



La Boîte
Boisson
Metal Packaging Europe



OBSERVATORY OF BEVERAGE PACKAGING AND THE ACT OF SORTING

MULTI-COUNTRY

- CONTACTS :

- Aurélie MOHARCIC – Chief Consulting Officer of the Retail, FMCG, Leisure department
- Valérie WOLFF – Consulting Director
- Pauline HOMMET – Insight Analyst
- Van Ha PHUNG – Senior Data Analyst

OBJECTIVES

- ▶ **To assess the perception of the can compared to other beverage packaging** in terms of sustainability and environmental friendliness
- ▶ **To identify the awareness of citizens to the act of sorting and their progress** from an environmental point of view
- ▶ **To evaluate consumption behaviour with regard to beverage packaging, with a focus on out-of-home consumption** (consumption on the move and sorting behaviour outside the home)
- ▶ **To evaluate the perception of the implementation of the deposit** in terms of convenience, intention to consume, recycle, return
- ▶ **To identify the "acceptable" price of the deposit according to the size of the container**, in order to maintain consumption while encouraging the recycling and return of the container
- ▶ And to **observe the results** in different European countries in **comparison**



METHODOLOGY



QUESTIONNAIRE

Online questionnaire

Duration :
FRANCE & SPAIN : 20 minutes
ITALY : 15 minutes

Observatory carried out since 2010 for France.
Significant differences shown in this report between each wave are ONLY for the comparable waves, in terms of targets and question wording



DATA COLLECTION

18 » 30
Oct. 2022 Oct. 2022

FRANCE : 18 Oct. → 29 Oct.
SPAIN : 18 Oct. → 30 Oct.
ITALY : 18 Oct. → 28 Oct.



TARGET

A representative sample of 3 008 respondents, aged 18 years of age and over, based on national representative quotas (gender, age, occupation, region).
Weightings were applied to the data collected to be representative of the targeted population.

 **FRANCE** 1 004 respondents

 **SPAIN** 1 001 respondents

 **ITALY** 1 003 respondents

Si les Français consomment moins de boissons que les autres pays testés, ces chiffres sont en progression

DRINKS CONSUMED



n=1004

Consumer of...

Water

(still water in bottles, flavoured waters, gaseous waters)

88%

Soft Drinks

(carbonated/ non-carbonated soft drinks, milk drinks, fruit juices, energy drinks)

85%

67% fruit juices ↑ 61%

63% carbonated ones

45% non-carbonated ones

Les Français consomment de plus en plus de jus (aussi energy drinks)

NET Beers / Cider

72%

64% NET Beers ↑ 59%

35% Cider

Les Français consomment de plus en plus de bières

Average number of drinks consumed

5,8 ↑ 5,4

Une consommation générale en progression

↑ ↓ France's score up / down significantly vs 2020

XX% XX%

Score significantly higher/ lower compared to the other countries

Q1. Now let's talk about your beverage consumption in general.
Which of the following beverages have you consumed in the past 6 months?

Dans tous les pays testés, la bouteille plastique reste l'emballage le plus consommé. Mais c'est la canette qui progresse le mieux en France

FREQUENCY OF CONSUMPTION

WEEKLY CONSUMPTION

At least once a week

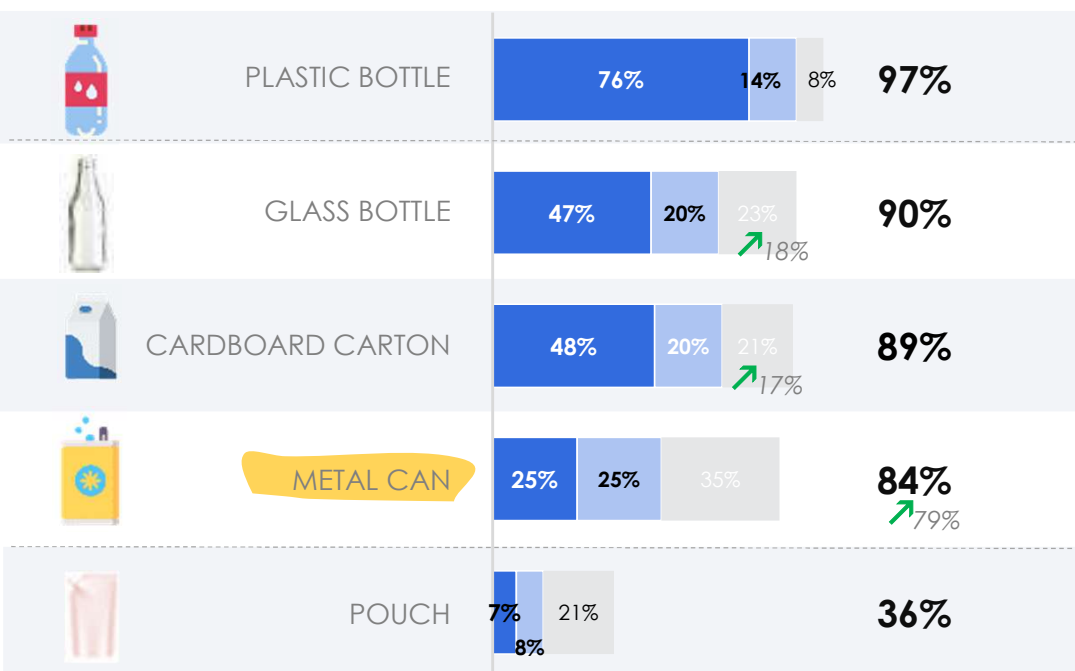
Between 1 and 3 time a month

Less often



n=1004

NET CONSUMPTION



+ 5% de consommation nette VS 2020, au global mieux que tout autre emballage de boisson



Q4. How often do you consume the following beverage containers/packages (whether at home or out-of-home) ?

↗ ↘ France's score up / down significantly vs 2020

Si la canette est l'emballage nomade par excellence, sa consommation à la maison reste majeure

HOME / OUTSIDE CONSUMPTION



AT HOME OUTSIDE HOME



n=1004



n=1004



PLASTIC BOTTLE

95%

66%



GLASS BOTTLE

87%

55%



CARDBOARD CARTON

87%

29%



METAL CAN

79%

57%

↑73%



POUCH

32%

18%

Sa progression se fait d'ailleurs essentiellement à domicile



Q4. How often do you consume the following beverage containers/packages (whether at home or out-of-home) ? / Q5 Do you ever consume any of the following beverage containers/packages outside your home ?
Q6 Where do you consume these different beverage containers/packages outside of your home ?

↗ ↘ France's score up / down significantly vs 2020

Dans la consommation hors domicile, même les restaurants et les cafés plébiscitent de plus en plus la canette !

OUT-OF-HOME CONSUMPTION



REMINDER
CONSUMPTION
OUTSIDE HOME
n=1004



LOCATIONS
OF OOH CONSUMPTION
(TOP 3)

Basis : OOH consumers
for each container

	PLASTIC BOTTLE	66%	n=664	58%	OOH meal/ sandwich
				38%	Workplace 51%
				34%	Railway station, airport 43%
	GLASS BOTTLE	55%	n=556	76%	Cafe, restaurant
	Except CHR = 30%			21%	OOH meal/ sandwich
	CARDBOARD CARTON	29%	n=287	17%	Workplace
				50%	OOH meal/ sandwich
	METAL CAN	57%	n=572	20%	Workplace
	Except CHR = 51%			15%	Public place
				51%	OOH meal/ sandwich 29%
				40%	Cafe, restaurant
	POUCH	18%	n=166	28%	Public place
				46%	OOH meal/ sandwich
				22%	Workplace
				21%	Public place

La bouteille plastique est de plus en plus délaissée en consommation ambulatoire

+ 11% de consommation de canettes en CHR VS 2020



Q5 Do you ever consume any of the following beverage containers/packages outside your home ?
Q6 Where do you consume these different beverage containers/packages outside of your home ?

XX% XX%

France's score up / down significantly
Score significantly higher/ lower compared to the other countries

Malheureusement comme au domicile, la canette souffre d'un moins bon geste de tri en hors foyers versus les autres emballages de boisson

OUTSIDE SORTING

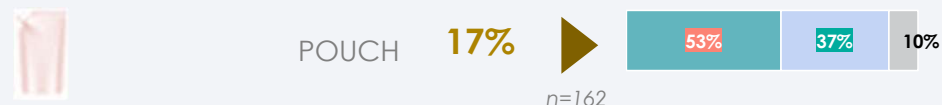
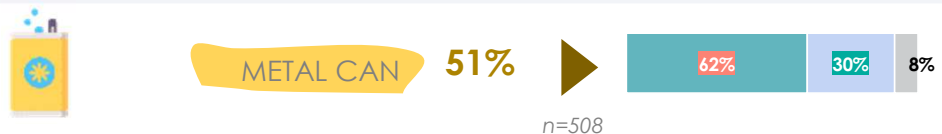
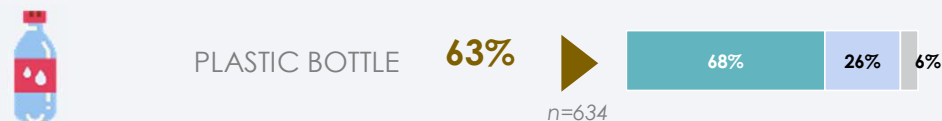
- In the sorting garbage can adapted to the container
- In a street garbage can (for all waste)
- Don't pay attention



OUTSIDE SORTING



Basis : OOH consumers for each container



En hors-foyers, 62% souhaitent jeter la canette dans une poubelle de tri VS 76%-73% pour la bouteille verre et la brique



Q6 Where do you consume these different beverage containers/packages outside of your home ?
Q6b You reported consuming these various beverage containers/packages outside of your home.
Where do you dispose of them after use?

  **France's score** up / down significantly vs 2020



Canette :

Conso / Tri

De plus en plus de Français consomment des canettes, surtout à la maison ou lors de leurs repas en extérieur. Cependant le geste de tri pour la canette (pourtant recyclable à l'infini) reste en deçà des autres emballages



n=1004

84%  79%

Among consumers n=848



94%  79%
73%



67%  57%

51%

OOH meal/
sandwich



29%

40% Cafe, restaurant

29%

Public places

Among consumers



60%  51%

Basis : Home consumers
n=798

OOH consumers (no CHR)
n=508

87%  VS ~90% for others

62%  VS ~72% for others

Désormais **8,5 Français sur 10** consomment des canettes
(meilleure progression VS autres emballages boisson)

De plus en plus à la maisons + **6%** ...

... et leurs des repas à l'extérieur (CHR) + **11%**

**Mais un tri moins systématique que pour les autres
emballages boisson, surtout en hors-domicile**

En résumé

**La canette de plus en plus plébiscitée en France :
8,5 Français sur 10 en consomment**

Points d'attention

Plus forte progression de conso vs. 2020 (+5pts)...

... surtout en consommation à la maison.

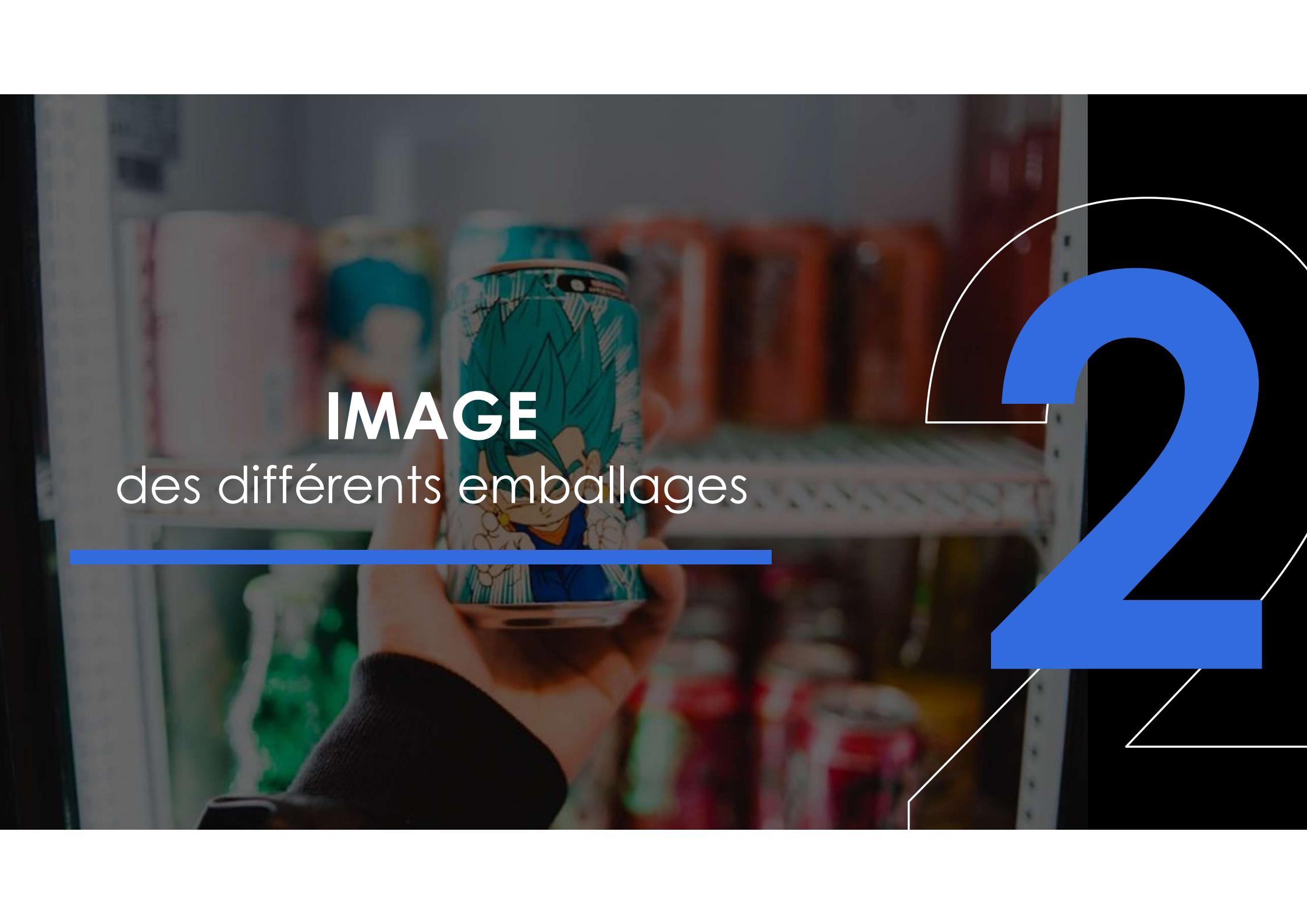
**Fort développement de la conso de canettes lors des
repas à l'extérieur également**

→ Cafés, hotels, restaurants

**Les bouteilles plastique restent l'emballage
boisson le plus consommé par les Français**

**Une pratique du tri moins généralisée en
extérieur**

→ Surtout pour la canette...

A hand is holding a can of Dragon Ball Z Super Saiyan Goku energy drink. The can is blue and green with a detailed illustration of Super Saiyan Goku. The background shows a store aisle with shelves of other products, slightly blurred. The text "IMAGE des différents emballages" is overlaid on the left side of the image.

IMAGE

des différents emballages

2

La bouteille verre reste l'emballage préféré des Français. Mais c'est la canette qui voit son image globale le mieux progresser, elle passe désormais devant la bouteille plastique

OVERALL IMAGE OF CONTAINERS



n=1004

Notes 0-5 6-7 8-10 /10



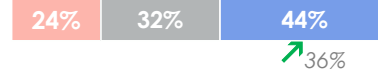
GLASS BOTTLE



8.3



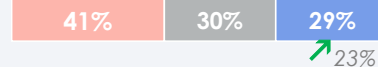
CARDBOARD CARTON



6.9 6,4



METAL CAN



5.9 5,2



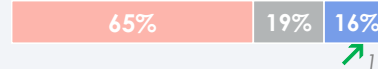
PLASTIC BOTTLE



5.5 5,1



POUCH



4.6 3,9

+0,7 pts de moyenne = meilleure progression VS 2020

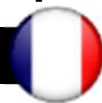
La tendance entamée depuis plusieurs années se confirme et la canette a désormais une meilleure image que la bouteille PET

Q7 On a scale from 0 to 10, please state what image you have of the various beverage containers listed below ?

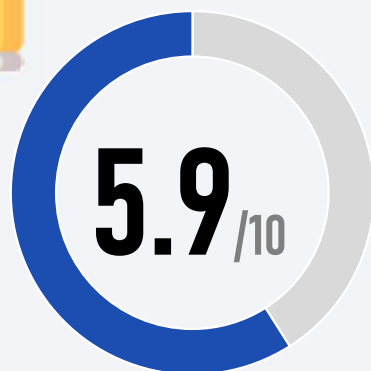
France's score up / down significantly vs 2020

Cette progression d'image se retrouve chez tous les âges.
Les consommateurs plus jeunes apprécient toujours d'avantage la canette

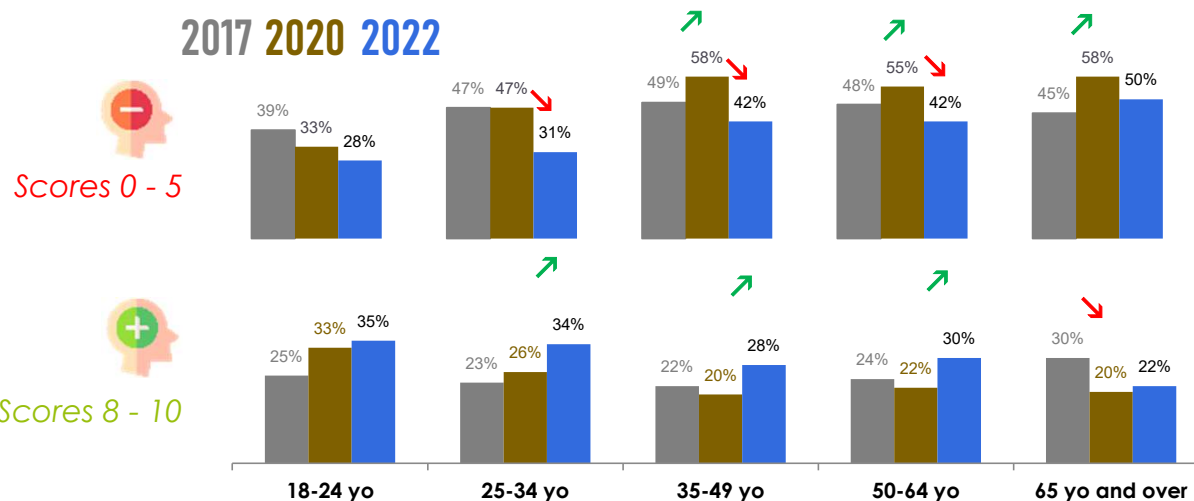
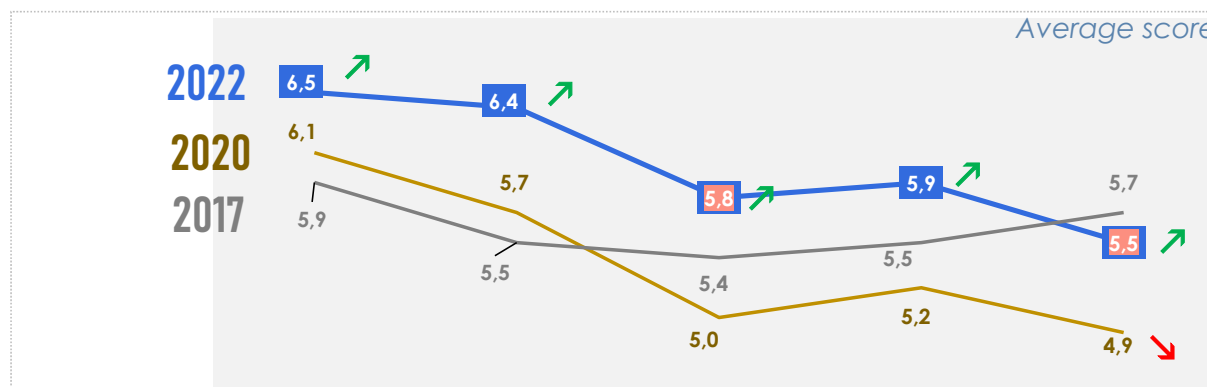
FOCUS OVERALL IMAGE OF THE CAN



METAL CAN

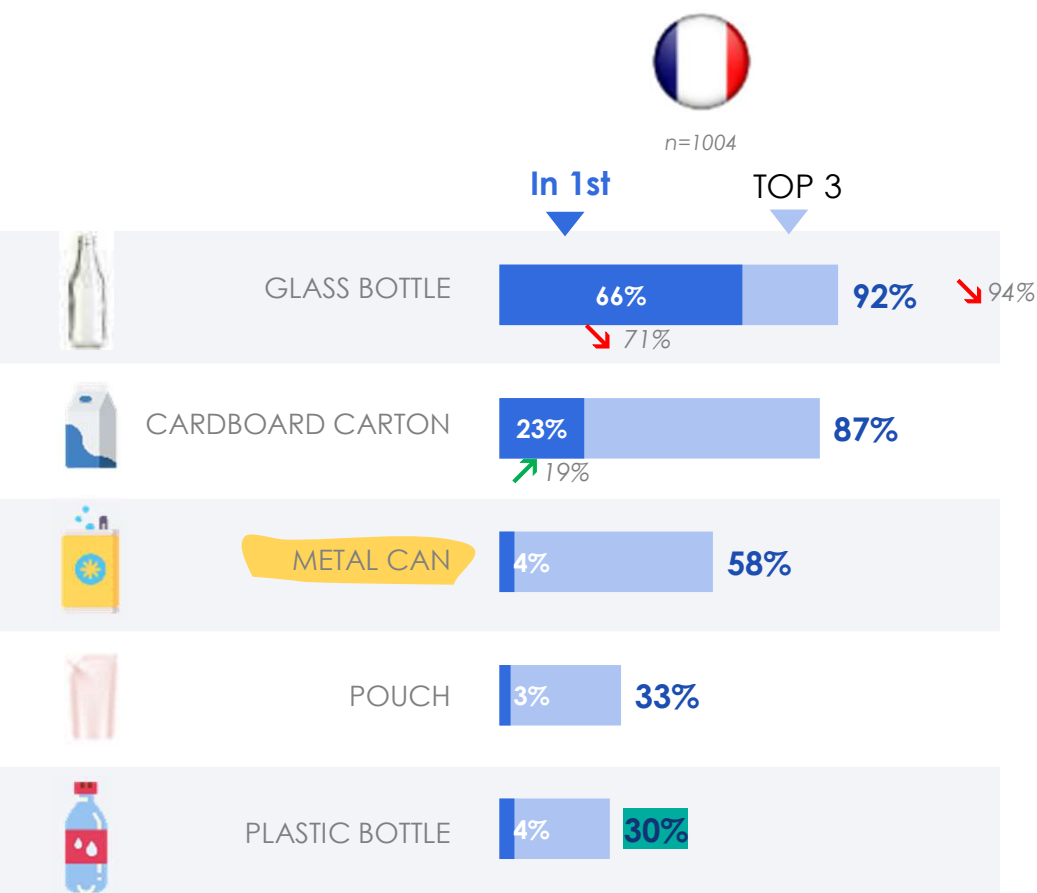


Evolution VS 2020 ↗ 5,2



La bouteille verre reste perçue comme l'emballage boisson le plus "éco-friendly". La canette est solide troisième

CLASSIFICATION OF ECO-FRIENDLY CONTAINER



Bien que challengé, le verre reste en tête comme emballage le mieux perçu sur les critères environnementaux

Plus de la moitié des Français place la canette sur le podium des emballages les plus éco-responsables. Mais comme pour les PET, très peu la place top 1

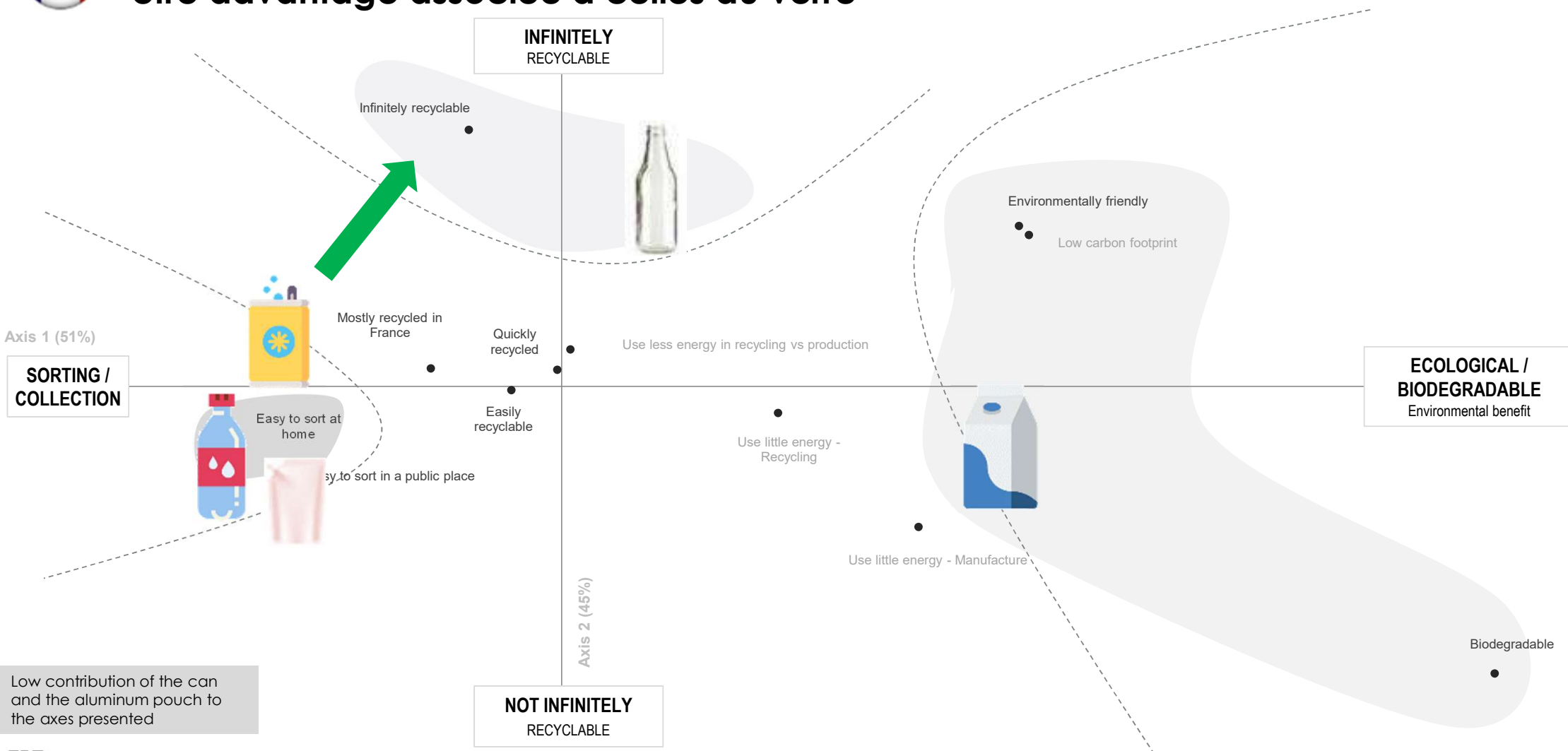
La bouteille plastique ferme désormais la marche.

Q10 Still referring to the following beverage containers/packages, please rank them from most eco-friendly to least eco-friendly.

  France's score up / down significantly vs 2020



La canette demeure à tort associée à la bouteille plastique sur ses caractéristiques environnementales attribuées par les sondés, alors qu'elle devrait être davantage associée à celles du verre





Néanmoins les actions de la filière portent leurs fruits : la reconnaissance des vertues de la canette ne cesse de progresser. (Recyclable à l'infini - Facilement recyclable – Economie d'énergie...)

→ Les items autour de l'empreinte carbone et énergie sont sous exploités et mal attribués (cf verre) !

DETAILED IMAGE OF PACKAGINGS

n=1004

STRENGTH

WEAKNESSES

Least allocated dimensions, regardless of the type of packaging



Metal Can

VS.



DELTA

% Can - % Glass bottle



DELTA

% Can - % Plastic bottle



DELTA

% Can - % Cardboard carton



DELTA

% Can - % pouch

Easy to sort at home

69% ↑8 pts

-3

-7

-8

16

Easily recyclable

43% ↑7 pts

-18

2

-12

22

Easy to sort in a public place

34% ↓9 pts

-5

-2

15

Mostly recycled in France

30% ↑6 pts

-15

-3

-4

17

Infinitely recyclable

27% ↑7 pts

-34

12

11

17

Quickly recycled

23%

-16

-10

11

Environmentally friendly

13%

-36

6

-22

6

Less energy in recycling vs production

12% ↑4 pts

-7

3

-3

6

Little energy - Recycling

8%

-8

-11

3

Low carbon footprint

7%

-24

-15

3

Biodegradable

5%

-3

-37

Little energy - Manufacture

5%

-6

-3

-15

Q11 A number of phrases and beverage containers will appear on the screen below. Please give us your impressions of these beverage containers, whether you have tried them or not. Which of the following beverage containers ...?

France's score up / down significantly vs 2020



IMAGE DE LA CANETTE



#1

L'image de la canette progresse significativement vs. 2020... elle est l'emballage boisson qui enregistre la meilleure hausse d'image

#2

... Mais sur les **critères environnementaux** elle reste **à tort liée à l'image de la bouteille plastique**

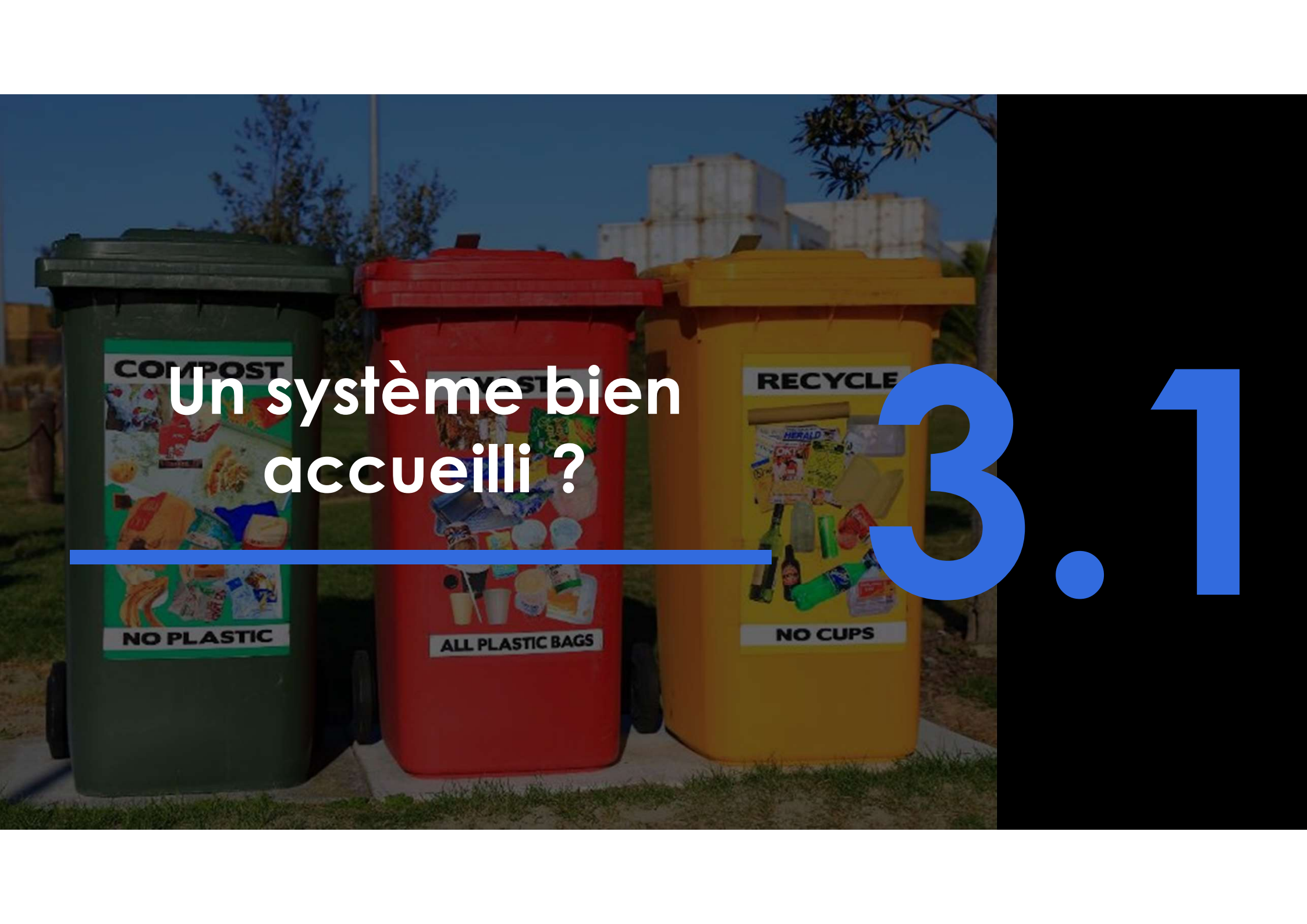
#3

La bouteille verre et la brique, mieux reconnues, ont des attributions pourtant partagées avec la canette, voir certains points qui lui appartiennent davantage :

- Recyclable à l'infini
- Facilement recyclable
- Faible empreinte carbone
- Economie d'énergie au recyclage

Concept de la consigne

3

Three large recycling bins are lined up outdoors. The green bin on the left is labeled 'COMPOST' and 'NO PLASTIC'. The red bin in the middle is labeled 'WASTE' and 'ALL PLASTIC BAGS'. The yellow bin on the right is labeled 'RECYCLE' and 'NO CUPS'. Each bin has a picture of the types of waste it accepts. A blue horizontal line is drawn across the middle of the bins.

Un système bien
accueilli ?

3.1

Les sondés avaient un rappel du schema de consigne



Now, we will present you a SYSTEM OF MANAGEMENT / COLLECTION of used beverage containers that could be considered for cans, plastic bottles and glass bottles in order to improve the collection of these packages.

It's about CONSIGNING BEVERAGE PACKAGING (cans, plastic bottles and glass bottles).

A returnable package is a package for which **the buyer pays an additional amount of money at the time of purchase**. The deposit is returned to the buyer when the packaging is returned, empty and in **their original state** (not compacted) to a collection point (e.g. point of sale, hyper/supermarket...) for recycling.

This means that **you will have to store your used packaging at home**.

Sans mentionner le montant de la consigne – Les populations sont favorables à ce schéma

OPINION ABOUT CONSIGNMENT SYSTEM (on cans, plastic and glass bottles)



n=1004

NET Favorable 

86%



n=1001

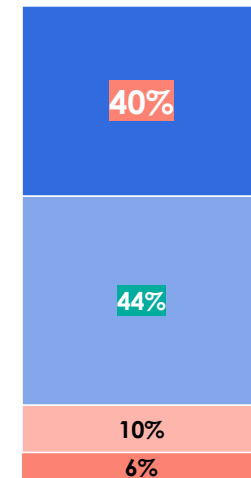
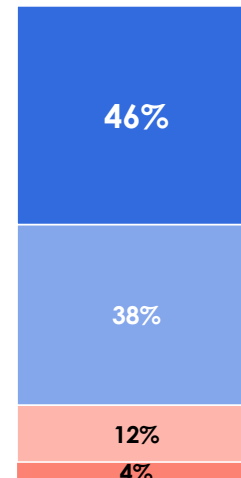
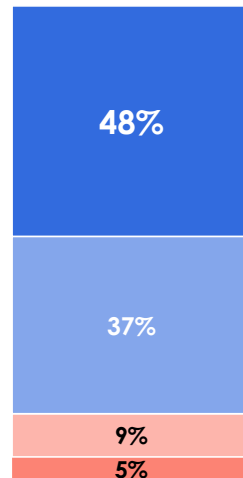
84%



n=1003

84%

- Very favourable
- Rather favourable
- Rather not favourable
- Not at all favourable



Même si cela change leurs habitudes, les consommateurs se disent prêts à ramener l'ensemble des emballages de boisson en point de déconsignation

INTENTION TO KEEP AND RETURN TO THE COLLECTION POINT

NET Yes

Yes, certainly



[93% à 97%] L'acceptation de ce nouveau schéma (apport en point de déconsignation) toucherait tout emballage de boisson qui serait dans le système consigne

+ de 9 Français sur 10 s'adaptent volontiers à cette collecte et ramèneraient leurs canettes en point de déconsignation

Les freins les plus cités sont les problématiques de stockages à la maison avant le montant de la consigne

OBSTACLES TO USE THE DEPOSIT SYSTEM



n=1004

NET AT LEAST ONE BARRIER 74%

NET STORING 57%

Too many different packages to store 36%

Not having enough room to store 32%

Store used packaging in my home 31%
++ Live in flat : 39%

NET RETURNING 36%

To the collection point 26%

In its original condition 19%

Additional cost of purchase 29%

Additional effort compared to current sorting 18%

Other reasons 2%

1 Français sur 3 : le montant de la consigne reste un frein majeur mais sur lequel le système peut jouer

Le montant de la consigne reste le frein principal pour les Français qui ne sont pas en faveur de la consigne

OBSTACLES TO USE THE DEPOSIT SYSTEM



	Total	Favour the deposit system	Don't favour
Total	1004	860	144
NET AT LEAST ONE BARRIER	74%	71%	93%
NET STORING	57%	53%	78%
Too many different packages to store	36%	32% ¹	60% ¹
Not having enough room to store	32%	29% ²	48%
Store used packaging in my home	31%	28% ³	50% ³
NET RETURNING	36%	31%	68%
To the collection point	26%	21%	55% ²
In its original condition	19%	16%	36%
ADDITIONAL COST OF PURCHASE	29%	23%	60% ¹
ADDITIONAL EFFORT COMPARED TO CURRENT SORTING	18%	16%	30%
Other reasons	2%	2%	7%
Average number of barriers	2,6	2,4	3,7

Réguler le montant de la consigne au plus juste et de manière équitable entre emballages doit pouvoir être un levier majeur pour générer l'adhésion au système des plus réfractaires

The image shows three large recycling bins outdoors. The green bin on the left is labeled 'COMPOST' and 'NO PLASTIC'. The red bin in the middle is labeled 'WASTE' and 'ALL PLASTIC BAGS'. The yellow bin on the right is labeled 'RECYCLE' and 'NO CUPS'. Each bin has a picture of the types of waste it accepts. A blue horizontal line is drawn across the middle of the bins.

Un montant de la consigne
évolutif - juste - équitable

3.2

Rappel de la méthodologie PSM (PRICE SENSIBILITY MEASUREMENT)



METAL CAN OF
33 CL



SMALL PLASTIC
BOTTLE OF 50 CL

The objective of this methodology is to **determine the acceptable price level of the deposit that the largest number of consumers would be willing to pay**, by asking 4 questions :

1. Up to what amount would you say the deposit price is **cheap** ?
2. At what amount would you say that the price of the deposit is **expensive** ?
3. From what amount onwards, would you say that the deposit price is **too expensive** and that you would **no longer buy it** ?
4. Below what price would you say the deposit price is **not expensive** enough to encourage you to take it back to the collection point and collect the deposit

The 4 price levels given by the respondents allow the model to draw 4 curves and **determine a low threshold, a high threshold and an optimal price.**



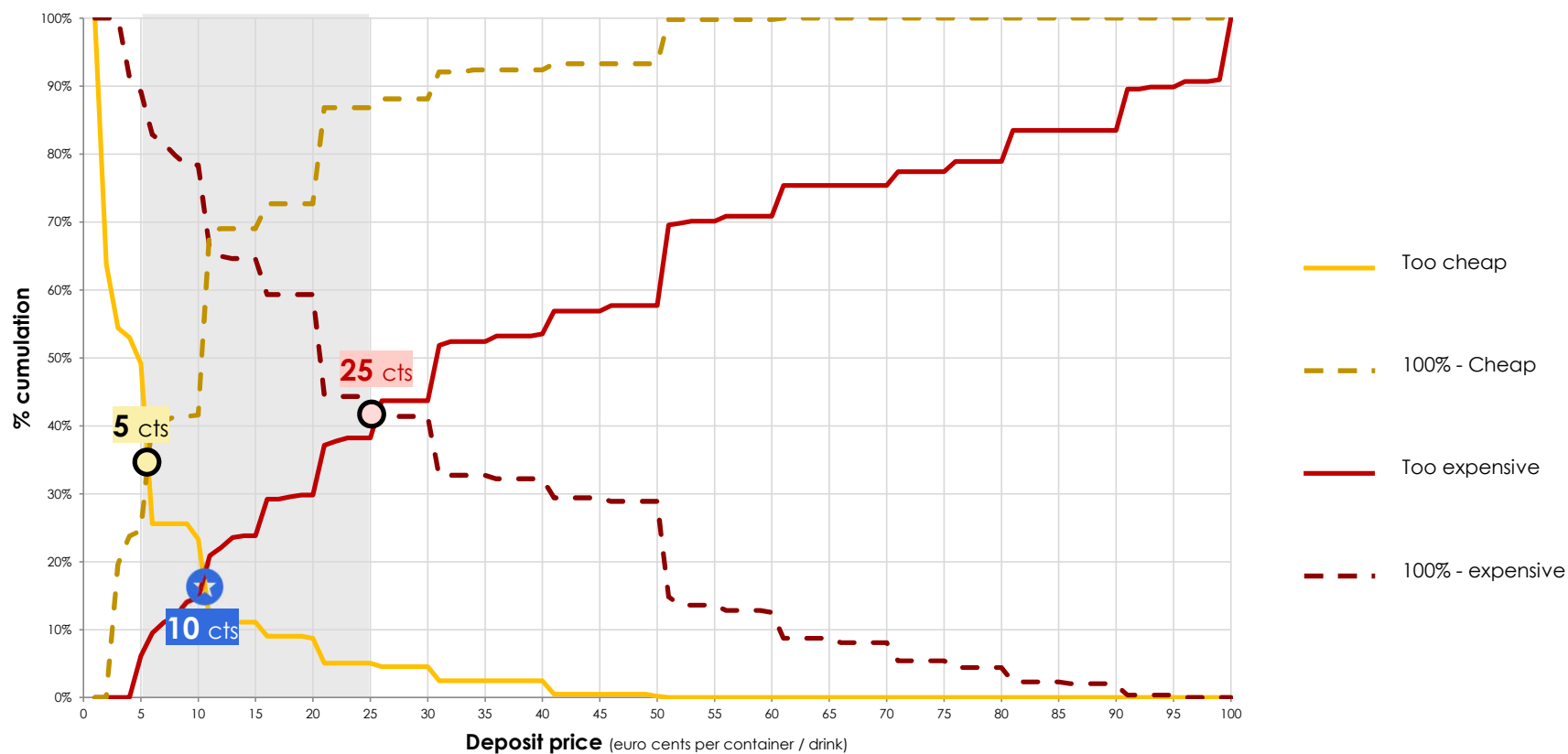
Pour la canette le montant optimal de la consigne serait de 10 cents,

= montant le plus adapté entre acceptation du consommateur et maximiser retour en point de collecte

PRICE SENSITIVITY MEASUREMENT (PSM)

(n=336)

CANETTE
(33 CL)





Un montant optimal de 10 cents confirmé sur les petits PET

PRICE SENSIVITY MEASUREMENT (PSM)

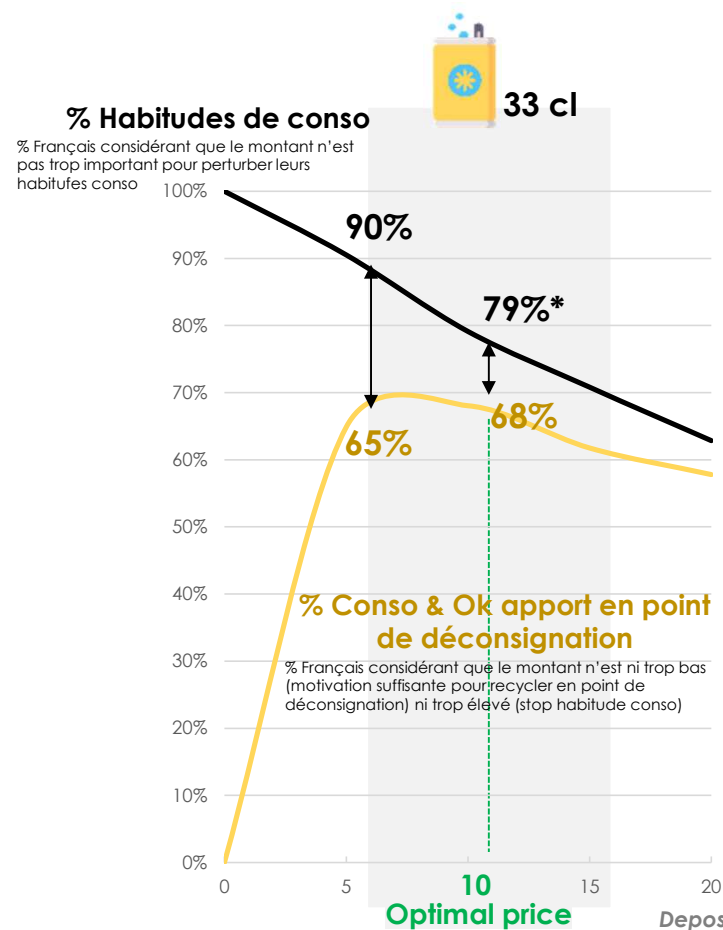
(n=343)

Petite bouteille
plastique
(50 CL)





Deux enseignements :



- Même dans le cas d'un choix de départ avec un montant de consigne très bas (5 cents), la motivation à déconsigner pour recycler serait préservée.

causes possibles : nouveauté totale pour la France d'un tel schéma = fort impact
montée de l'inflation et impact sur le coût des ménages

Avec une **consigne à 5cts**, on respecte les habitudes conso des Français sans trop dégrader la motivation à ramener son emballage en point de collecte.

- Un montant de consigne élevé (15 cts, 20 cts...) n'encourage pas à davantage de retours en point de déconsignation

Au contraire, moins de matière serait recyclée au global à cause d'une forte déconsommation
conséquence possible : peut mener à une problématique de financement du système?

*** Aide de lecture** = Avec une consigne à 10 cts d'euros, 79% des Français ne sont pas perturbés dans leurs habitudes conso et 68% déclarent rapporter leur canette usagée en point de collecte.

En résumé

Points d'attention



Les Français sont favorables à l'adoption d'un schéma de consigne

De part la nouveauté du concept pour les Français et lié aux problématiques d'inflation :

Un montant de consigne très bas semble envisageable sans compromettre les résultats de captation et de recyclage attendus

- Entre 5 cts et 10 cts
- Un montant trop fort n'encourage pas à davantage de retours en points de déconsignation

Cela permettra par la suite de pouvoir augmenter le montant en fonction de l'atteinte, ou non, des objectifs de recyclage par matériau

... Cependant Les principaux freins à prendre en compte pour assurer une adhésion maximum seront :

- Le stockage différencié à la maison (sans compacter les emballages)
- Le retour en point de déconsignation
- Le montant de la consigne

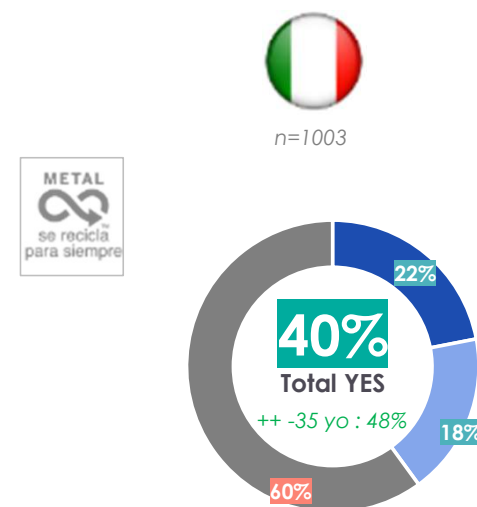
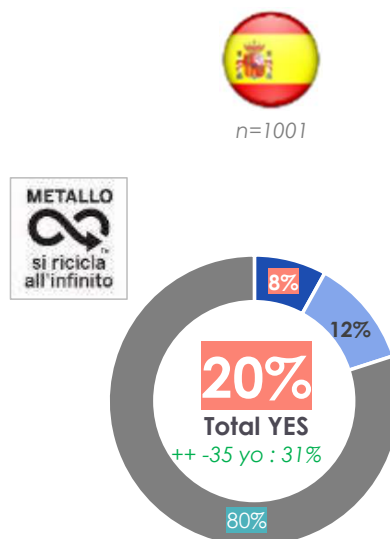
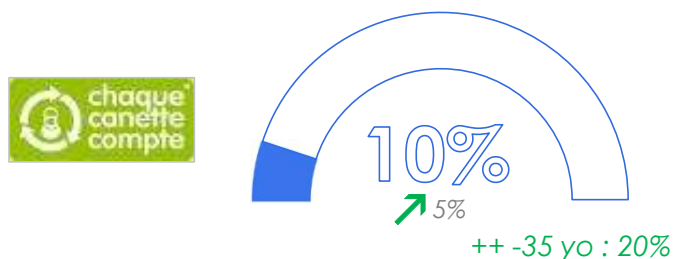
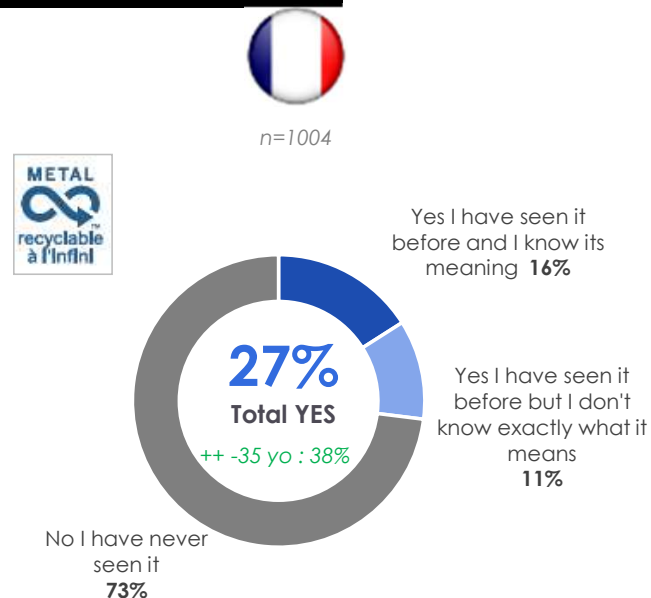
APPENDICE

A still life composition on a teal background. In the center, a silver aluminum can is crushed and lying on its side. To its left, a cinnamon stick lies horizontally. Scattered around the can and stick are several pills: two white, oval-shaped tablets and a cluster of yellow, oval-shaped capsules. A blue horizontal line is positioned below the word 'APPENDICE'.

L'impact grandissant des logos harmonisés de la filière

Le programme "Chaque Canette Compte", leader des actions hors foyers de plus en plus reconnu par les Français

LOGO AWARENESS



20% des moins de 35 ans (France) ont déjà entendu parler des actions du programme "Chaque Canette Compte"

THANKS

