenant sur quatre est retourné, cette étude éclaire le ressenti des consommateurs qui s'ils veulent bien réemployer ne veulent pas payer.

Le pouvoir d'achat reste la première préoccupation des Français, et ceux-ci en font une condition pour le réemploi des emballages. En effet, **si les Français adhèrent par principe largement à ce système (92 % se disent disposés à utiliser un emballage réemployable pour au moins une catégorie de produits), ils craignent avant tout qu'il ne se traduise par un coût supplémentaire pour les ménages et 66 % ne voient pas pourquoi remplacer le tri et le recyclage des déchets, déjà vertueux, par un nouveau système plus onéreux.**

Les principaux enseignements du baromètre Carton Ondulé de France / IFOP² sont sans ambiguïté et montrent que le principal frein à la consigne est financier :

- **74 %** des Français estiment que le coût des emballages réemployables pèsera avant tout sur le consommateur final.
- **68 %** préfèrent **un bonus financier** (remise, points fidélité ou prix plus faible) plutôt qu'un système reposant sur une avance d'argent.
- **85 %** refusent de payer plus de **5 € de consignes cumulées** lors d'un passage en caisse, dont **43%** ne souhaitent pas avancer plus de **2 €**.

Le principal frein est économique : les Français refusent les conséquences financières du réemploi

S'ils reconnaissent les possibles effets vertueux du réemploi sur le l'environnement pour 83% d'entre eux et sont prêts à faire des efforts, **près des trois quarts des Français (74%) considèrent que le coût du réemploi sera supporté par le consommateur.** 58 % estiment que ces mesures frappent d'abord les familles modestes, et 20 % ne veulent aucune consigne.

Pour Jérôme Fourquet : « Cette étude met en évidence un décalage particulièrement net entre l'adhésion de principe au réemploi et son acceptabilité concrète dans la vie quotidienne. Les Français souscrivent très largement à l'objectif environnemental et se déclarent disposés à y contribuer, mais leur volontarisme s'érode dès lors que le dispositif se traduit par un surcoût ou par des contraintes supplémentaires. Dans un contexte où le pouvoir d'achat demeure une préoccupation centrale, le passage en caisse constitue une véritable ligne rouge : les consommateurs refusent que la transition écologique se traduise par une nouvelle ponction sur leur budget, particulièrement pénalisante pour les ménages modestes et les familles. »

¹ Bilan publié par Citéo le 28 juin 2026 <https://www.citeo.com/le-mag/le-reemploi-se-deploie-dans-4-regions-francaises/>

² Étude Carton Ondulé de France / IFOP « Les Français face aux emballages : perceptions, pratique du réemploi et attentes vis-à-vis des politiques publiques » L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 3005 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération. Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 4 au 12 mai 2026.

Dans le détail, les Français sont prêts au réemploi... sous conditions

- 92 % sont prêts à utiliser un emballage réemployable pour au moins une catégorie de produits.
- Les produits ménagers (83 %), l'épicerie (80 %) et les boissons (79 %) sont les catégories les plus acceptées.
- Les produits frais restent beaucoup moins acceptés, notamment la viande et le poisson (40%).

L'étude montre que les Français ne rejettent pas le réemploi par principe, mais qu'ils en refusent les conséquences financières. Plus des deux tiers des Français (68 %) **privilégient un bonus financier sans avance d'argent** :

- **38 %** préfèrent recevoir une récompense (remise immédiate ou points fidélité).
- **30 %** privilégient un produit vendu moins cher.

La consigne, qui oblige à avancer de l'argent, n'arrive qu'en troisième position (26 %).

Une caution prélevée uniquement en cas de non-retour ne convainc que 6 %.

Le montant jugé juste de la consigne est également révélateur :

50% des Français jugent « juste » une consigne comprise entre 0,20 € et 0,50 €.

Mais le montant réellement incitatif, celui qui garantit que l'on rapporte l'emballage, s'établit à 2 € en moyenne, soit quatre à dix fois plus. Et seuls 3% jugent « juste » une consigne supérieure à 2 € : la consigne qui fonctionne est précisément celle que les Français refusent.

Enfin, le montant cumulé des consignes en caisse doit être faible : de 2 à 5 euros pour 42 % des Français, et même moins de 2 euros pour 43 % d'entre eux.

L'étude met ainsi en évidence un paradoxe : **une consigne faible est acceptable mais peu incitative ; une consigne suffisamment élevée pour garantir le fonctionnement du système risque d'être rejetée car elle pèse immédiatement sur le budget des ménages, notamment pour ceux qui ont des fins de mois difficiles.**

Les autres freins à l'acceptation de la consigne sont liés aux contraintes pratiques

Les Français se heurtent aux contraintes pratiques posées par le réemploi et la consigne, considérant pour près des deux tiers d'entre eux (62 %) qu'on met trop de pression sur les consommateurs dans la politique de réduction des déchets. En dehors du coût financier, les principaux obstacles qu'ils identifient sont l'hygiène (39 %), le stockage à domicile (30 %) et le retour des emballages (28 %). Pour rassurer les consommateurs sur les normes d'hygiène, ceux-ci attendent principalement :

- un opercule scellé (55 %) ;
- une mention de lavage conforme (50 %) ;
- une traçabilité (44 %).

Pour les Français, le **réemploi doit être simple et peu contraignant**

- 56 % n'acceptent un retour que s'il est situé à moins de cinq minutes ou assuré à domicile.
- 79 % acceptent de stocker temporairement les emballages et de les rapporter pendant leurs courses.
- En revanche, seuls 42 % se déplaceraient spécialement pour les rapporter et 31 % accepteraient de faire la queue.

Face à ces contraintes, **le tri des déchets, dont le recyclage, s'impose comme une des solutions parmi les plus efficaces pour l'environnement pour 58 % des Français, contre 15 % pour le fait d'utiliser plusieurs fois le même emballage.**

Pour Dominique Lagarde, président de Carton Ondulé de France : « Cette étude confirme que les Français sont volontaires pour prendre soin de l'environnement. Elle révèle toutefois que les politiques publiques se heurtent au "choc de la vie quotidienne", qui peut les rendre inopérantes : la ligne rouge du pouvoir d'achat d'abord, mais également les freins d'usage du réemploi. Il est donc impératif de tenir compte de ces réalités de la vie de nos concitoyens, tout comme de celles de nos industries. L'impact des emballages doit s'apprécier dans toutes ses dimensions : environnementale, économique et sociétale. Les filières de recyclage, comme celle du carton, sont performantes et efficaces pour réduire cet impact. Les efforts financiers nécessaires ont déjà été faits et les Français ont intégré la pratique du tri dans leur quotidien ».

À propos de Carton Ondulé de France

Carton Ondulé de France est l'organisation professionnelle des fabricants de carton ondulé français. Sa mission est de valoriser une filière industrielle clé, qui représente plus d'un quart du secteur de l'emballage en France et s'illustre comme un modèle d'économie circulaire : 97% de taux de recyclage et 90% d'utilisation de matière recyclée. Carton Ondulé de France accompagne ses adhérents, qui représentent plus de 70 % de la filière, en portant les valeurs d'un matériau responsable, indispensable et vecteur de services à forte valeur ajoutée pour l'économie française – en particulier le secteur transport & logistique et le commerce. La filière emploie 14955 salariés sur le territoire sur plus de 80 sites de production, et produit 2,5 millions de tonnes de carton ondulé pour un CA de 3,4 milliards d'euros (chiffres 2025).

Contact presse : Emilie Delozanne emilie.delozanne@plegma.fr - 06 30 60 87 35