

“opinionway

pour



Les Français et l'usage des bouteilles en plastique

Mai 2024



ESOMAR²⁴
Corporate



“

La méthodologie



“

La méthodologie



Echantillon de **1 039 personnes, représentatif de la population française** âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 29 au 30 avril 2024**.
Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour Zéro Waste France et No Plastic In my Sea »
et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil de l'échantillon



“

Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18-24 ans	10%
	25-34 ans	15%
	35-49 ans	24%
	50-64 ans	24%
	65 ans et plus	27%



	Région	%
	Ile-de-France	19%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	11%
	Sud-est	25%



	Activité professionnelle	%
	Agriculteurs	1%
Catégories socioprofessionnelles supérieures		29%
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	4%
	Professions libérales / Cadres	10%
	Professions intermédiaires	15%
Catégories populaires		29%
	Employés	17%
	Ouvriers	12%
	Inactifs	41%
	Retraités	28%
	Autres inactifs	13%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	21%
	De 2000 à 19 999 habitants	18%
	De 20 000 à 99 999 habitants	14%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	17%

“

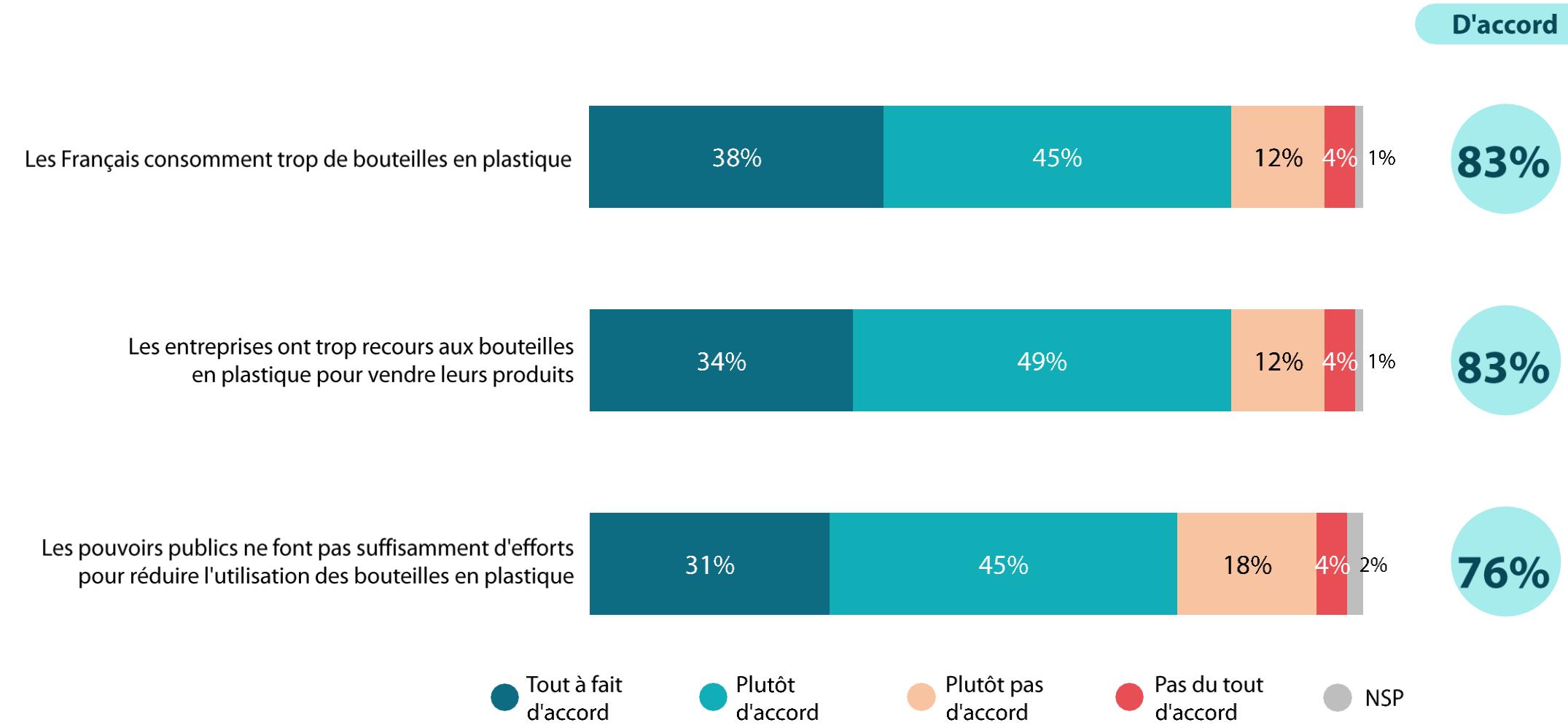
Les résultats



“ L'opinion concernant l'utilisation des bouteilles en plastique



Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes concernant l'utilisation actuelle des bouteilles en plastique dans notre société ?



“ L'opinion concernant l'utilisation des bouteilles en plastique



Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes concernant l'utilisation actuelle des bouteilles en plastique dans notre société ?

	% D'accord	Sexe		Age						Statut		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	
Les Français consomment trop de bouteilles en plastique	83%	83%	83%	87%	81%	83%	83%	83%	85%	81%	82%	
Les entreprises ont trop recours aux bouteilles en plastique pour vendre leurs produits	83%	83%	83%	86%	76%	84%	85%	84%	84%	83%	84%	
Les pouvoirs publics ne font pas suffisamment d'efforts pour réduire l'utilisation des bouteilles en plastique	76%	75%	78%	78%	79%	80%	73%	75%	80%	77%	74%	

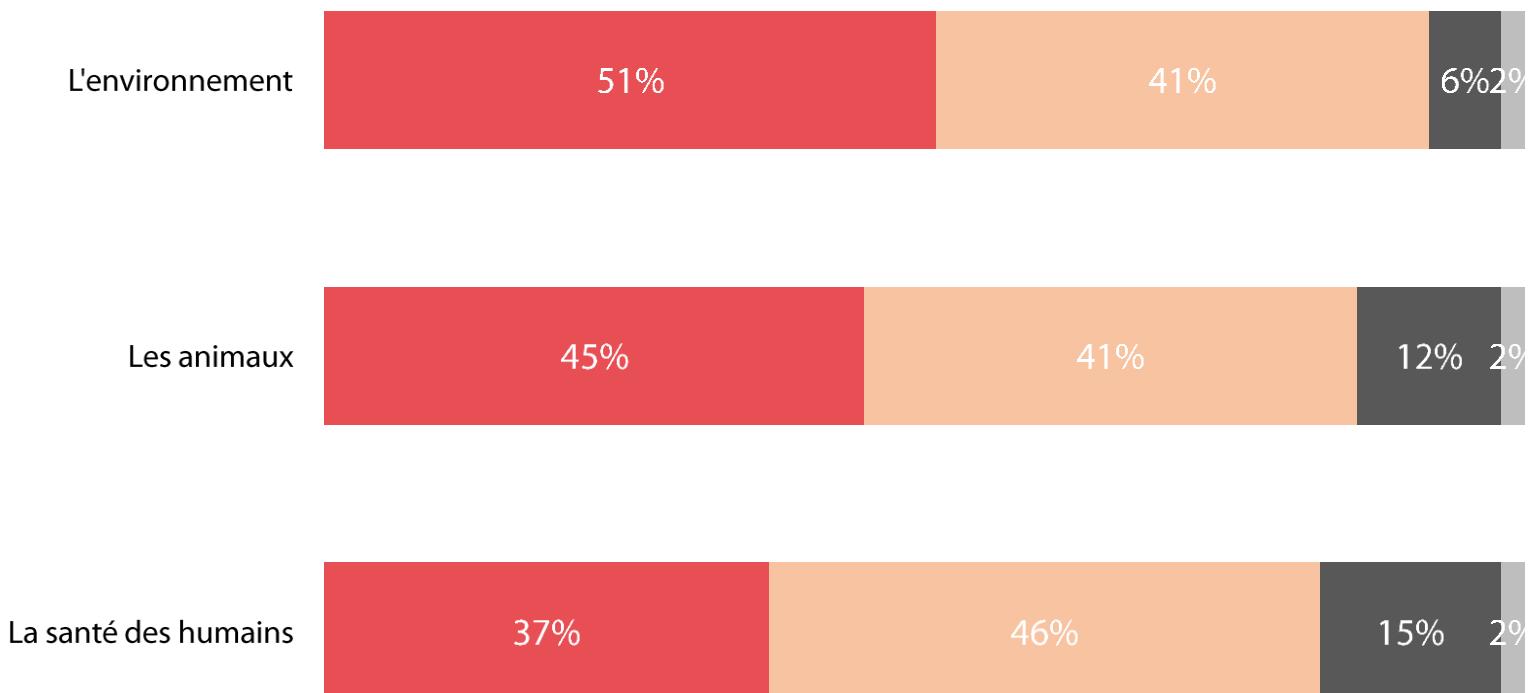


“ La perception de l’impact des bouteilles en plastique



Q. Diriez-vous que les bouteilles en plastique ont un impact négatif ou aucun impact sur ... ?

Un impact négatif



92%

86%

83%

● Un impact très négatif

● Un impact plutôt négatif

● Aucun impact

● NSP



“ La perception de l’impact des bouteilles en plastique



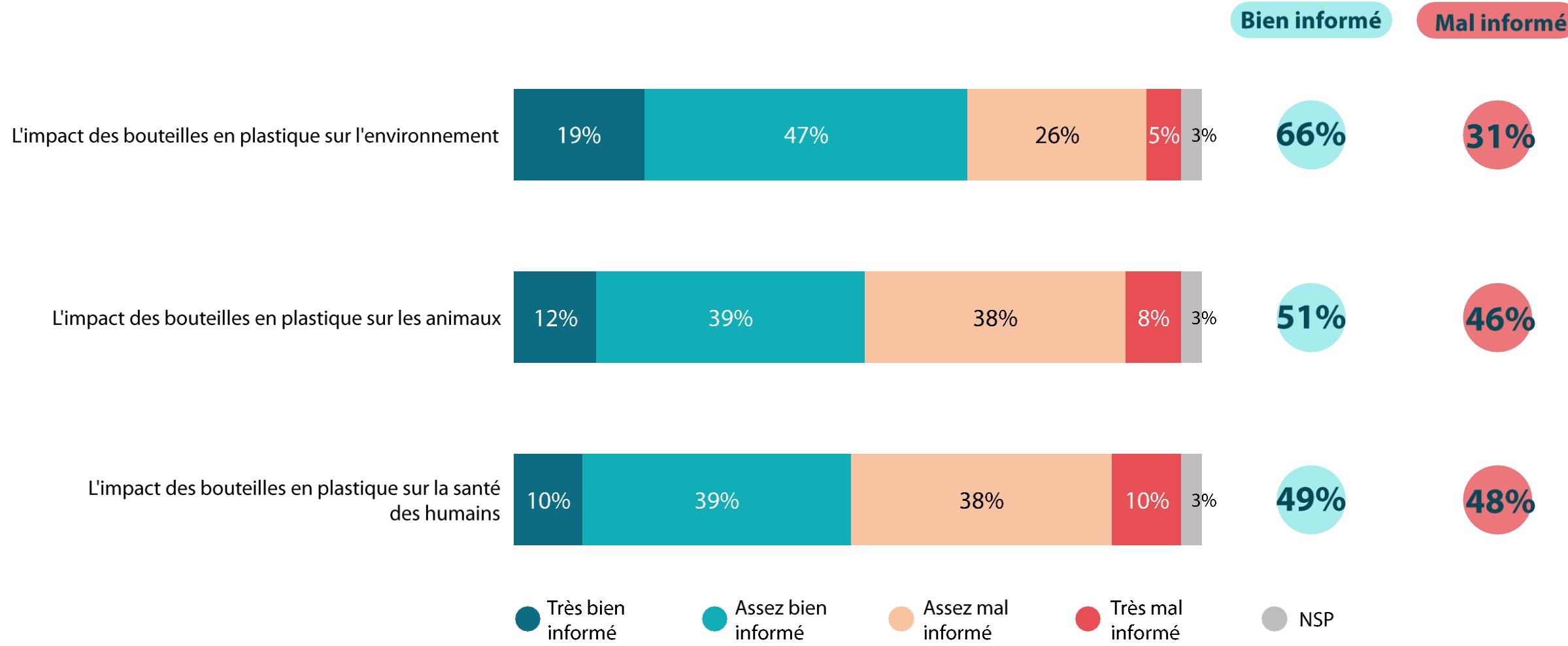
Q. Diriez-vous que les bouteilles en plastique ont un impact négatif ou aucun impact sur ... ?

	% Négatif	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
L'environnement	92%	93%	92%	92%	89%	92%	92%	95%	91%	90%	95%
Les animaux	86%	90%	84%	86%	86%	88%	86%	87%	89%	84%	87%
La santé des humains	83%	84%	83%	87%	81%	86%	80%	83%	85%	81%	84%

“ Le sentiment d’information sur l’impact des bouteilles en plastique



Q. Diriez-vous que vous êtes bien ou mal informé sur l’impact des bouteilles en plastique dans chacun des domaines suivants ?



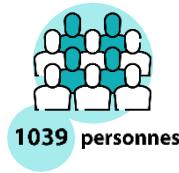
“ Le sentiment d’information sur l’impact des bouteilles en plastique



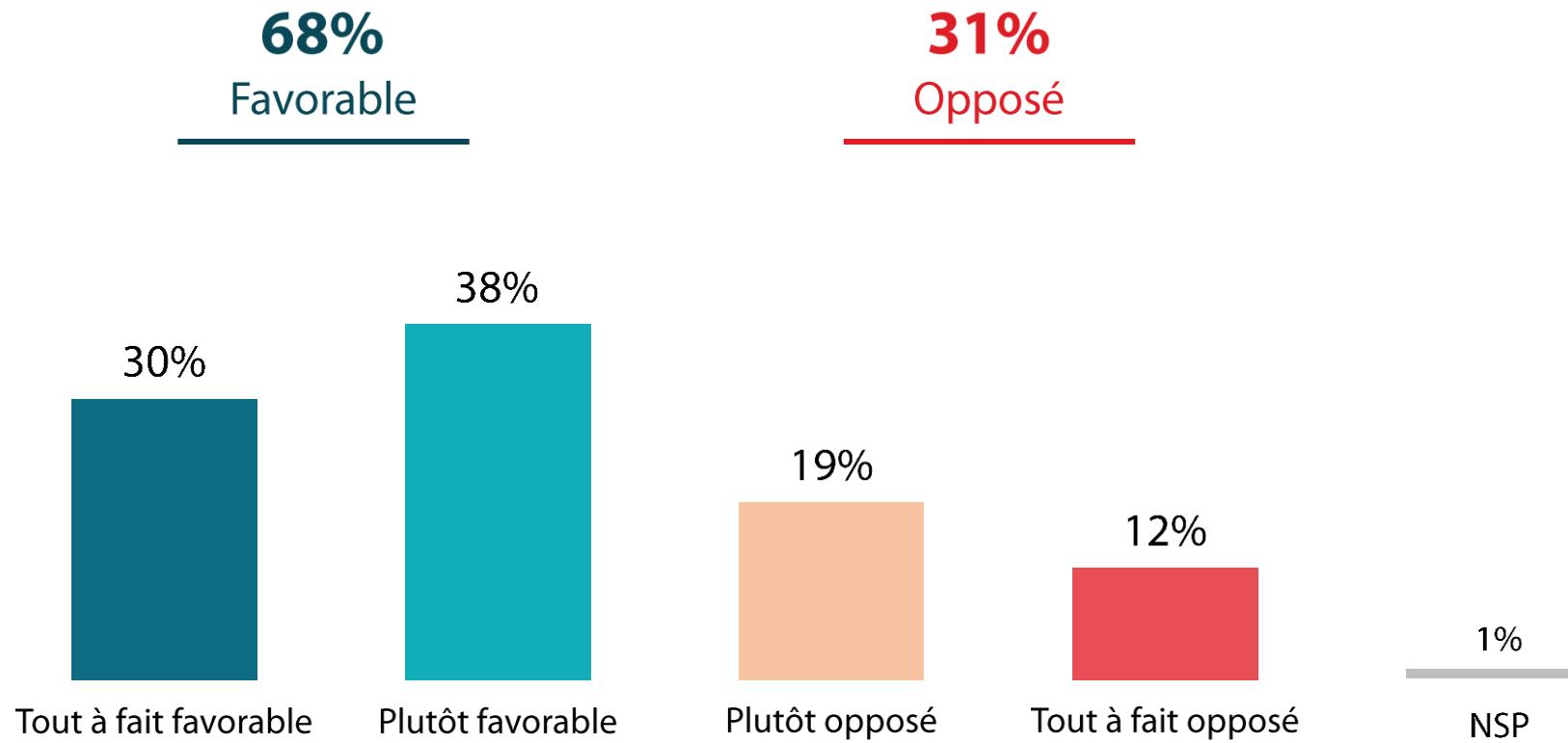
Q. Diriez-vous que vous êtes bien ou mal informé sur l’impact des bouteilles en plastique dans chacun des domaines suivants ?

	% Bien informé	Sexe		Age						Statut		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	
L’impact des bouteilles en plastique sur l’environnement	66%	68%	65%	64%	59%	62%	70%	71%	65%	66%	68%	
L’impact des bouteilles en plastique sur les animaux	51%	52%	50%	58%	48%	48%	51%	54%	49%	53%	51%	
L’impact des bouteilles en plastique sur la santé des humains	49%	48%	50%	53%	51%	47%	48%	52%	48%	48%	52%	

“L’adhésion à l’interdiction des bouteilles en plastique de petit format



Q. Vous personnellement, êtes-vous favorable ou opposé à l’interdiction des bouteilles en plastique de petit format (moins de 50cl) ?



“ L'adhésion à l'interdiction des bouteilles en plastique de petit format



Q. Vous personnellement, êtes-vous favorable ou opposé à l'interdiction des bouteilles en plastique de petit format (moins de 50cl) ?

	% Total	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Favorable	68%	72%	63%	64%	66%	64%	66%	76%	66%	65%	71%
...Tout à fait favorable	30%	30%	29%	25%	24%	31%	33%	31%	31%	28%	30%
...Plutôt favorable	38%	42%	34%	39%	42%	33%	33%	45%	35%	37%	41%
Sous-total Opposé	31%	27%	36%	36%	33%	36%	33%	23%	33%	34%	28%
...Plutôt opposé	19%	15%	23%	18%	20%	22%	20%	15%	19%	23%	17%
...Tout à fait opposé	12%	12%	13%	18%	13%	14%	13%	8%	14%	11%	11%



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

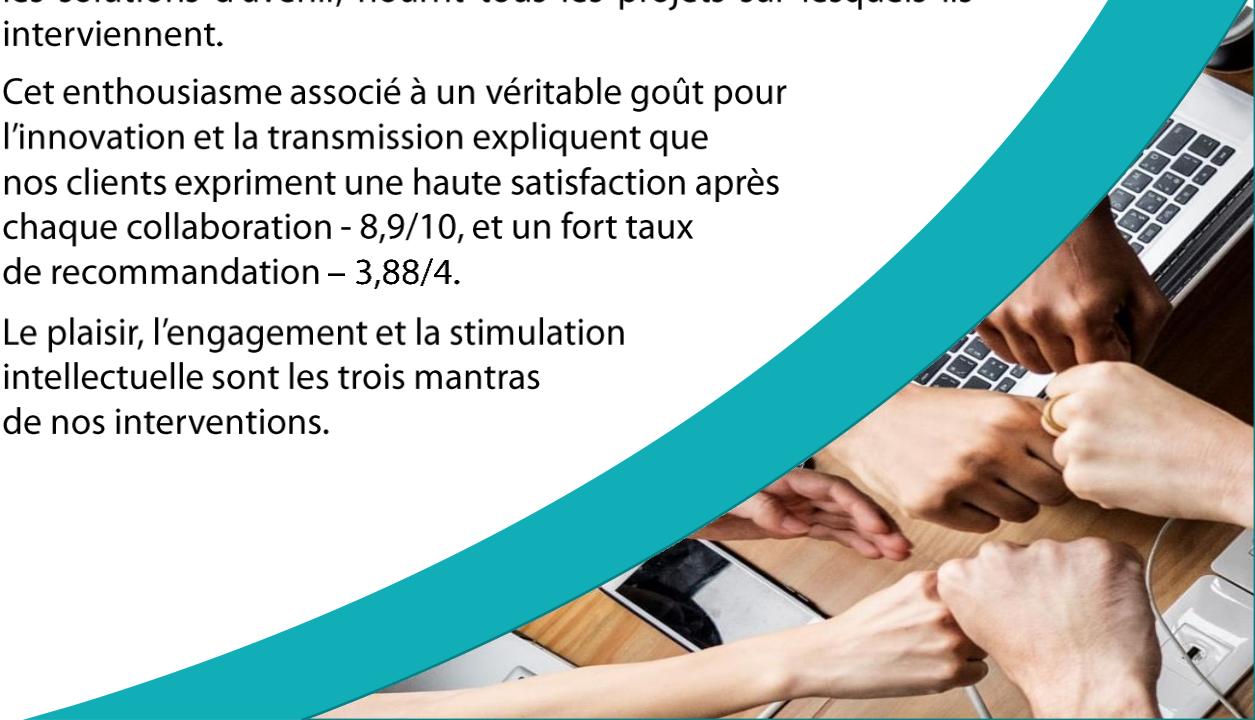
Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boite mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“opinionway

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Votre contact