



Trop épais ? Trop grand ? Trop vide ? Les consommateurs sont nombreux à avoir des choses à dire sur les emballages des produits qu'ils achètent : ils sont près de 37 % à souhaiter voir disparaître le suremballage et à vouloir des emballages avec moins de plastique*. Si les emballages ne représentent que 5 à 10% de l'impact environnemental des produits, nous pouvons progresser : moins, c'est mieux ! Et pour ce faire, les retours des consommateurs sont indispensables, car ce sont eux qui définissent les besoins et les usages en la matière, et permettent d'aider les entreprises à faire bouger les lignes.

Une plateforme en ligne pour signaler les emballages à améliorer



Avec sa plateforme « Moins c'est mieux », Citeo met à disposition des consommateurs un questionnaire en ligne, simple et rapide, pour recueillir leur avis sur les emballages qu'ils utilisent au quotidien.

Comment ça fonctionne ?

- Si un consommateur estime qu'un emballage pourrait être amélioré, il se rend [sur le site du dispositif](#) et répond au questionnaire proposé en ajoutant des photos et des détails permettant de qualifier l'anomalie constatée ;
- Les équipes Citeo recueillent ces avis et :
 - o les partagent aux entreprises concernées pour comprendre avec elles les spécificités de ces emballages ;
 - o les analysent pour identifier des solutions qui permettraient de réduire ces emballages.

Comment savoir si un emballage peut être amélioré ?

Avant toute chose, il faut bien comprendre à quoi sert un emballage, car ils ne sont jamais inutiles ! D'ailleurs, près de 73 % des Français reconnaissent une qualité / utilité aux emballages**. En effet, ils **protègent les produits qu'ils contiennent, permettent de prolonger leur durée de conservation, d'éviter leur gaspillage**, facilitent leur transport, leur stockage ou encore leur consommation. Nous en avons besoin, mais l'objectif est de trouver le « juste » emballage : celui qui coche toutes les cases.



Pour autant, certains emballages ne sont pas toujours adaptés et peuvent être améliorés. Voici quelques repères pour aider à les identifier :

1. L'emballage est trop grand ou contient du vide

Un emballage disproportionné, comprenant trop de vide par exemple, peut constituer un gâchis de matière. À noter que si ce vide est parfois utile (par exemple dans les paquets de chips, un gaz permet d'éviter qu'elles ne se cassent), l'objectif est bien de le réduire à son minimum !

2. Il y a trop d'emballages

Certains produits sont suremballés : ils comprennent trop d'éléments, comme des poupées russes avec plusieurs couches ! C'est le cas de certains paquets de biscuits par exemple, ou encore des films plastiques qui maintiennent entre eux plusieurs lots d'un même produit. Pour atténuer leur impact, il est indispensable de les réduire au minimum.

3. L'emballage dispose de fonctions inutiles

Au-delà du produit, l'emballage répond également à des obligations réglementaires et aux besoins des consommateurs : il permet d'indiquer les informations clés sur le produit (liste d'ingrédients, labels, etc.) mais également de faciliter certains usages (ajout de poignées pour faciliter le transport, ajout d'éléments pour faciliter l'ouverture, etc.). Afin d'ajuster ces fonctions, les retours des consommateurs sont indispensables !

4. L'emballage est trop lourd ou trop épais

Certains emballages peuvent être trop lourds ou trop épais par rapport aux produits qu'ils contiennent. Et le poids augmente l'impact environnemental des emballages ! Les entreprises doivent travailler à les alléger au maximum, surtout ceux conçus dans des matériaux déjà lourds, comme le verre.

En savoir plus sur la plateforme [Moins c'est mieux](#)

* *Etude Shopper, Citeo, 2022*

** [Observatoire de la consommation responsable, 2nd Edition, 2023](#)

Contact presse :

citeo@maarc.fr - Simon Dulucq, 06 10 98 55 64 / Pauline Cardé, 06 32 03 22 55

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.