

Communiqué de presse

Paris, le 29 juin 2026

Un an pour apprendre : les premiers résultats de ReUse dessinent les conditions de réussite de la consigne pour réemploi en GMS

Le 12 juin 2025, Citeo lançait ReUse, la plus vaste expérimentation collective de consigne pour réemploi jamais menée en France. Elle réunit quatre régions, 16 millions de consommateurs, et près de 400 acteurs, industriels et magasins, qui ont accepté de partager leur communication, leurs emballages, leurs infrastructures et leur logistique au sein d'une même boucle.

Un an plus tard, cette première phase livre ce qu'on attendait d'elle : des enseignements précis sur les conditions du passage à l'échelle. Les bonnes nouvelles sont là : la première année montre la pertinence d'un système mutualisé, standardisé et interopérable. Les emballages sont réemployés et les consommateurs qui font l'expérience la recommandent. Des conditions restent à remplir pour monter en puissance : élargir l'offre, renforcer la visibilité des produits, ancrer le geste de retour, fluidifier le parcours client.

C'est sur ces bases que le collectif qui a lancé ReUse engage la phase suivante et **poursuit un déploiement désormais irréversible.**

REUSE EN CHIFFRES — 12 MOIS D'EXPÉRIMENTATION

- **362 magasins actifs**, 6 enseignes partenaires, **52 marques engagées**, 169 références en rayon
- **518 000** produits vendus, sur 663 000 emballages réemployables mis sur le marché, soit 80% de produits vendus
- **Des ventes mensuelles multipliées par 13** : de 5 000 en juin 2025 à 67 000 en mai 2026
- **108 000** bouteilles retournées, soit **24 % de taux de retour moyen**, atteignant 60 % sur certains produits comme les jus bio, le lait et l'eau.
- 70% des emballages sont des emballages standardisés RCoeur, partagés entre plusieurs industriels.

12 mois et 12 enseignements : quelles leçons tirer de cette première phase d'expérimentation ?

Une coalition inédite s'est constituée : pour la première fois, des marques concurrentes ont accepté de mutualiser leurs emballages, les R-Coeur, et leurs circuits de retour au sein d'un système unique. Et **la boucle est bouclée** : les premières bouteilles rapportées par les consommateurs ont été collectées, triées, lavées puis remises en circulation pour un nouveau cycle.

En douze mois, Citeo et son écosystème de partenaires, avec le pilotage opérationnel de Go! Réemploi, ont ainsi construit et fait tourner **une chaîne complète du réemploi**, mutualisée et inter-opérable, une première à cette échelle en GMS.

4 grandes catégories se distinguent pour analyser les enseignements sur l'implémentation de la consigne pour réemploi à savoir : les consommateurs, l'offre produits, les opérations et les points de vente :

› Les consommateurs

Après un an d'expérimentation, les enseignements consommateurs confirment que la notoriété du dispositif se construit, 21% des consommateurs interrogés connaissent le dispositif avant l'entrée en magasin¹.

Lorsqu'ils vivent l'expérience, celle-ci convainc largement, avec une note moyenne de 8,6/10 et 63% d'intention d'achat ou de réachat chez les consommateurs interrogés. Le repère visuel s'ancre rapidement dans les usages : les consommateurs parlent déjà de "produits violets" ou de "consigne violette", preuve que le code couleur est désormais identifié comme un marqueur clair du dispositif en magasin.

La variété des produits et des marques est essentielle : les premiers freins à l'achat sont la capacité à voir et à trouver une grande variété de produits et de marques disponibles.

› Les magasins

En parallèle, les enseignements en points de vente montrent que la réussite repose avant tout sur la qualité d'exécution : le réseau est passé de 28 à 362 magasins en un an. Cette augmentation rapide peut entraîner des performances très variables (taux de retour de 6 % à plus de 50 % selon les produits par exemple).

En attente d'une plus grande largeur de gamme et de produits disponibles en rayon, il est clé d'améliorer la visibilité du dispositif dans les magasins, notamment via : les animations en rayon, une double implémentation des produits en tête de gondole et dans le rayon (+55 % de ventes), et un emplacement visible des machines de récupération en galerie ou dès l'entrée des magasins.

› L'offre produit

Les enseignements sur l'offre produit soulignent quant à eux la nécessité d'accélérer et de structurer la proposition : avec 52 marques engagées, 254 références au catalogue (dont 169 en rayon) et 518 000 produits vendus. La dynamique est enclenchée, mais reste contrastée : si certains magasins atteignent plus de 50 références en rayon, la moyenne est de 17,5 références sur l'ensemble des magasins.

¹ Etude IPSOS BVA, avril 2026, 1670 shoppers interrogés dans 59 magasins des 5 enseignes participantes

La visibilité des produits et leur compétitivité prix sont déterminantes : un produit bien identifié peut doubler son taux de retour (48 % vs 19 %, et jusqu'à 60% selon produits) et **capter jusqu'à 50 % des ventes** lorsqu'il est au même prix que son équivalent en usage unique.

> L'opérationnel

Enfin, les enseignements opérationnels confirment que la boucle du réemploi est désormais fonctionnelle : plus de 470 collectes réalisées, près de 50 000 emballages lavés et reconditionnés sur le marché au cours de l'été, 95 % de disponibilité des machines et un taux de casse divisé par deux (de 2,6 % à 1,3 %). Ces résultats valident la robustesse du modèle et permettent d'entrer dans une phase d'accélération.

La dynamique est lancée et les ventes s'accroissent dès que les conditions sont favorables (une offre plus large et plus visible, un prix compétitif, et un parcours consommateurs plus fluide) , mais nous restons encore loin des objectifs. *« Il y a un an, nous faisons un pari collectif : prouver que des marques concurrentes pouvaient partager une même boucle de réemploi pour les produits du quotidien vendus dans la GMS. Ce pari est gagné. ReUse fonctionne, et nous savons désormais ce qui fait la différence sur le terrain. L'enjeu, maintenant, c'est d'accélérer pour ancrer durablement ce nouveau geste dans le quotidien des Français. »*, **déclare Jean Hornain, Directeur Général de Citeo.**

La conclusion de cette première année tient en une phrase : **on ne se demande plus si le système peut fonctionner, mais comment le faire changer d'échelle.** Des axes d'amélioration existent – c'est tout l'enjeu de cette phase d'apprentissage – et ils nourrissent aujourd'hui un plan d'action pour accélérer.

2026-2027 : Amplifier le dispositif pour préparer le déploiement national

Forte de ces enseignements, l'expérimentation entre dans une nouvelle phase dans les 4 régions, **avec une offre élargie grâce notamment à l'arrivée de 7 nouvelles références d'emballages standardisés R-Coeur dont des bocaux, plus de magasins et de drives, et une animation terrain renforcée.** En parallèle, Citeo engage dès l'été 2026 une **concertation avec l'ensemble de l'écosystème** (industriels, distributeurs, opérateurs et pouvoirs publics) pour fixer les conditions du déploiement national, du modèle économique au schéma logistique jusqu'à la trajectoire de montée en puissance. La priorité est claire : garantir, sur le court et le long terme, un dispositif compétitif pour les metteurs en marché et attractif pour les consommateurs pour permettre d'ancrer les emballages réemployables et le geste de retour dans notre quotidien.

Dès 2026, une nouvelle étape s'ouvre avec la convergence progressive des différentes boucles de réemploi volontaires. Elle se traduira notamment par la mise à disposition d'emballages standardisés R-cœur, selon des conditions communes de consignation et de lavage, afin de favoriser le passage à l'échelle et l'interopérabilité du dispositif.

Ce passage à l'échelle s'inscrit dans le contexte du règlement européen sur les emballages (PPWR) sur le réemploi et le recyclage. Les annonces récentes sur la consigne pour recyclage renforcent cette dynamique : pour le consommateur, c'est un même geste de retour, et **les deux dispositifs se renforcent mutuellement.**

Pour retrouver l'ensemble des magasins participants, cliquez ici : <https://www.reflexe-gagnant-reemploi.fr/#carte>

Pour connaître l'ensemble des marques partenaires et des références disponibles, cliquez ici : <https://go-reemploi.fr/catalogue-reuse>

À propos de Citeo

Depuis 1992, Citeo est l'éco-organisme agréé pour la mise en œuvre de la Responsabilité Élargie du Producteur (REP) pour les emballages ménagers et les papiers graphiques.

Entreprise à mission depuis 2020, Citeo conçoit et déploie des solutions concrètes et innovantes pour favoriser la réduction, le réemploi et le recyclage des emballages ménagers pour près de 100 000 entreprises-partenaires de la grande consommation et de la distribution.

Citeo travaille étroitement avec les acteurs de la filière, pour développer l'éco-conception, financer la collecte sélective, structurer des filières de recyclage, et encourager les gestes écocitoyens. Il mobilise son écosystème - entreprises, collectivités et citoyens - pour construire et déployer des solutions qui conjuguent performance environnementale et performance économique. Ces efforts permettent aujourd'hui de recycler 70 % des emballages ménagers et des papiers. L'ambition de Citeo est claire : accélérer la transformation vers des emballages réduits et 100 % circulaires.

Contacts presse

Marie Moirand – citeo@havas.com – 06 07 03 60 74

Inès Descamps – citeo@havas.com – 07 86 18 65 93