

Projet ReUse

FAUX DÉPART POUR LA CONSIGNE POUR RÉEMPLOI

ENQUÊTE EXCLUSIVE DANS NOS SUPERMARCHÉS

**#EXIT
PLASTIQUE**

SOMMAIRE

Résumé exécutif 3

1. Contexte du projet et de l'enquête 5

- A. Le cadre réglementaire et l'état du réemploi en France 5
- B. Les caractéristiques et ambitions du projet 6
- C. Un déploiement retardé et une standardisation inachevée 8
- D. Une enquête de terrain pour évaluer le dispositif 9

2. Résultats de l'enquête 11

- A. Une offre encore trop limitée de produits en emballages réemployables 11
- B. Une visibilité insuffisante du dispositif de consigne en magasin 14
- C. Des produits en réemploi peu attractifs en rayon 17
- D. Des équipements de déconsignation fonctionnels, mais peu visibles 20
- E. Une confusion persistante avec d'autres dispositifs de réemploi et de recyclage 22
- F. En résumé : un dispositif qui ne convainc pas 25

3. Bilan de l'expérimentation ReUse 26

- A. Une adhésion insuffisante des principaux metteurs en marché 26
- B. Un recul progressif de l'engagement des distributeurs 27
- C. Un manque d'ambition et d'engagement de la part de Citeo et de ses adhérents 28

4. Nos demandes 30

Annexes 31

Annexe 1 - Représentativité de l'enquête 31

Annexe 2 - Questionnaire rempli par les groupes locaux 31

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

- ▶ Durant plus d'un mois, les groupes locaux du réseau Zero Waste des régions **Bretagne, Hauts-de-France, Normandie et Pays-de-la-Loire** ont enquêté dans les supermarchés et hypermarchés engagés dans le projet ReUse afin d'évaluer les conditions concrètes de son déploiement. Porté par les éco-organismes des emballages ménagers Citeo et Adelphe, **ReUse est un système de consigne pour réemploi initié en juin 2025.**

Le principe est simple : lors de l'achat d'un produit (par exemple un jus de fruit ou une bière), celui-ci est proposé dans un emballage en verre réemployable [1] plutôt que dans un emballage à usage unique. Une consigne, généralement comprise entre 0,10 € et 0,20 €, est ajoutée au prix du produit. Après consommation du produit, l'emballage est rapporté en magasin par le-la consommateur-ice, et le montant de la consigne lui est remboursé. Une fois collecté, l'emballage est acheminé vers un centre de lavage, puis réintègre le circuit logistique afin d'être à nouveau rempli et mis en rayon.

D'abord destiné à être déployé dans plus de 1000 supermarchés et à laisser place à un système national de consigne sur les emballages réemployables avant 2025 [2], ReUse ne compte aujourd'hui que 350 magasins dans son dispositif et a été lancé à l'échelle régionale il y a tout juste un an. De plus, le déploiement du projet s'est limité aux bouteilles de boissons, rendant plus difficile l'évaluation de l'adhésion des consommateur-ices à l'échelle d'une gamme de produits étendue.

¹ Le terme "emballage réemployable" est utilisé tout au long de ce rapport de manière générique. D'un point de vue normatif, il renvoie à la notion d'"emballage réutilisable" telle que définie à l'article II du règlement UE 2025/40 relatif aux emballages et déchets d'emballages du 19 décembre 2024, et utilisé dans les conditions prévues à l'article 27 du même règlement.

² Citeo, [ReUse : imaginer aujourd'hui le dispositif de réemploi de demain](#), 14 mars 2025

Notre analyse a pu mettre en évidence plusieurs constats :

- **Une réduction de deux tiers du nombre de distributeurs engagés par rapport aux annonces initiales**
- **Chaque magasin participant visité ne propose en moyenne que 9 références réemployables**
- **Des écarts de prix importants, les produits en emballages réemployables pouvant coûter jusqu'à trois fois plus cher que leurs équivalents en emballages jetables (hors montant de la consigne)**
- **Une information fournie aux consommateur·ices en rayon qui demeure insuffisante : elle est incomplète dans 63 % des magasins participants [3]**
- **Près d'un tiers des machines de déconsignation sont difficilement repérables par les consommateurs·ices**

À travers ce rapport, Zero Waste France dénonce la mise en œuvre hétérogène et insuffisamment ambitieuse du dispositif de consigne pour réemploi par les acteurs qui le portent. Dans son état actuel, celui-ci ne réunit pas les conditions minimales nécessaires pour favoriser une adoption large et durable du réemploi par les consommateur·ices et permettre une véritable évolution des pratiques de consommation.



³ Une information complète correspondant à la présence (a minima) d'un affichage signalant la présence du dispositif, un panneau d'explication des étapes du réemploi et une étiquette détaillant le prix de la consigne

1. CONTEXTE DU PROJET ET DE L'ENQUÊTE

A. Le cadre réglementaire et l'état du réemploi en France

Adoptée en 2020, la loi Anti-gaspillage pour une économie circulaire (AGEC) a fixé une trajectoire ambitieuse visant à mettre **fin à la commercialisation des emballages plastiques à usage unique d'ici 2040**. Cette ambition est déclinée par le décret « 3R » (Réduction, Réemploi, Recyclage) qui fixe des objectifs quinquennaux et la Stratégie 3R qui vise à planifier la sortie des emballages en plastique à usage unique. Ainsi, le décret 3R en vigueur pour la période 2021-2025 prévoyait notamment une **réduction de 20 % des emballages plastiques à usage unique, en précisant que 10 % de cette réduction devait être obtenue par le recours au réemploi**. La loi AGEC a par ailleurs fixé un objectif général de **10 % d'emballages réemployés mis sur le marché d'ici 2027**. Le règlement emballages et déchets d'emballages dit "PPWR" (Packaging and Packaging Waste Regulation) du 19 décembre 2024 consacre pour la première fois en droit européen des objectifs de réemploi, et vise notamment **le secteur des boissons alcooliques et non alcooliques qui devra atteindre 10 % de part de réemploi avant 2030 et 40 % avant 2040 [4]**.

Pour soutenir la transition vers le réemploi, la loi française a instauré un mécanisme de financement dédié. Les éco-organismes doivent ainsi **consacrer au moins 5 % des éco-contributions qu'ils perçoivent au développement de solutions de réemploi des emballages**, notamment à travers des projets de réduction à la source et d'éco-conception.

Alors que Citeo soutient qu'il consacre **5 % des contributions qui lui sont confiées au développement de solutions de réemploi** depuis 2023 [5], l'éco-organisme n'a jamais communiqué publiquement sur le détail de ses dépenses. En avril dernier, l'ADEME révélait finalement que **seulement 2,16 % de ses éco-contributions ont participé au financement du réemploi en 2024 [6]**. Par ailleurs, l'objectif de mise en marché d'emballages réemployés est loin d'être atteint. En effet, l'ADEME estime que **la part réelle d'emballages ménagers réemployés se situait à 1,10 % en 2023 et 1,59 % en 2024 [7]**.

4 L'article 29 para. 6, du règlement relatif aux emballages et aux déchets d'emballages consacre l'obligation de proposer les boissons alcooliques et non alcooliques dans des emballages réemployables dans le cadre d'un système de réemploi. L'article 29 para. 7. dresse la liste des exemptions.

5 Citeo, [Construire, expérimenter et financer le développement du réemploi](#)

6 ADEME, [Emballages ménagers et papiers graphiques : données 2024](#)

7 ADEME, Bilans annuels Réemploi des emballages, [2023](#) et [2024](#)

L'Observatoire du réemploi et de la réutilisation de l'ADEME a pourtant montré que l'objectif des 10 % d'emballages réemployés est atteignable à court terme (d'ici environ 4 ans) à condition que les acteurs concernés soient pleinement mobilisés et impliqués [8]. La France dispose d'un grand potentiel de développement du réemploi du fait de ses 45 centres de lavage opérationnels, qui sont actuellement utilisés à moins de la moitié de leurs capacités [9]. A court terme, le réemploi pourrait d'ailleurs créer plus de 20 000 emplois locaux [10].

Alors que **93 % des Français-es se disent favorables au retour de la consigne** [11], nous avons enquêté sur cette première expérimentation afin de vérifier si elle réunit les conditions nécessaires à son succès et d'en tirer les enseignements qui devront guider la mise en place d'un futur système national de réemploi.

B. Les caractéristiques et ambitions du projet

Le dispositif ReUse est un système de consigne pour réemploi de contenants alimentaires mis en place dans plusieurs supermarchés [12] des régions Bretagne, Hauts-de-France, Pays de la Loire et Normandie.

Porté par Citeo et Adelphe, deux éco-organismes agréés pour gérer la filière REP [13] des emballages ménagers, le projet vise à "réussir le changement d'échelle et faire du réemploi une réalité opérationnelle au niveau national". Concrètement, ce dispositif national doit permettre le réemploi de 2 milliards d'emballages réemployables, dont 67 % de standards [14].

Le projet ReUse, tel que lancé depuis le 12 juin 2025, a été pensé pour toucher 16 millions de consommateur·ices. Le choix des régions a vraisemblablement été opéré sur la base d'une forte appétence des citoyen·nes concerné·es : "Avec des performances de tri largement supérieures à la moyenne, les citoyens des 4 régions concernées sont parmi les plus à mêmes de développer de nouveaux écogestes" [15].

En parallèle, Citeo s'est engagé à élaborer une gamme d'emballages réemployables standardisés appelés "R-Coeur". Le développement de la gamme R-Coeur doit permettre la mutualisation d'un parc d'emballages comprenant 30 millions d'emballages mis en circulation d'ici fin 2026. Au sein même du dispositif ReUse, cette gamme coexiste avec les emballages réemployables standardisés du Réseau Vrac et Réemploi (RVR) et les emballages réemployables "iconiques", c'est-à-dire propres à chaque marque.

8 ADEME, Le réemploi, levier essentiel de la transition écologique des emballages, novembre 2025

9 Observatoire national du réemploi et de la réutilisation, Les centres de lavage d'emballages en France, 2025

10 RVR et Deloitte, Baromètre économique de la filière du vrac et du réemploi, 2024

11 IPSOS, Les Français et la consigne des emballages de boissons, 16 mai 2023

12 Tout au long de ce rapport, nous employons le mot "supermarché" indistinctement de "hypermarché". Il faut donc comprendre "supermarché" comme englobant supermarchés et hypermarchés.

13 Responsabilité Élargie du Producteur, pour plus d'informations consulter l'article de Zero Waste dédié

14 Citeo, ReUse : imaginer aujourd'hui le dispositif de réemploi de demain, 14 mars 2025

15 Citeo, Le réemploi se déploie dans 4 régions françaises, 12 novembre 2025

Références disponibles



Références R-Cœur à venir



Contenants R-Coeur actuellement en circulation et à venir
Source : Citeo

Le retour des emballages réemployables s'effectue dans les mêmes points de vente que ceux participant à leur distribution. Les consommateur·ices peuvent restituer leurs contenants dans n'importe quel magasin partenaire du dispositif ReUse, sans nécessairement les rapporter dans le point de vente où ils ont été achetés. Le·la client·e peut rapporter son contenant dans un magasin différent de celui où il a été acheté, dès lors que celui-ci participe au dispositif ReUse.

Citeo et Adelphe ont prévu deux modalités de restitution : un système automatisé et un système semi-manuel. Le premier repose sur des machines de déconsignation, installées à l'entrée, à l'intérieur ou à l'extérieur des points de vente, permettant aux consommateur·ices de déposer leurs emballages en autonomie, ceux-ci étant ensuite identifiés, collectés et stockés automatiquement. Le second s'appuie sur l'intervention d'un·e employé·e du magasin, qui scanne les emballages à l'aide d'une douchette. Dans les deux cas, le montant de la consigne, généralement compris entre 10 et 20 centimes, est restitué immédiatement et dans son intégralité au·à la client·e.

Enfin, Citeo promet d' "accompagne[r] tous les acteurs (industriels, distributeurs et opérateurs) dans la constitution d'un parcours consommateur simple et homogène, dans tous les magasins participant à l'expérimentation" [16]. Le dispositif est notamment identifiable grâce à sa couleur violette, présente à chaque étape du parcours client.

¹⁶ Citeo, Le réemploi se déploie dans 4 régions françaises, 12 novembre 2025

C. Un déploiement retardé et une standardisation inachevée

► Report du lancement du système de réemploi national

La possibilité de lancer des expérimentations pour développer des dispositifs de consigne, en particulier pour réemploi, a été introduite dans l'article L541-I du code de l'environnement par la loi AGECE.

Dès juin 2023, l'ancienne secrétaire d'Etat à l'Ecologie Bérangère Couillard annonçait le retour de la consigne pour réemploi "d'ici deux ans". Mobilisé dans la sortie du plastique à usage unique et la généralisation du réemploi, l'éco-organisme Citeo avait alors répondu à l'appel avec son projet ReUse avec l'objectif d' "être prêts en 2025 pour des mises en vente à l'échelle nationale" [17]. Malgré des travaux entamés dès 2023, le projet accuse finalement un retard, puisque les emballages réemployables ont commencé à faire leur apparition dans les rayons à l'échelle régionale le 12 juin 2025. Nul ne sait aujourd'hui quand le système de consigne sera prêt à être déployé sur l'ensemble du territoire national.

► Lacunes et retards dans le développement de gammes standardisées d'emballages réemployables

Publié par arrêté le 7 décembre 2023, le cahier des charges des éco-organismes de la filière à responsabilité élargie des producteurs des emballages ménagers fixe certaines obligations pour le développement d'emballages réemployables standardisés.

Les éco-organismes de la filière emballages ménagers devaient rendre opérationnellement disponibles avant l'été 2025 deux contenants de taille différente pour chacune des gammes standards d'emballages suivantes [18] :

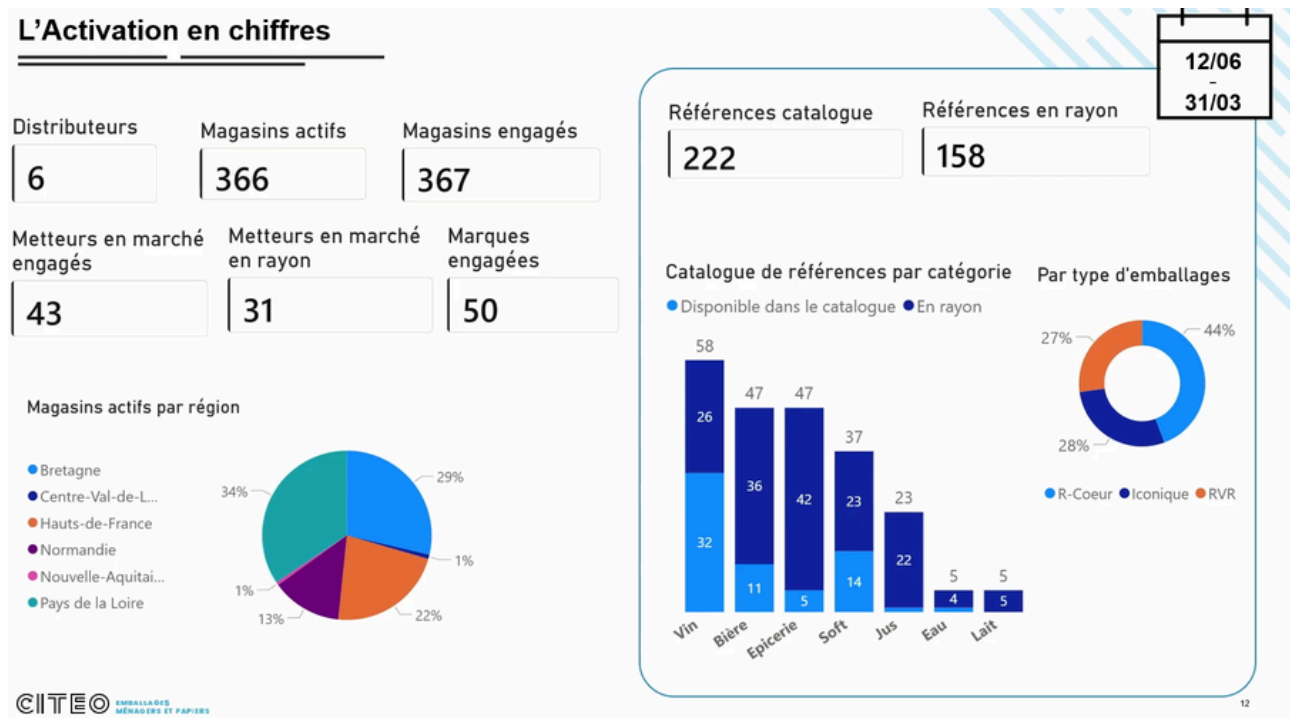
- bières
- boissons non alcoolisées
- conserves et confitures
- crèmes et yaourts
- fromage
- plats préparés
- plats destinés à la vente à emporter et à la restauration livrée
- poisson
- viande
- vins



[17] Citeo, [ReUse : imaginer aujourd'hui le dispositif de réemploi de demain](#), 14 mars 2025

[18] Le 2.3 du cahier des charges précise "Il est entendu que la disponibilité opérationnelle des différentes gammes standards d'emballages doit être effective au plus tard dans les dix-huit mois à compter de sa date d'agrément.". Citeo ayant obtenu son agrément le 27 décembre 2023, il devait remplir cette obligation avant le 27 juin 2025.

Lors de son dernier ReUse Day du 9 avril 2026, Citeo a indiqué la présence d'une minorité de ces emballages dans son catalogue actuel : **seuls les emballages réemployables de vins, bières, "épicerie", sodas, jus, eau et lait existent à ce jour**. Par ailleurs, seuls 44 % d'entre eux sont des emballages standardisés R-Coeur, un chiffre encore éloigné des 67 % nécessaires au développement d'un système national.



Dernières données communiquées sur la mise en place du dispositif ReUse.
Source : YouTube, ReUse Day n°8, 9 avril 2026

D. Une enquête de terrain pour évaluer le dispositif

Pendant plus d'un mois, les groupes locaux de Zero Waste France présents dans les régions concernées par le dispositif se sont rendus dans les magasins participants afin d'observer la mise en place concrète du projet.

Nous nous sommes rendus dans 74 magasins sur les 339 recensés au 11 mars 2026 sur le site www.reflexe-gagnant-reemploi.fr (seule source détaillant les magasins participants). Cela signifie que le nombre de magasins au total est susceptible d'avoir augmenté depuis. En l'état, nous nous sommes rendus dans 22 % des magasins identifiés dans les quatre régions du dispositif, **soit près d'un quart**.



Carte des magasins visités par le réseau Zero Waste

L'enquête s'est déroulée du 4 avril 2026 au 23 mai 2026. Elle consistait à renseigner, lors de la visite du magasin, un questionnaire en ligne d'une vingtaine de questions. Celui-ci portait sur plusieurs thématiques majeures, notamment la disponibilité des alternatives réemployables, leur visibilité en magasin et la signalétique associée, les prix ainsi que les modalités de retour. L'ensemble des questions est présenté en annexe.

A l'aide des données recueillies et des retours d'expérience, ce rapport révèle **l'engagement hétérogène et insuffisant des industriels dans ce projet** (producteurs et distributeurs) dont les décisions et actions détermineront pourtant grandement le succès du système national de consigne pour réemploi de demain.



2. RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

A. Une offre encore trop limitée de produits en emballages réemployables

► Des magasins engagés dans le dispositif sans offre disponible en rayon

Dans plus d'un magasin sur 10 visités, aucun produit en emballage réemployable n'était disponible en rayon. Ces magasins apparaissent pourtant bien dans la liste des magasins engagés dans le dispositif. Deux cas de figure sont à distinguer :

Cas 1 - Dispositif totalement absent : pas de communication, projet inconnu du personnel

Pour trois des magasins visités, la déception est totale. Arrivés à l'entrée, nos observateur-ices ne relèvent aucune signalétique mais continuent leur visite à travers les rayons susceptibles de contenir des alternatives réemployables (eaux, bières, vins, sodas, jus, soupes). Aucun des produits n'est présent, ni aucun emplacement destiné à les recevoir. Le personnel du magasin ne connaît pas le dispositif ou redirige les client-es vers des dispositifs de recyclage sans lien avec l'expérimentation ReUse.

« Dispositif inconnu du personnel du magasin. Aucune machine de déconsignation ni aucune signalétique ni bouteille disponible. »

« Absence totale du dispositif alors que le magasin fait bien partie de la liste communiquée par Citeo. Lorsque j'ai posé la question au personnel on m'a redirigé vers une machine de recyclage de bouteilles plastique qui n'avait rien à voir. »

Extraits de témoignages recueillis dans le cadre de l'enquête

Cas 2 - Forte communication mais absence de produits

Second cas de figure auquel cinq de nos enquêteur-ices ont fait face : des magasins avec une participation au dispositif ReUse visible mais, dans les faits, aucun produit en emballage réemployable en rayon ni aucun emplacement réservé.

« Beaucoup d'affichages au niveau des portiques d'entrée et des chariots de course mais aucun emballage réemployable en rayon, il n'y a même pas d'étiquette ou de panneau présents. La personne à l'accueil (...) m'a simplement dit de chercher encore (...) Je pense qu'ils ont déployé les éléments de communication avant de mettre les emballages concernés en rayons. »

« La machine de déconsignation est très visible dans le hall d'entrée, mais aucun membre du personnel n'a pu m'expliquer pourquoi il n'y avait aucun emballage réemployable en rayon et si la machine avait été utilisée. »

Extraits de témoignages recueillis dans le cadre de l'enquête

▶ Dans les autres magasins, une offre de produits en réemploi bien trop faible

Dans les magasins ayant effectivement mis des alternatives réemployables en vente, les retours de terrain s'accordent à déplorer le nombre très faible de références différentes proposées.

Par "référence", nous entendons un produit dans un format donné. Ainsi, un même produit commercialisé dans deux formats différents est comptabilisé comme deux références distinctes. En revanche, le terme « référence » ne renseigne pas sur le type de contenant réemployable associé au produit.

Le nombre de références surprend d'autant plus dans les magasins où une forte communication a été déployée, et/ou dans les magasins aux surfaces les plus importantes :



Affichage du dispositif sur les écrans publicitaires du magasin et les chariots mais dans la pratique très peu de produits concernés."

"Nombre de références proposées en réemploi ridiculement faible par rapport à la taille immense de l'hypermarché."

"Pour cet énorme magasin avec plusieurs énormes rayons de liquide, seulement 2 bières, 1 vin et 4 jus... C'est dommage."

Extraits de témoignages recueillis dans le cadre de l'enquête

Selon la Fédération du Commerce et de la Distribution, les supermarchés [19] comptent entre 3000 et 5000 références parmi leurs rayons, et les hypermarchés [20] en comptent entre 25 000 et 40 000.

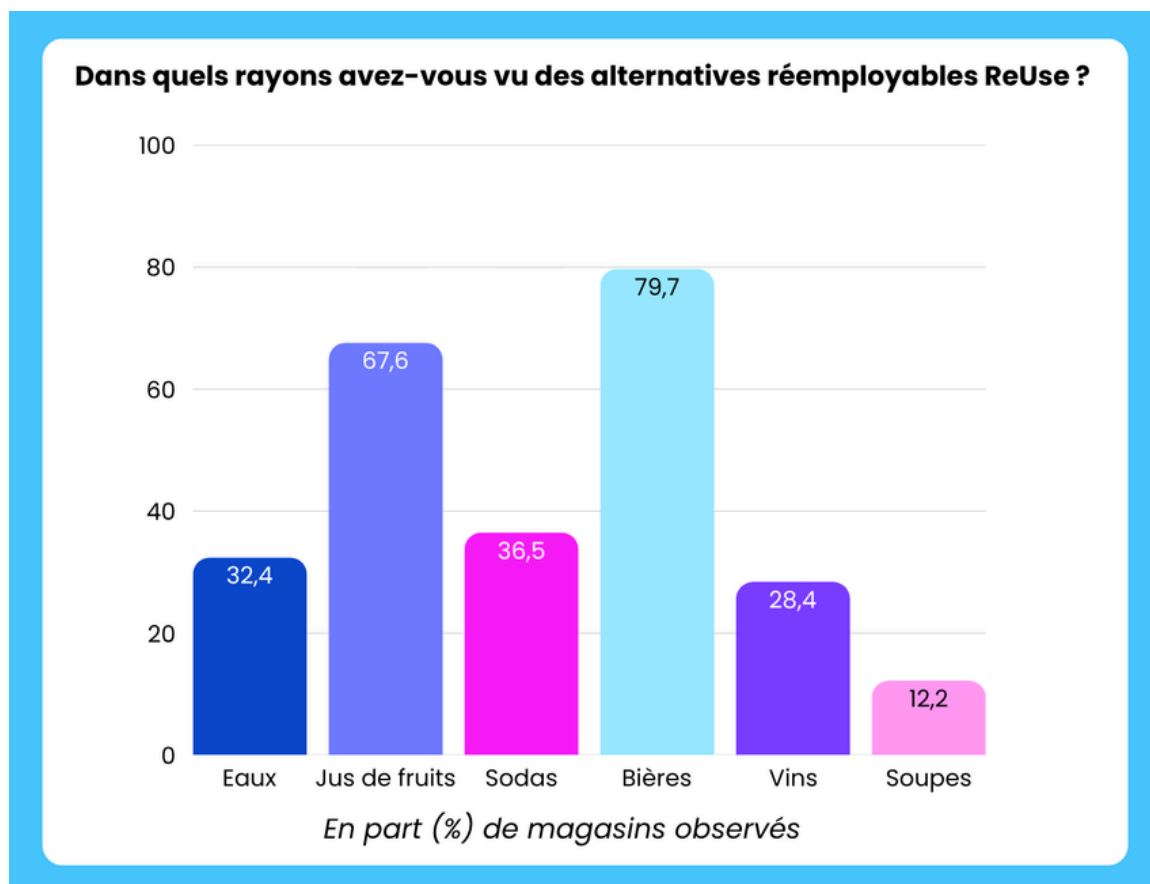
En moyenne, tous types de magasins confondus, nous avons relevé la présence de 9 références de produits en emballage réemployable parmi les rayons, avec des disparités selon les enseignes.

Rappelons que 222 références de produits en emballages réemployables sont aujourd'hui disponibles dans le catalogue de ReUse.

¹⁹ Surfaces de vente en libre service entre 400 et 5000 m²

²⁰ Surfaces de vente en libre service entre 2500 et 20 000 m²

De plus, les emballages réemployables disponibles concernent des catégories restreintes de produits, qui ne correspondent pas toujours aux habitudes de consommation des client·es.



Si les consommateur·ices ont plus de 2 chances sur 3 de trouver des bouteilles de jus de fruits et de bières réemployables lors de leurs courses dans un magasin participant, il leur sera cependant plus difficile de trouver leurs autres boissons habituelles en emballage réemployable, voire presque impossible pour ce qui concerne les denrées alimentaires. En effet, la mise en marché de contenants alimentaires (type conserves de légumes) est absolument nécessaire et urgente pour pouvoir espérer une adhésion des consommateur·ices au réemploi. L'arrivée sur le marché des pots standardisés R-Coeur, annoncée pour le deuxième ou troisième trimestre de 2026, est malheureusement toujours en attente.



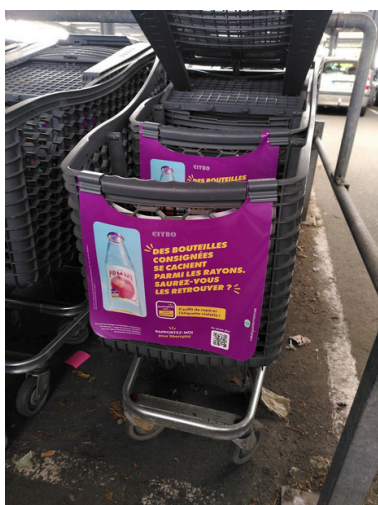
B. Une visibilité insuffisante du dispositif de consigne en magasin

► Absence de signalétique à l'entrée d'un magasin sur deux

En France, les emballages réemployables restent encore peu présents dans les rayons des supermarchés et ne s'imposent pas, à ce jour, comme une pratique courante : selon les derniers chiffres du Baromètre économique du vrac et du réemploi des emballages, en 2024, on comptait seulement 24 millions d'emballages ménagers réemployés en circulation, contre plus de 291 millions pour le secteur de l'hôtellerie-restauration par exemple, plus en avance sur le sujet [21]. Il existe ainsi une très forte marge de progression pour généraliser le réemploi dans nos supermarchés.

Le réemploi, encore largement éloigné des habitudes des consommateur·ices en raison de la prédominance de l'emballage à usage unique, soulève un enjeu majeur en matière de communication autour du projet ReUse. C'est cependant là l'un des principaux points faibles que notre enquête a relevé.

En effet, seulement quelques magasins font l'effort de signaler l'existence du dispositif dès le début du parcours client. Ainsi, nous avons ponctuellement pu observer des affichages déployés au niveau des caddies, des écrans dans les galeries commerciales ou encore des portiques d'entrée dans les supermarchés.



Exemples de signalétiques présentes à l'entrée des supermarchés

21 Citeo, Réseau Vrac et Réemploi et Deloitte, Baromètre économique du vrac et du réemploi, janvier 2026

Ces efforts d’affichage et d’information sont loin d’être uniformément déployés dans l’ensemble des établissements participants : plus d’un magasin sur deux ne rend pas sa participation au système de consigne ReUse visible dès l’entrée [22].

Les réponses au questionnaire révèlent par ailleurs que la connaissance préalable du dispositif constituait une condition essentielle à son identification. En effet, sans cette information préalable, les personnes interrogées indiquent qu’elles n’auraient pas eu connaissance de l’existence d’un dispositif de réemploi lors de leur visite :

« Pas d’affichage signalant la participation du supermarché à l’expérimentation, il faut déjà être au courant (d’autant plus que la borne de déconsignation n’est pas située à l’entrée mais à l’intérieur du magasin). »

“Très peu visible, il faut savoir que cela existe avant de faire ses achats.”

“Problème de visibilité du dispositif. Le magasin dispose de 2 entrées. La borne de retour se trouve à l’une des entrées mais l’autre entrée ne dispose d’aucune communication donc les clients peuvent potentiellement entrer et sortir sans avoir connaissance du dispositif.”

Extraits de témoignages recueillis dans le cadre de l’enquête

► Un manque de visibilité et d’explications en rayon

Pour certain·es client·es, la découverte du dispositif intervient au cours de leurs achats, notamment grâce à la signalétique déployée dans les rayons.

Ci-contre une photo de la signalétique complète, telle qu’elle devrait être déployée dans tous les magasins participants : explications des étapes du réemploi, panneaux stop-rayon visibles à plusieurs mètres et étiquette violette entourant le prix du produit et détaillant le prix de la consigne.



22 51,4% de réponses “Non” à la question “L’engagement du supermarché dans le dispositif ReUse est-il perceptible dès l’entrée du magasin ?”

Cependant, cet affichage est très hétérogène d'un magasin à l'autre : seuls 37% des magasins utilisent le dispositif d'affichage complet pour signaler leurs produits en emballages réemployables en rayons.

- **Un magasin sur deux ne déploie pas de panneaux stop-rayon**, pourtant essentiels pour permettre au·à la client·e d'identifier le dispositif à plusieurs mètres.
- **Un magasin sur deux ne déploie pas les explications des étapes au réemploi**, créant un manque de clarté, voire de l'incompréhension chez les client·es qui auraient pu être intéressé·es par les alternatives réemployables.
- **Un magasin sur cinq n'affiche pas systématiquement le prix de la consigne.**



Exemples de produits signalés de façon incomplète en rayon

► **Le choix ambivalent d'une mise en rayon aux côtés des emballages à usage unique**

La présentation des contenants réemployables en rayon est variable d'un magasin à l'autre. **Quatre magasins sur cinq ont fait le choix de disposer les produits en emballages réemployables au milieu des emballages à usage unique habituels.** Ainsi, vous trouverez une bouteille de jus d'orange réemployable au milieu des autres références de bouteilles de jus de fruit jetables.

Cette disposition a l'avantage de toucher des potentiel·les consommateur·ices qui n'avaient pas connaissance de la possibilité d'acheter leurs produits habituels en réemploi, mais il peut aussi entraîner une mauvaise compréhension du système de réemploi (confusion possible avec l'équivalent à usage unique).

Par ailleurs, lorsque les alternatives réemployables sont disposées dans un rayon spécifique (un cas de figure sur cinq), le-la client-e doit faire la démarche d'aller à la recherche de ce rayon réemploi, qui est généralement très peu visible et/ou situé dans des recoins. Les corners réemploi permettent (si bien mis en avant) de faire connaître le dispositif, mais ils doivent être complétés par des bouteilles en rayon, pour que les consommateur-ices aient l'alternative sous les yeux au moment de l'achat.

« Le corner réemploi est très caché et difficile à trouver, il faut chercher longtemps. »

Témoignage recueilli dans le cadre de l'enquête



Un exemple de rayon dédié au réemploi peu visible des client-es (il s'agit d'une allée sans issue située dans un des coins de la grande surface)

Si la disposition des produits dans les rayons habituels permet une meilleure mise en visibilité des emballages réemployables, celle-ci devra cependant s'accompagner à l'avenir de la suppression de leurs équivalents à usage unique et de solutions pour éviter l'augmentation du prix des produits nouvellement concernés par les emballages réemployables.

C. Des produits en réemploi peu attractifs en rayons

Peu visibles, les quelques produits en emballages réemployables présents dans les magasins participants souffrent d'un manque d'attractivité par rapport à leurs équivalents à usage unique. Ce manque d'attractivité est renforcé par deux facteurs :

- La difficulté à reconnaître les produits concernés ou non par le dispositif à cause du manque d'uniformisation des emballages et de leurs étiquetages, ce qui peut décourager le-la consommateur-ice d'adhérer au système ;
- Le prix des produits en emballage réemployable, qui est parfois excessivement plus cher que ceux en emballages à usage unique.

▶ Manque d'uniformisation des emballages concernés

En moyenne, nos enquêteur·ices ont relevé dans chaque magasin la présence de 5 produits en emballage standardisé R-Coeur pour 2 produits en emballage standardisé RVR et 2 produits en emballage réemployable iconique. Ces observations sont proches des données globales de Citeo, qui indique avoir déployé 44 % d'emballages R-Coeur, pour 28 % d'emballages iconiques et 27 % d'emballages RVR [23].

L'existence de plusieurs types d'emballages contribue à complexifier la compréhension du dispositif de consigne. Alors que Citeo fonde l'essentiel de sa communication sur les emballages R-Cœur, identifiables à leur gravure et au logo violet « Rapportez-moi pour réemploi », la coexistence de différentes gammes d'emballages a suscité des incertitudes chez plusieurs de nos enquêteur·ices. Il est à noter que ceux·celles-ci avaient été formé·es en amont sur les éléments permettant de reconnaître les différents types d'emballages. Il y a donc fort à parier que ces difficultés soient accrues du côté de client·es ordinaires.

« Les bouteilles iconiques n'ont aucune référence concernant le réemploi, cela apporte confusion malgré l'étiquette indiquant le prix de la consigne. »

« Il y a deux banderoles accrochées dans des rayons mais je ne vois aucun produit avec l'étiquette violette de réemploi. »

Extraits de témoignages recueillis dans le cadre de l'enquête

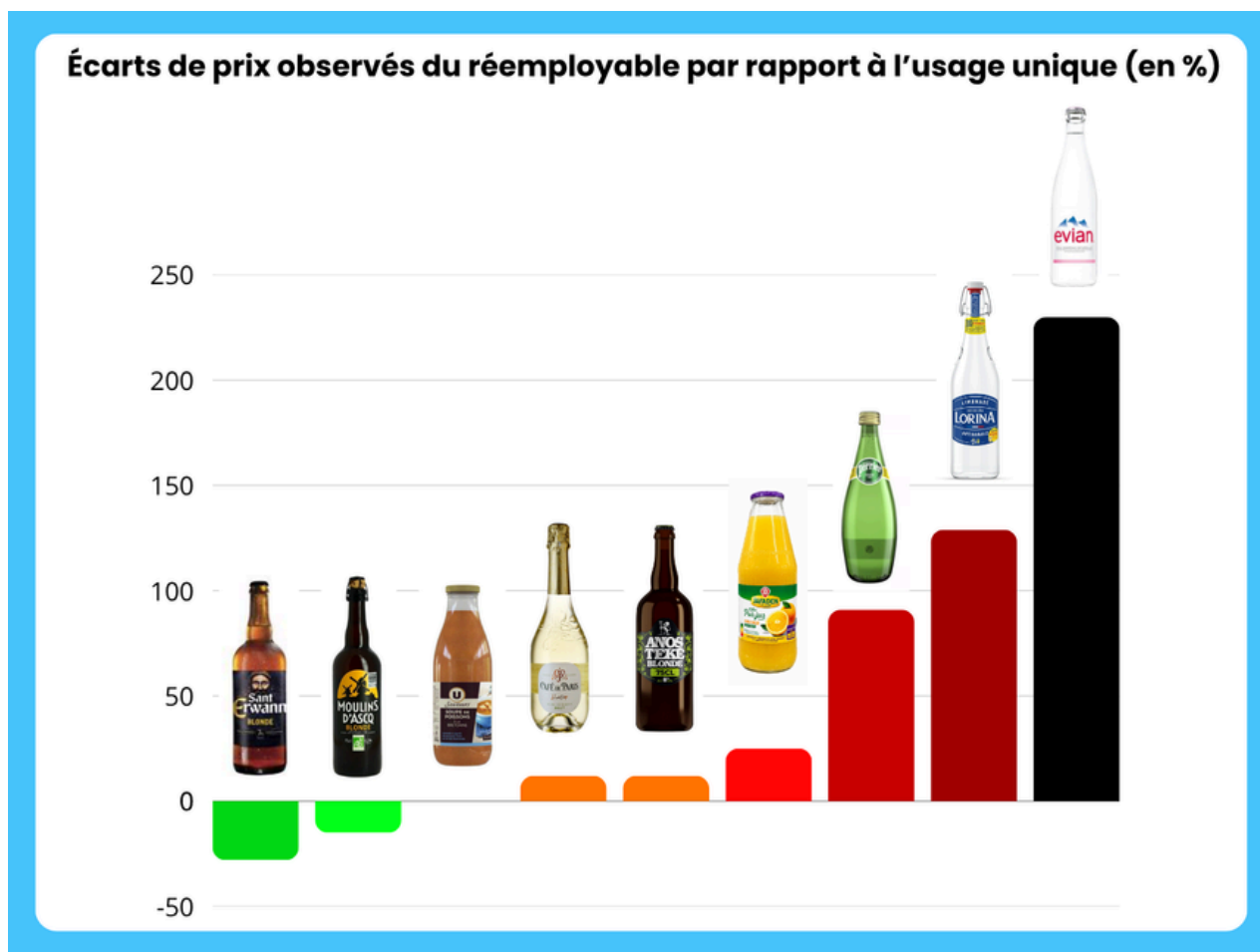


Exemple d'une bouteille standardisée RVR, présentée en rayon comme relevant du dispositif ReUse, alors même qu'aucun élément visible ne permet d'en attester l'appartenance, en l'absence notamment d'étiquette violette et de gravure.

²³ Données issues du ReUse Day du 9 avril 2026

► Différences de prix avec les équivalents à usage unique

Des écarts de prix importants ont été constatés sur certaines bouteilles réemployables par rapport à leurs équivalents en usage unique. C'est notamment le cas des eaux, avec des écarts allant de 2 à 3 fois le prix de la bouteille en plastique. Ces écarts ont été calculés après déduction du montant de la consigne, celle-ci ayant vocation à être intégralement remboursée au·à la consommateur·ice lors de la restitution de l'emballage.



Dans la majorité des cas observés, les produits conditionnés dans des emballages réemployables sont commercialisés à un prix supérieur à celui de leurs équivalents en emballage à usage unique. Ainsi, une bouteille de vin peut afficher un surcoût de 12 % du seul fait de son conditionnement réemployable, tandis qu'un produit de consommation courante tel qu'un jus d'orange peut voir son prix augmenter de 25 %. Les écarts les plus significatifs concernent toutefois les eaux embouteillées, dont la consommation soulève par ailleurs des interrogations tant environnementales que sanitaires. Les relevés effectués font apparaître des hausses de prix comprises entre 90 % et 190 % pour les eaux pétillantes et entre 195 % et 230 % pour les eaux plates.



À titre d'exemple, une même référence d'eau pétillante présente un prix pouvant être multiplié par trois lorsqu'elle est conditionnée dans un emballage réemployable, hors prise en compte du montant de la consigne.

Si certains produits conditionnés dans des emballages consignés affichent un prix inférieur à celui de leurs équivalents en emballage à usage unique, ces cas demeurent exceptionnels. Or, la compétitivité économique des produits en emballages réemployables apparaît comme un facteur déterminant de l'acceptabilité sociale et du déploiement à grande échelle des dispositifs de réemploi. Dans la mesure où le montant de la consigne constitue déjà une avance de trésorerie demandée aux consommateur-ices lors de l'achat, il paraît difficile d'attendre une adoption massive du réemploi lorsque celui-ci s'accompagne, en outre, d'une hausse du prix du produit.

D. Des équipements de déconsignation fonctionnels, mais peu visibles

Après consommation de leur produit, les client-es sont incité-es à rapporter leurs contenants en magasin, en contrepartie du paiement d'une consigne remboursée lors de la restitution. L'enquête met toutefois en évidence des difficultés d'accès à certaines machines, ainsi qu'un déficit d'information à destination des consommateur-ices, auquel les salarié-es peinent eux-mêmes à répondre (modalités de remboursement, possibilité ou non de restitution dans tout point de vente partenaire, etc.).

► Des points de déconsignation parfois difficiles à repérer

Neuf magasins sur dix visités étaient équipés d'une machine de déconsignation. À défaut, la restitution des emballages s'effectue auprès d'un·e employé·e du magasin, à l'aide d'une douchette.

Parmi les établissements dotés d'une machine, celle-ci est facilement repérable dans 71 % des cas, le plus souvent située dans le hall d'entrée. Dans ces conditions, le retour des emballages consignés apparaît globalement simple et intuitif. En revanche, **dans les 29 % de magasins où la machine est moins visible ou difficile à localiser, le parcours client est davantage contraint** : il peut nécessiter de solliciter le personnel ou d'effectuer des déplacements supplémentaires, notamment lorsque l'équipement se situe à un étage différent du centre commercial. Le dispositif perd alors en visibilité, la machine ne jouant plus son rôle de signalement immédiat dès l'entrée du magasin.



Une machine rendue inaccessible par une plante



Une machine située dans un coin de la galerie commerciale, à l'étage en dessous du supermarché concerné

Dans près de 95 % des cas, la machine est fonctionnelle ou semble fonctionnelle (tous·tes nos enquêteur·ices n'ayant pas eu l'occasion de l'essayer). Seuls quelques bugs nous ont été signalés (écran figé, difficultés à reconnaître la bouteille consignée), résolus à chaque fois grâce à la réactivité des employé·es ou du service client.

► Un manque de clarté sur les modalités de remboursement de la consigne

Un certain flou entoure les modalités de remboursement de la consigne, lesquelles ne sont pas systématiquement précisées ni dans les informations disponibles en rayon, ni sur les machines de déconsignation. Ainsi, plus de 40 % de nos enquêteur·ices n'ont pas été en mesure de répondre à la question « Sous quelle forme est-il possible de récupérer la consigne ? ». Parmi eux·elles, certain·es ont sollicité l'aide d'employé·es, sans obtenir de réponse concluante :

« Les employés des rayons des boissons nous ont dit que le retour se fait par bon d'avoir et l'accueil [nous a dit] que c'est soit sur la CB soit en bon d'achat. L'info chez les employés n'est pas la même. »

“Le manager ne savait pas me dire le système de fonctionnement du remboursement.”

“Les vendeurs indiquent à l'oral qu'il n'y a pas de différence entre consigne ou pas consigne.”

Extraits de témoignages recueillis dans le cadre de l'enquête

Seule une affiche explicitant le mode de remboursement a été aperçue sur la machine de déconsignation d'un supermarché : “Remboursement possible par CB ou Bon d'achat. ATTENTION, Monoprix et Carrefour seulement CB”.

Le remboursement par carte bancaire est donc visiblement systématiquement possible, ce qui constitue un élément favorable à l'adhésion au dispositif, dans la mesure où il permet au·à la consommateur·ice de ne pas être contraint·e de rapporter son contenant dans le même magasin que celui de l'achat. Dans cette perspective, la généralisation d'une option de remboursement en espèces pourrait constituer une piste d'amélioration pertinente à explorer.

En tout état de cause, il est nécessaire de communiquer plus clairement sur la forme que prend le remboursement de la consigne, de manière uniforme dans les magasins participants et ce en amont de l'achat du produit en réemploi.

E. Une confusion persistante avec d'autres dispositifs de réemploi et de recyclage

► Confusion avec des systèmes de consigne pour recyclage

Dans certains magasins partenaires du projet, ce dispositif coexiste avec d'autres équipements de collecte destinés au recyclage, ce qui peut être source de confusion pour les consommateur·ices.



Exemples de machines de recyclage concomitantes au système de réemploi ReUse

Or, la consigne pour recyclage répond à une logique fondamentalement différente de celle de la consigne pour réemploi. Certes, dans les deux cas, les consommateur·ices acquittent un montant de consigne lors de l'achat du produit. Toutefois, dans le cadre de la consigne pour recyclage, l'emballage n'a pas vocation à être lavé puis remis en circulation. Les bouteilles collectées sont compactées ou écrasées mécaniquement afin de faciliter leur stockage et leur transport vers les filières de recyclage.

Dès lors, les bénéfices environnementaux associés à ce modèle demeurent inférieurs à ceux du réemploi, lequel permet de prolonger la durée de vie des emballages par de multiples cycles d'utilisation. En outre, la consigne pour recyclage s'inscrit dans la continuité du modèle du tout-jetable, puisqu'elle repose sur la production récurrente de nouveaux emballages destinés à devenir des déchets après une seule utilisation.

En outre, afin de garantir une bonne compréhension du dispositif par le grand public, la formation du personnel aux différents systèmes de collecte et de consigne apparaît essentielle. Celle-ci doit permettre d'informer et d'orienter efficacement les consommateur·ices, tout en évitant les erreurs et incompréhensions que nous avons pu constater sur le terrain :

« Absence totale du dispositif alors que le magasin fait bien partie de la liste communiquée par Citeo. Lorsque j'ai posé la question au personnel on m'a redirigé vers une machine de recyclage qui n'avait rien à voir. »

Témoignage recueilli dans le cadre de l'enquête

► Confusion avec d'autres systèmes de consigne pour réemploi

Dans certains magasins partenaires du projet, ce dispositif coexiste également avec d'autres équipements de collecte destinés à des boucles de réemploi locales. En effet, Citeo n'ayant pas intégré les acteurs locaux dans le dispositif, le projet ReUse est venu s'ajouter à d'autres systèmes préexistants de réemploi. Dans les magasins participant à plusieurs de ces dispositifs, client·es et salarié·es s'y perdent :

« Confusion entre les systèmes de réemploi Loop, Citeo et Réseau Vrac et Réemploi. »

« Deux signalétiques différentes en rayon, une pour l'opération ReUse et une autre pour le réseau Bout à Bout. »

Extraits de témoignages recueillis dans le cadre de l'enquête



Pot "Rapportez-moi - Consigne" relevant d'un autre système de réemploi



Bouteille réemployable Loop qui a été signalée par erreur avec une étiquette ReUse



Système de réemploi "Bout à Bout" concomitant au système ReUse

La non-intégration de certains systèmes de réemploi à ReUse est d'autant plus dommageable qu'elle induit malgré elle une concurrence, comme nous l'a fait remonter un·e enquêteur·ice observant qu'un autre système de consigne comportait des "références assez nombreuses, plus indiquées" et faisait payer une "consigne plus faible de 5 centimes".

Ces exemples mettent en évidence les limites d'un déploiement du réemploi fondé sur une multiplicité de dispositifs peu harmonisés, susceptible de nuire à leur compréhension et à leur appropriation par les consommateur·ices.

F. En résumé : un dispositif qui ne convainc pas

Questionné·es sur leur expérience de consommateur·ices, nos observateur·ices ont accordé la **note moyenne de 2,56/5 au dispositif ReUse**. Derrière ce chiffre, l'enquête montre le déploiement très hétérogène du réemploi au sein même du dispositif ReUse

► Affichage et visibilité

- 1 magasin sur 2 seulement rend sa participation au dispositif visible à l'entrée
- La signalétique en rayon est incomplète dans 63% des magasins
- 3 machines de déconsignation sur 10 sont difficiles à trouver




► Nombre de références disponibles

- Varie de 0 à une vingtaine selon les magasins visités
- 9 produits par magasin en moyenne, avec des disparités selon les enseignes
- Seules quelques catégories de produits concernées (bières, jus de fruits, sodas, eaux), presque rien au-delà des boissons

► Parmi les commentaires récurrents

- Nombre de références disponibles insuffisant
- Manque d'explications et de visibilité
- Difficultés à trouver certaines machines
- Différences de prix avec le jetable défavorables au réemployable
- Information du personnel faible, manque d'attractivité par rapport à d'autres systèmes de consigne pour réemploi.

► Synthèse par enseigne

| | Parmi tous les magasins des régions concernées | Parmi les magasins vérifiés | | | | |
|--|--|--|---|---|--|---|
| | Part de magasins engagés | Part ayant mis des produits en réemploi en rayon | Nombre moyen de références en réemploi en rayon | Part signalant le dispositif dès l'entrée | Part ayant déployé la signalétique complète en rayon | Note moyenne attribuée par les enquêteur·ices |
| Carrefour  | 8,3 % | 83,3 % | 8,2 | 66 % | 8 % | 1,82/5 |
| Coopérative  | 29,9 % | 91 % | 9,6 | 39,4 % | 39,4 % | 2,78/5 |
| Intermarché | 6,3 % | 57,1 % | 7,8 | 57,1 % | 28,6 % | 2,00/5 |
| E.Leclerc  | 19,2 % | 92 % | 4,6 | 46 % | 15 % | 2,50/5 |
| MONOPRIX | 58,3 % | 100 % | 13,9 | 56 % | 44 % | 3,25/5 |
| MOYENNES TOTALES | 14,5 % (pondérée) | 87,8 % | 8,8 références | 48,6 % | 37 % | 2,56/5 |

3. BILAN DE L'EXPÉRIMENTATION REUSE

Si l'enquête porte spécifiquement sur le projet ReUse, plusieurs des difficultés mises en évidence ne sauraient être imputées à ce seul dispositif. Elles renvoient plus largement **aux conditions de déploiement du réemploi en France et au rôle joué par Citeo** dans leur définition. Les développements qui suivent s'appuient donc sur les enseignements tirés de l'enquête pour proposer une analyse plus générale des freins au développement du réemploi, lesquels semblent révéler, au-delà des limites propres au projet étudié, une incapacité ou un manque de volonté de l'éco-organisme à engager une transformation à la hauteur des enjeux.

A. Une adhésion insuffisante des principaux metteurs en marché

Notre analyse du projet met en évidence le **caractère encore très limité de l'offre de produits réemployables** disponible en rayon. En effet, seuls 31 metteurs en marché proposent aujourd'hui des produits réemployables accessibles aux consommateur·ices.

Le profil des acteurs ayant le plus contribué à l'expérimentation témoigne de la faible implication des grands metteurs en marché. En effet, lors du dernier ReUse Day, événement organisé chaque année pour faire un point d'étape sur le projet, Citeo a mis en avant les trois premiers contributeurs au dispositif qui sont des brasseurs locaux indépendants — Brasserie Lancelot, Brasserie de Bretagne et Brasserie du Bout du Monde. Cependant, l'absence d'accès à la liste exhaustive des metteurs en marché engagés constitue un manque de transparence regrettable. Cette opacité limite la possibilité d'évaluer précisément la représentativité du projet, la nature des engagements pris et le niveau réel de mobilisation des différents acteurs de la filière.

Les volumes concernés par cette expérimentation sont donc insuffisants au regard de l'ambition initiale du projet. Or, **le développement du réemploi repose sur la mise en circulation d'un nombre important d'emballages afin de rentabiliser les infrastructures de collecte et de lavage**, d'optimiser les flux logistiques et d'installer durablement les nouveaux usages chez les consommateur·ices. Sans une mobilisation plus forte des principaux metteurs en marché, cette dynamique restera difficile à atteindre.

Dans ce contexte, une augmentation significative du nombre d'emballages réemployables mis sur le marché apparaît indispensable. Pour permettre au réemploi de s'ancrer durablement dans les habitudes de consommation et d'atteindre une masse critique d'utilisateur·ices, **l'offre devra être élargie à plusieurs niveaux** :




- un plus grand nombre de catégories de produits ;
- un plus grand nombre de marques ;
- un plus grand nombre de références au sein de chaque marque ;
- des gammes de produits plus diversifiées.

Ce renforcement de l'offre constitue une condition indispensable pour atteindre l'échelle nécessaire au succès du réemploi et répondre aux exigences réglementaires à venir. Cet enjeu est d'autant plus important que **le règlement européen PPWR impose au secteur des boissons d'atteindre 40 % d'emballages réemployables d'ici 2040 [24]**. Dans ce contexte, une montée en puissance rapide du nombre de références, des volumes mis sur le marché et de l'engagement des metteurs en marché apparaît désormais incontournable.

B. Un recul progressif de l'engagement des distributeurs

Quelques données sur l'engagement hétérogène des distributeurs :

- Une participation très variable en fonction des enseignes [25]

| | Nombre de magasins présents dans les régions concernées (hors Drive) | Nombre de magasins engagés dans ReUse (au 11 mars 2026) | Part des magasins engagés dans ReUse |
|--|--|---|--------------------------------------|
| Carrefour  | 1071 | 89 | 8,3 % |
| Coopérative  | 479 | 143 | 29,9 % |
| Intermarché | 486 | 31 | 6,3 % |
| E.Leclerc  | 239 | 46 | 19,2 % |
| MONOPRIX | 48 | 28 | 58,3 % |

- Moins de 5 produits disponibles en réemploi dans les magasins Leclerc participants, contre près de 14 dans les magasins Monoprix

Cette expérimentation démontre que, **sans contrainte forte imposée aux distributeurs, le développement du réemploi peine à se concrétiser**. Alors que près de 1 000 magasins avaient initialement manifesté leur intérêt pour le dispositif, celui-ci n'a finalement été conçu que pour 750 points de vente, dont seulement environ 350 sont aujourd'hui réellement actifs. Face à cette forte érosion du volontariat des grandes enseignes, un nouvel appel à manifestation d'intérêt a même dû être lancé fin 2025 par Citeo afin de tenter de remobiliser les distributeurs.

²⁴ L'article 29 para. 6 du règlement emballages et déchets d'emballage consacre l'obligation de proposer les boissons alcooliques et non alcooliques dans des emballages réemployables dans le cadre d'un système de réemploi.

²⁵ Ces chiffres prennent en compte les grandes et moyennes surfaces de libre-service, hors drive.

Ce constat met en évidence les **limites d'une approche fondée sur le volontariat**. Afin de permettre un véritable changement d'échelle du réemploi, il apparaît nécessaire d'instaurer, pour les grandes et moyennes surfaces, **une obligation de mise à disposition d'emballages réemployables ainsi qu'une obligation de reprise de ces emballages** après usage, qui devront être en vigueur au plus tard au 1er janvier 2030 [26]. L'expérience montre en effet que les démarches volontaires ne suffisent pas à garantir une participation suffisamment large et durable des distributeurs.

C. Un manque d'ambition et d'engagement de Citeo et de ses adhérents

► Une gouvernance fragilisée par la concentration des pouvoirs entre les acteurs du marché

Citeo est une entreprise privée dirigée par les grands groupes composant son conseil d'administration tels que Nestlé, Heineken ou L'Oréal [27]. Cette organisation place les **producteurs en position de « juge et partie »** puisque ce sont eux qui définissent les orientations stratégiques de la filière. Leur pouvoir d'arbitrage budgétaire (priorisation des dépenses de Citeo) est loin d'être anecdotique, même s'il est théoriquement encadré par le cahier des charges de la filière qui relève du pouvoir réglementaire.

Ainsi, alors que l'article L. 541-10-5 du Code de l'environnement impose de consacrer **au moins 5 % des contributions financières au développement du réemploi et de la réutilisation, Citeo n'y a consacré que 2,16 % en 2024 et Adelphe 2,66 %**. Seul Léko atteint l'objectif en accordant 5,43 % des éco-contributions collectées au fonds réemploi [28]. Pour les années 2025 et 2026, Citeo n'a pas communiqué publiquement sur ses dépenses en matière de réemploi et il est très probable que les 5 % n'aient encore pas été atteints. Le conseil d'administration de Citeo se doit pourtant de veiller au respect des obligations fixées dans le cahier des charges de la filière, et l'État, de son côté, doit sanctionner les éco-organismes manquant à leurs obligations réglementaires.

► Une obligation de standardisation progressivement vidée de sa substance

La standardisation des emballages constitue l'une des conditions indispensables au développement du réemploi à grande échelle. En reposant sur des formats communs, elle permet de produire davantage d'emballages à moindre coût, de mutualiser les investissements entre les différents acteurs de la chaîne et de simplifier considérablement les opérations de collecte, de transport et de lavage. Elle favorise également une meilleure compréhension du dispositif par les consommateur-ices, qui identifient plus facilement les emballages consignés. **En réduisant les besoins en matières premières et en énergie** nécessaires à la fabrication de nouveaux contenants, elle améliore les performances environnementales du système. La standardisation constitue ainsi l'un des principaux leviers du changement d'échelle du réemploi.

26 L'article 29 para. 9. du règlement emballages et déchets d'emballage consacre une obligation de reprise sans frais par les distributeurs finaux, avec une restitution intégrale du coût de la consigne aux consommateur-ices. Plus précisément, ils ont pour obligation de reprendre gratuitement tous les emballages réutilisables du même type, de la même forme et de la même taille que les emballages qu'ils mettent à disposition sur le marché". Le texte prévoit toutefois un certain nombre d'exemptions, notamment en fonction de la surface de vente ou de la densité de la population dans la zone d'implantation.

27 Citeo, Conseil d'administration de CITEO Emballages Ménagers et Papiers

28 ADEME, « Emballages ménagers et papiers graphiques : données 2024 », p. 27.

Cependant deux obstacles majeurs freinent aujourd'hui le développement et le recours à des emballages réemployables standardisés.

D'une part, Citeo et Adelphe ont fait le choix de constituer une toute nouvelle gamme d'emballages réemployables, sans se fonder sur l'existant (emballages labellisés par le Réseau Vrac et Réemploi). Ce choix a conduit à la **coexistence de différents types d'emballages réemployables standardisés** (R-Coeur et RVR). Citeo et Adelphe acceptent en outre le **développement par certains metteurs en marché de leurs propres emballages réemployables dits "iconiques"**. Cette situation permet certes à certaines marques de conserver leur emballage emblématique sans avoir à l'adapter au format standardisé. Toutefois, cette approche permissive soulève un enjeu majeur : si cette possibilité est accordée à quelques acteurs aujourd'hui, rien n'empêchera demain à l'ensemble des marques de revendiquer le même traitement. À terme, **la multiplication des exceptions risquerait ainsi de compromettre le développement d'un système de réemploi fondé sur la standardisation, pourtant indispensable à sa viabilité économique, logistique et environnementale.**

D'autre part, le cahier des charges prévoit explicitement que l'éco-organisme doit prendre les dispositions nécessaires pour garantir aux producteurs d'emballages ménagers un **libre accès à la documentation technique** définissant les gammes standardisées. Or, nous ne disposons à ce jour d'aucun élément permettant de vérifier que ces informations sont effectivement mises à la disposition de l'ensemble des producteurs concernés.

Enfin, tandis que ce projet est piloté par Citeo et Adelphe, l'éco-organisme Léko a décidé de choisir un tout autre format avec son programme "En route pour le réemploi", et ne participe donc pas au projet ReUse. Pourtant, le cahier des charges de la filière prévoit que **Citeo et Léko doivent collaborer pour élaborer une gamme d'emballages réemployables standards**. Pour un déploiement national, la question se pose donc du meilleur modèle à déployer.

► **La politique de réemploi de Citeo aboutit à un développement trop lent du réemploi qui menace fortement un écosystème (re)naissant et encore fragile**

En mai 2026, l'annonce de la liquidation judiciaire du centre de lavage Uzaje a fait l'effet d'une bombe au sein de l'écosystème du réemploi des emballages. Avec 4 centres de lavage et une capacité de lavage de 150 millions de contenants par an, Uzaje était un acteur majeur de la filière de réemploi qui avait réussi à lever plus de 15 millions d'euros pour développer des infrastructures de lavage entièrement dédiées au réemploi.

Or, il ne s'agit pas d'un cas isolé : l'opérateur de réemploi Swiv est en redressement judiciaire depuis novembre 2025, et l'opérateur Alternative 7, plus connu sous le nom "J'aime mes bouteilles" a mis fin à son activité en juillet 2025. Plus généralement, alors que l'Ademe recensait 60 centres de lavage il y a quelques années, seulement 45 seraient encore en fonctionnement en 2025 [29].

29 Réseau Vrac et Réemploi, Vers un baromètre économique de la filière du vrac et du réemploi, mai 2024

Initialement présenté comme un dispositif devant être déployé à l'échelle nationale dès 2025, le projet ReUse a connu un retard considérable, dont les conséquences se font directement sentir sur les acteurs de terrain. En effet, le développement du réemploi suppose la mise en place d'infrastructures adaptées — notamment des centres de lavage et des dispositifs logistiques dédiés — ainsi que la circulation de volumes suffisants d'emballages réemployables. Or, le faible nombre de magasins et de marques engagées dans le dispositif, combiné à un nombre limité de références disponibles, **ne permettent pas d'atteindre la masse critique nécessaire au fonctionnement et à la viabilité économique de ces infrastructures**. Cette situation fragilise l'ensemble de l'écosystème du réemploi en France. Par ailleurs, **l'absence de sanctions de l'État** à l'encontre de Citeo et d'Adelphi malgré le non-respect des objectifs de réemploi ne crée pas d'incitation forte à accélérer le déploiement du dispositif. Faute de volumes suffisants, certains acteurs se trouvent ainsi confrontés à des difficultés économiques pouvant conduire à la fermeture de sites pourtant essentiels au développement de la filière.

► **Du pilote au national : des questions structurantes restent en suspens**

Le projet Reuse a eu le mérite d'**engager une réflexion sur la filière de réemploi des emballages ménagers et sur son modèle opérationnel**. Le projet a notamment permis de clarifier le fonctionnement d'un système de suivi pour les emballages réemployables. Il a également contribué à renforcer et à harmoniser les processus logistiques ainsi que les exigences de qualité. Enfin, il a amorcé les travaux visant à définir le fonctionnement de la chambre de compensation, organisme intermédiaire financier centralisant la gestion financière et le risque associée à la consigne.

En revanche, des interrogations fortes subsistent sur le modèle économique à terme, et notamment la répartition des coûts entre les distributeurs - sur lesquels ne pèse pas encore d'obligation de reprise, et pour lesquels le réemploi entraîne des coûts (espace en point de vente, et en stockage, main d'œuvre...) - et les producteurs.

Six ans après la loi AGECE et en plein débat entre deux systèmes de consigne (réemploi et recyclage), ce flou permanent inquiète en vue du déploiement national de la consigne pour réemploi. En effet, nous pensons par exemple qu'**un doublement du fonds réemploi est une condition sine qua non pour engager le changement d'échelle au national**, tout comme la nécessité d'utiliser les standards ou encore l'obligation de reprise des emballages par les distributeurs.

Ainsi, largement invisibilisé dans des rayons saturés par l'usage unique, le réemploi est traité comme une expérimentation de niche, dont les modalités sont fixées par les producteurs eux-mêmes.

4. NOS DEMANDES

- ▶ Faire respecter l'obligation de consacrer au moins 5 % du montant des éco-contributions des éco-organismes au réemploi et porter cette part à un minimum de 10 %
- ▶ Renforcer le suivi de l'action des éco-organismes en matière de réemploi : le Ministère doit exercer pleinement ses pouvoirs de contrôle et de sanction en exigeant notamment une augmentation des financements lorsque les objectifs minimaux réglementaires ne sont pas atteints
- ▶ Encadrer la reprise des emballages réemployables par les distributeurs
- ▶ Adopter des objectifs sectoriels contraignants dans le cadre du décret et de la Stratégie 3R pour la période 2026-2030
- ▶ Contraindre les éco-organismes à mettre en place un système de primes et pénalités aux montants plus élevés, afin de rendre les emballages réemployables plus compétitifs que les emballages à usage unique
- ▶ Recourir à un système de réemploi basé exclusivement sur des emballages standardisés et accessibles à tous les metteurs en marché
- ▶ Assurer la définition des standards par les pouvoirs publics
- ▶ Confier la gestion des fonds réemploi à un tiers ne se trouvant pas dans une situation de conflit d'intérêt



ANNEXES

► Annexe 1 - Représentativité de l'enquête

Le tableau suivant met en visibilité d'une part, le nombre et la répartition par région et enseignes des magasins engagés dans le dispositif ReUse ("Magasins recensés"), et, d'autre part, le nombre et la répartition des magasins dans lesquels nous sommes allés enquêter.

| | Magasins recensés | | Magasins observés | |
|------------------|-------------------|---------|-------------------|---------|
| | Absolu | Relatif | Absolu | Relatif |
| Total | 339 | 100,0 | 74 | 100,0 |
| Hauts-de-France | 62 | 18,3 | 12 | 16,2 |
| Bretagne | 104 | 30,7 | 18 | 24,3 |
| Normandie | 47 | 13,9 | 8 | 10,8 |
| Pays-de-la-Loire | 126 | 37,2 | 36 | 48,6 |
| Carrefour | 89 | 26,3 | 12 | 16,2 |
| Monoprix | 28 | 8,3 | 9 | 12,2 |
| Intermarché | 31 | 9,1 | 8 | 10,8 |
| Super U | 143 | 42,2 | 32 | 43,2 |
| Leclerc | 46 | 13,6 | 13 | 17,6 |
| Brasserie du BDM | 2 | 0,6 | 0 | 0,0 |

Une surreprésentation des magasins situés en Pays-de-la-Loire dans notre enquête est à prendre en compte (+ 11 points par rapport au total). Ceci est dû à une forte présence et mobilisation de nos groupes locaux dans cette région. De même, les enseignes Carrefour sont sous-représentées (- 10 points). En dehors de ces deux cas, la répartition par enseigne et par région de notre enquête est assez conforme à la réalité, avec de faibles écarts de représentativité : tous sont compris entre 1 et 6 points.

► Annexe 2 - Questionnaire rempli par les groupes locaux

En page suivante, se trouve le questionnaire d'enquête complet diffusé aux groupes locaux situés dans des régions concernées par le système ReUse. Précision : le questionnaire comportait des renvois de questions qui n'apparaissent pas (exemple : si le·la répondant·e coche "Je ne vois aucun emballage réemployable mis en rayon" à la question 7, alors il·elle passe directement à la question 18)

Enquête dispositif ReUse
* Indique une question obligatoire

1. Prénom Nom *

Zone de texte

2. Adresse e-mail *

Zone de texte

3. Groupe local *

Zone de texte

4. Magasin vérifié *

Zone de texte

5. Date à laquelle la vérification a été effectuée *

Calendrier

Mise en place du dispositif

6. L'engagement du supermarché dans le dispositif ReUse est-il perceptible dès l'entrée du magasin ? * Une seule réponse possible.

- Oui
- Non

7. Est-ce que le magasin a bien mis en rayon des emballages réemployables ? * Une seule réponse possible.

- Des emballages réemployables sont disponibles
- Des emballages réemployables sont censés être présents mais les emplacements sont vides / en rupture de stock
- Je ne vois aucun emballage réemployable mis en rayon

8. Dans quels rayons avez-vous vu des alternatives réemployables ? * Plusieurs réponses possibles.

- | | |
|----------|----------------------------|
| • Eaux | • Jus de fruits et nectars |
| • Sodas | • Soupes |
| • Bières | • Autre : |
| • Vins | |

Vérification des alternatives réemployables

9. Comment les produits en emballages réemployables sont-ils disposés dans le magasin ? * Une seule réponse possible.

- Dans un espace dédié au réemploi
- Dans le rayon habituel avec les produits vendus en emballages à usage unique

10. Quels types d'emballages réemployables sont proposés ? * Plusieurs réponses possibles.

- Des emballages R-Coeur
- Des emballages Réseau Vrac & Réemploi
- Des emballages iconiques (propres à chaque marque)

11. Combien de références R Cœur différentes sont proposées ? Une seule réponse possible.

12. Combien de références Réseau Vrac & Réemploi différentes sont proposées ? Une seule réponse possible.

13. Combien de références iconiques différentes sont proposées ? Une seule réponse possible.

Visibilité

14. Est-ce que les emballages réemployables sont bien visibles et mis en avant dans le magasin ? * Trois éléments à prendre en compte : 1) étiquette indiquant le prix de la consigne, 2) explication des étapes du système de réemploi, 3) panneaux ou affiches "stop-rayon" visibles à plusieurs mètres et indiquant l'existence du dispositif. Plusieurs réponses possibles.

- Visibilité du produit et affichage complet (comme sur la photo ci-dessus)
- Absence de l'étiquette sur le prix de la consigne
- Absence des explications des étapes du réemploi
- Absence du grand panneau stop-rayon

15. Si vous avez des commentaires sur la signalétique (exemple : situation différente selon les rayons), faites-les ici

Zone de texte

16. Dans le cas où un produit en emballage réemployable est également disponible en emballage à usage unique, observez-vous une différence de prix (hors consigne) ? *
Une seule réponse possible.

- Oui
- Non
- Ça dépend des produits
- Aucun produit équivalent en emballage à usage unique

17. Si oui, de combien est la différence et sur quel(s) produit(s) ? Précisez le prix du produit en emballage à usage unique et le prix du produit en emballage réemployable

Zone de texte

Systeme de retour

18. Le magasin est-il équipé d'une machine de déconsignation ou d'un autre système de retour ? * Préciser le fonctionnement du système de retour s'il n'y a pas de machine de déconsignation. Une seule réponse possible.

- Oui
- Autre :

19. Cette machine est... * Une seule réponse possible.

- Facilement trouvable
- Difficilement trouvable (besoin de demander ou de beaucoup chercher, si la borne n'est pas directement à l'entrée du magasin par exemple)
- Pas de machine de déconsignation

20. Quel est son état de fonctionnement ? Une seule réponse possible.

- Je l'ai essayée et elle est fonctionnelle
- Je l'ai essayée et j'ai constaté des problèmes
- Je ne l'ai pas essayé mais elle a l'air fonctionnelle
- Elle est hors service

21. Si vous avez constaté des bugs, de quelle nature sont-ils ? Une seule réponse possible.

- Capacités saturées
- QR code qui ne fonctionne pas
- Autre :

22. Sous quelle forme est-il possible de récupérer la consigne ? * Plusieurs réponses possibles.

- Sur sa carte bancaire
- En cash
- En bon d'achat
- Je ne sais pas

Conclusion

23. Quelle note attribueriez-vous à votre expérience de consommateur.ice vis-à-vis du dispositif ReUse ?

1 2 3 4 5

24. Avez-vous des remarques particulières à nous faire remonter ?

Zone de texte

25. Éventuelles photos que vous souhaitez nous partager :

Zone de dépôt

ASSOCIATION ZERO WASTE FRANCE

- ▶ 1 passage Emma Calvé, 75012 Paris
contact@zerowastefrance.org
www.zerowastefrance.org
- ▶ Rédaction : Marine Bonavita, Ludivine Dumas et Bastien Faure
Mise en page : Ludivine Dumas et Marine Bonavita
Relectures : Chloë Dumas, Marine Guyader et Clémence Hamard
Graphisme et illustration : Mora Prince - atelier c'est signé
Juin 2026
- ▶ Sauf mention contraire, les textes et photos de ce livret sont mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Paternité Pas d'Utilisation Commerciale - Partage à l'identique 2.0 France. (<http://creativecommons.org>)

