

DEDICATED



Sondage sur l'intérêt des Belges en matière d'utilisation de plastiques et de leur recyclage

voice



Décembre 2020



Table des matières

Présentation de l'étude	5
1. Contexte et objectifs de l'étude	6
2. Méthodologie	7
3. Description de l'échantillon	8
4. Critères d'analyses	9
Principaux résultats	10
1. Respect de l'environnement et consommation de plastique	11
1.1. Comportements subjectifs vis-à-vis de l'environnement	11
1.2. Position vis-à-vis de l'utilisation des plastiques	12
1.3. Acteurs susceptibles d'œuvrer pour réduire l'utilisation des plastiques	13
1.4. Accueil des initiatives des chaînes de distribution pour réduire l'utilisation du plastique	14
1.5. Impact du comportement des consommateurs sur la surconsommation du plastique	15
1.6. Efforts personnels pour réduire la consommation de plastique	16
1.7. Motifs de résignation devant la consommation de plastique	17
1.8. Evolution de la consommation de plastique durant la crise sanitaire	18
2. Environnement et comportements d'achats	19
2.1. Types d'emballages dont la consommation est susceptible d'être réduite ou supprimée	19
2.2. Critères de choix lors de l'achat des produits d'entretien	20
2.3. Nature des emballage attendus pour les produits d'entretien	21

Table des matières

3.	Mesurer la connaissance en matière de plastique et de son recyclage	22
3.1.	Niveau de recyclabilité perçu des différents plastiques	22
3.2.	Taux de recyclage estimé des emballages plastiques	23
3.3.	La connaissance du phénomène des microplastiques	24
3.4.	Notoriété de la présence de microplastique dans l'alimentation	25
3.5.	Les mesures les plus efficaces pour réduire la consommation de plastique	26
4.	Notoriété et compréhension des logos liés au recyclage	27
4.1.	Impact des logos de recyclage sur les achats	27
4.2.	Point vert	28
4.3.	Cercle de Möbius	29
4.4.	Ecolabel	30
4.5.	Polytéréphtalate d'éthylène	31
4.6.	100% PET recyclé	32
5.	Informations concernant l'impact environnemental	33
5.1.	Niveau d'information globale souhaité	33
5.2.	Information concernant la recyclabilité	34
5.3.	Niveau de connaissance du Nutri-score	35
5.4.	Utilisation du Nutri-score pour orienter les achats	36


Table des matières


5.5.	Intérêt envers un Plasti-score	37
5.6.	Accueil a priori envers un Plasti-score	38
6.	La taxation de produits non/peu recyclables	39
6.1.	La notoriété de la taxe plastique	39
6.2.	Définition connue des plastiques à usage unique	40
6.3.	Position concernant l'interdiction du plastique à usage uni	41
6.4.	Acceptation d'une taxe sur les produits non recyclables	42
6.5.	Acceptation d'un surcout pour les plastiques recyclables	43
6.6.	Masques en tissu versus masques jetables	44
6.7.	Importance de la pollution due aux masques à usage unique	45
	Synthèse	46


Présentation de l'étude




1. Contexte et objectifs de l'étude

-  Frosch propose une gamme de produits de nettoyage plus respectueux de l'environnement, d'une part en minimisant l'utilisation des plastiques dans la production des nettoyants et d'autre part en maximisant l'utilisation de plastiques recyclés pour les nettoyants et pour les contenants. Frosch est en outre attentif à la recyclabilité des plastiques utilisés.

-  Frosch a mandaté l'agence Voice afin de réaliser une étude auprès du grand public pour d'une part, mesurer sa (mé)connaissance en matière de la problématique des plastiques et du recyclage de ceux-ci ; et d'autre part, mesurer son intérêt envers plus d'informations sur la question.

-  Les principales informations à collecter dans le cadre de ce sondage étaient notamment les suivantes :
 - la sensibilité à la problématique de la surconsommation des plastiques,
 - les attitudes envers la consommation de plastique et d'emballages en tous genres,
 - la connaissance de la problématique,
 - la notoriété et l'intérêt envers différents logos liés aux aspects environnementaux et de recyclabilité,
 - l'intérêt a priori envers un « Plasti-score »,
 - l'arrivée de la taxe plastique,
 - la consommation de plastique (et de masques à usage unique) durant la crise sanitaire.

2. Méthodologie


-  Dans le cadre de ce sondage, 1.000 Belges âgés de 18 ans et plus ont été interrogés (PRA). Plus précisément :
- l'enquête a été réalisée par internet,
 - tous les répondants ont été recrutés aléatoirement dans le @panel de Dedicated (Ded@panel), dans le respect de quotas portant sur les principaux critères sociodémographiques (province, genre, âge et classe sociale établie à partir du niveau d'instruction et de la situation professionnelle),
 - pour participer à cette étude, les répondants devaient répondre aux critères suivants:
 - être âgés de 18 et plus,
 - être l'une des personnes responsables des achats (PRA) au sein du ménage,
 - le questionnaire a été élaboré par Dedicated et approuvé par Voice,
 - la durée moyenne des enquêtes a été de 12 minutes,
 - le nom du commanditaire de l'étude n'a pas été mentionné lors du recrutement et en début d'enquête de manière à ne pas influencer les questions de notoriété,
 - sur l'échantillon total (N = 1.000), la marge d'erreur maximale (c'est-à-dire pour des fréquences observées proches de 50%) est de $\pm 3,10\%$,
 - les enquêtes ont été réalisées dans le strict respect des standards de qualité EMRQS (Efamro Market Research Quality Standards), ainsi que du code de conduite ESOMAR.


3. Description de l'échantillon


L'échantillon analysé se présente comme suit :

Critères de classification		Total		Echantillon pondéré	
Genre	Hommes	495	50%	487	49%
	Femmes	505	50%	513	51%
Age	25-34 ans	255	26%	264	26%
	35-54 ans	349	35%	335	33%
	55-75 ans	396	40%	401	40%
Provinces	Anvers	163	16%	163	16%
	Brabant flamand	84	8%	100	10%
	Limbourg	69	7%	78	8%
	Flandre occidentale	119	12%	108	11%
	Flandre orientale	119	12%	134	13%
	Bruxelles (19 communes)	103	10%	102	10%
	Brabant wallon	41	4%	35	3%
	Liège	104	10%	96	10%
	Namur	45	5%	43	4%
	Luxembourg	26	3%	24	2%
	Hainaut	127	13%	117	12%
Groupes sociaux	<i>(« Supérieurs ») Groupes 1 à 2</i>	270	27%	264	26%
	<i>(« Intermédiaires ») Groupes 3 à 5</i>	468	47%	470	47%
	<i>(« Inférieurs ») Groupes 6 à 8</i>	262	26%	266	27%
TOTAL		N = 1.000	100%	1.000	100%

4. Critères d'analyses

-  Afin d'exposer les résultats de la façon la plus claire possible, chaque diapositive sera présentée de la même façon: les titres annoncent le thème, l'intitulé de la question est rappelé au-dessus du graphique.

-  En bas de page, nous précisons la base (nature et nombre de répondants sur lesquels porte la question) ainsi que le type de réponse :
 - réponses « assistées » lorsque les répondants pouvaient choisir leur(s) réponse(s) dans une liste de modalités de réponses qui leur était proposée,
 - réponses « spontanées » lorsqu'aucune modalité de réponse n'était proposée aux répondants et qu'ils devaient rédiger eux-mêmes leurs réponses, c'est-à-dire réponses à une question dite « ouverte ».

-  Concernant les graphiques, les résultats ont été ventilés en fonction des 3 critères suivants :
 - le genre: « hommes » versus « femmes »,
 - la classe d'âge : de 18 à 34 ans (18-34), de 35 à 54 ans (35-54), 55 ans et plus (55+),
 - et la classe sociale établie sur base du niveau d'instruction et de la situation professionnelle,

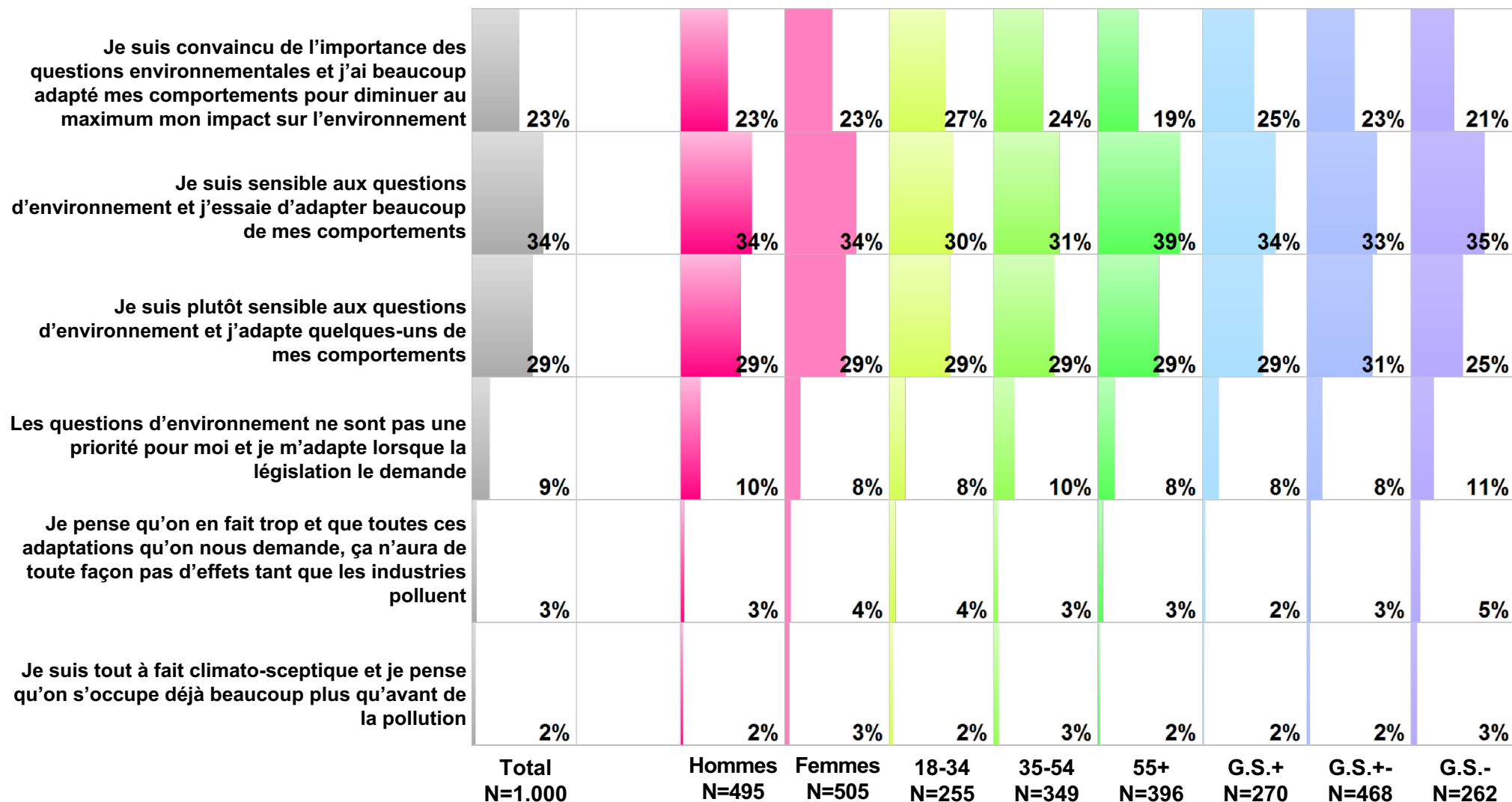
Total N=1.000	Hommes N=495	Femmes N=505	18-34 N=255	35-54 N=349	55+ N=396	G.S.+ N=270	G.S.+/- N=468	G.S.- N=262
-------------------------	------------------------	------------------------	-----------------------	-----------------------	---------------------	-----------------------	-------------------------	-----------------------

Principaux résultats

1. Respect de l'environnement et consommation de plastique

1.1. Comportements subjectifs vis-à-vis de l'environnement

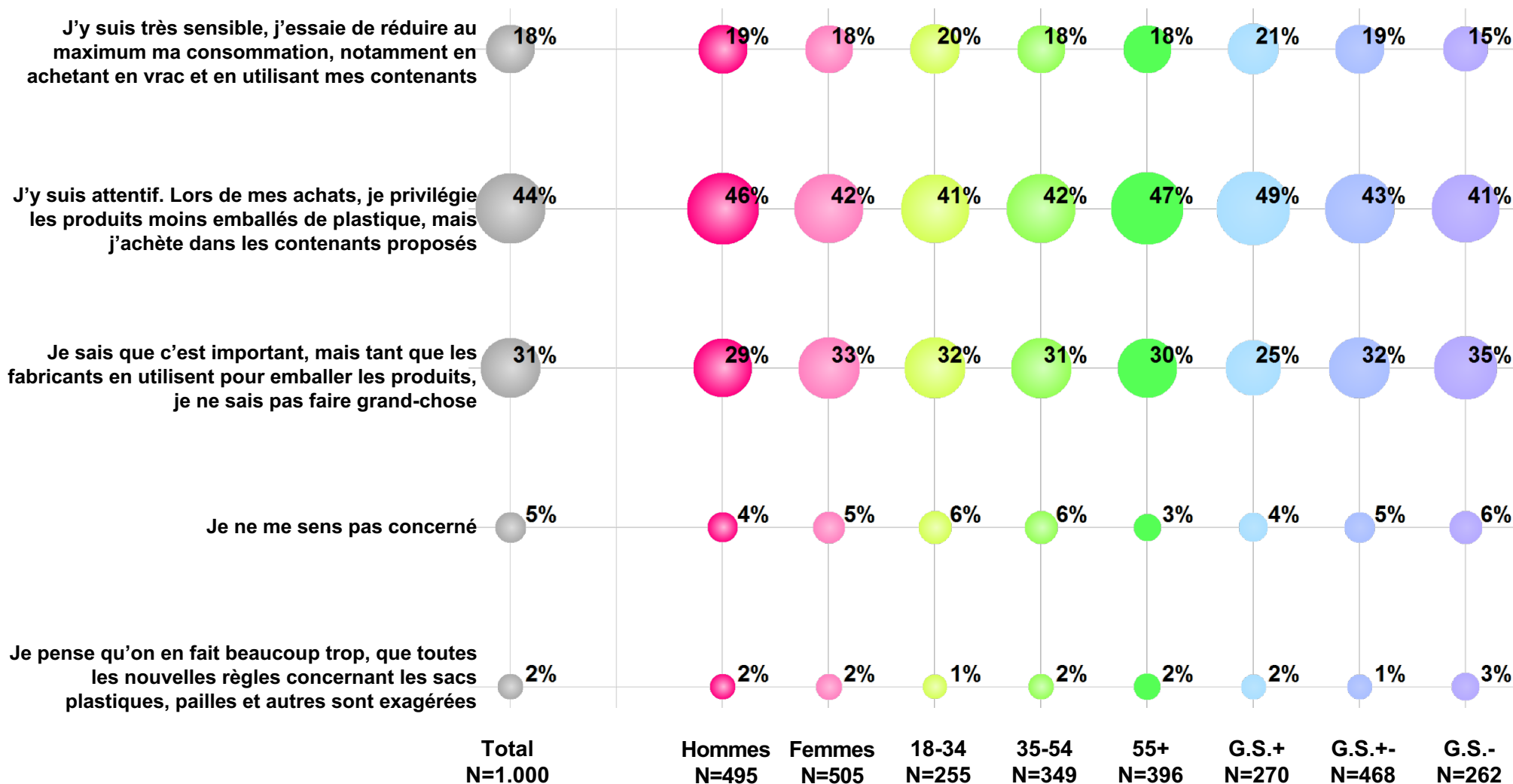
Q2: Parmi ces affirmations en matière de sensibilité aux questions environnementales, pourriez-vous indiquer laquelle se rapproche le plus de vous (même si aucune ne correspond vraiment, de laquelle vous sentez-vous le plus proche) ?



[%, réponses assistées; base : échantillon total ; N = 1.000]

1.2. Position vis-à-vis de l'utilisation des plastiques

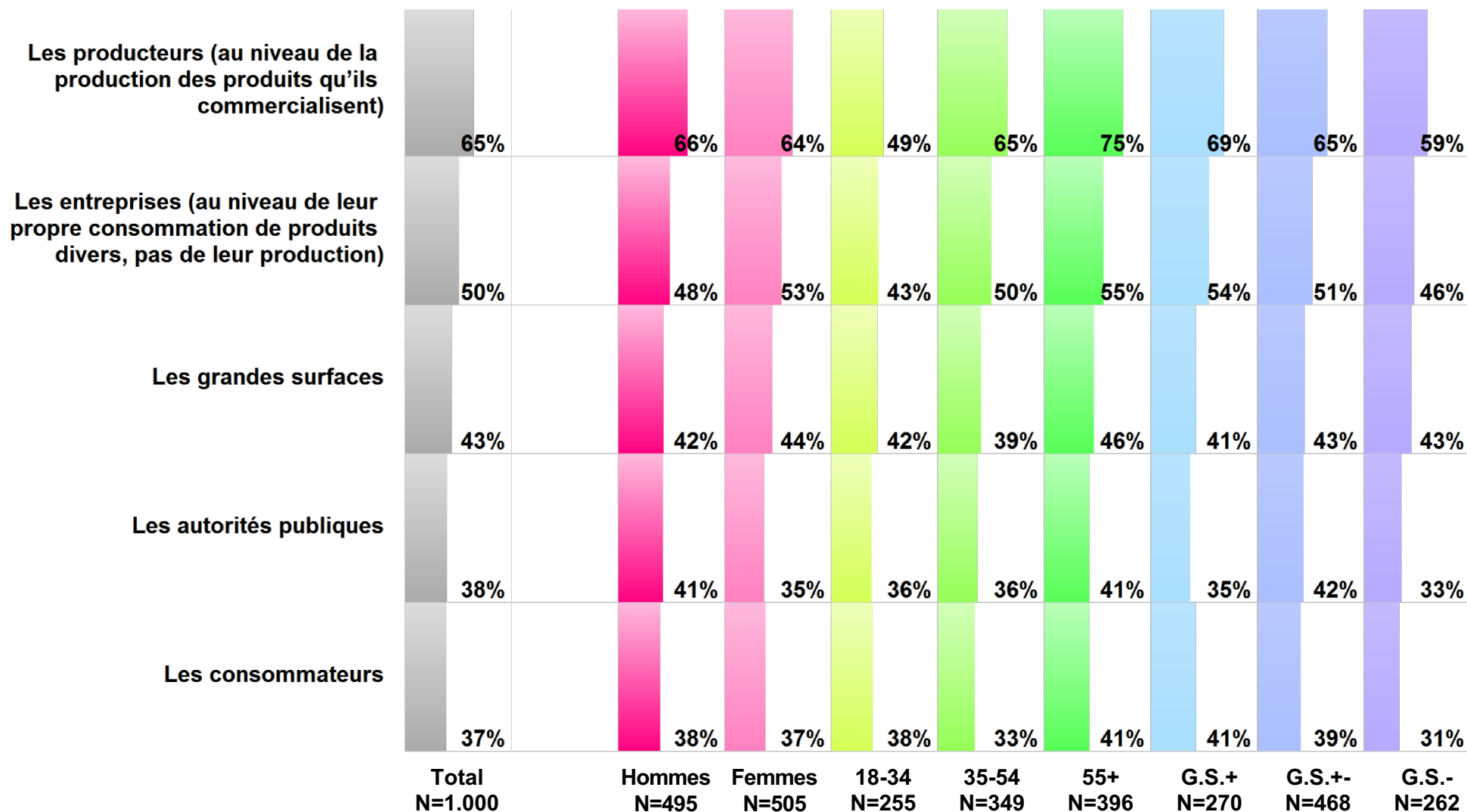
Q4: Êtes-vous sensible à la problématique de la surconsommation des plastiques ? Pour quelles raisons ?



[%, réponses assistées; base : échantillon total ; N = 1.000]

1.3. Acteurs susceptibles d'œuvrer pour réduire l'utilisation des plastiques

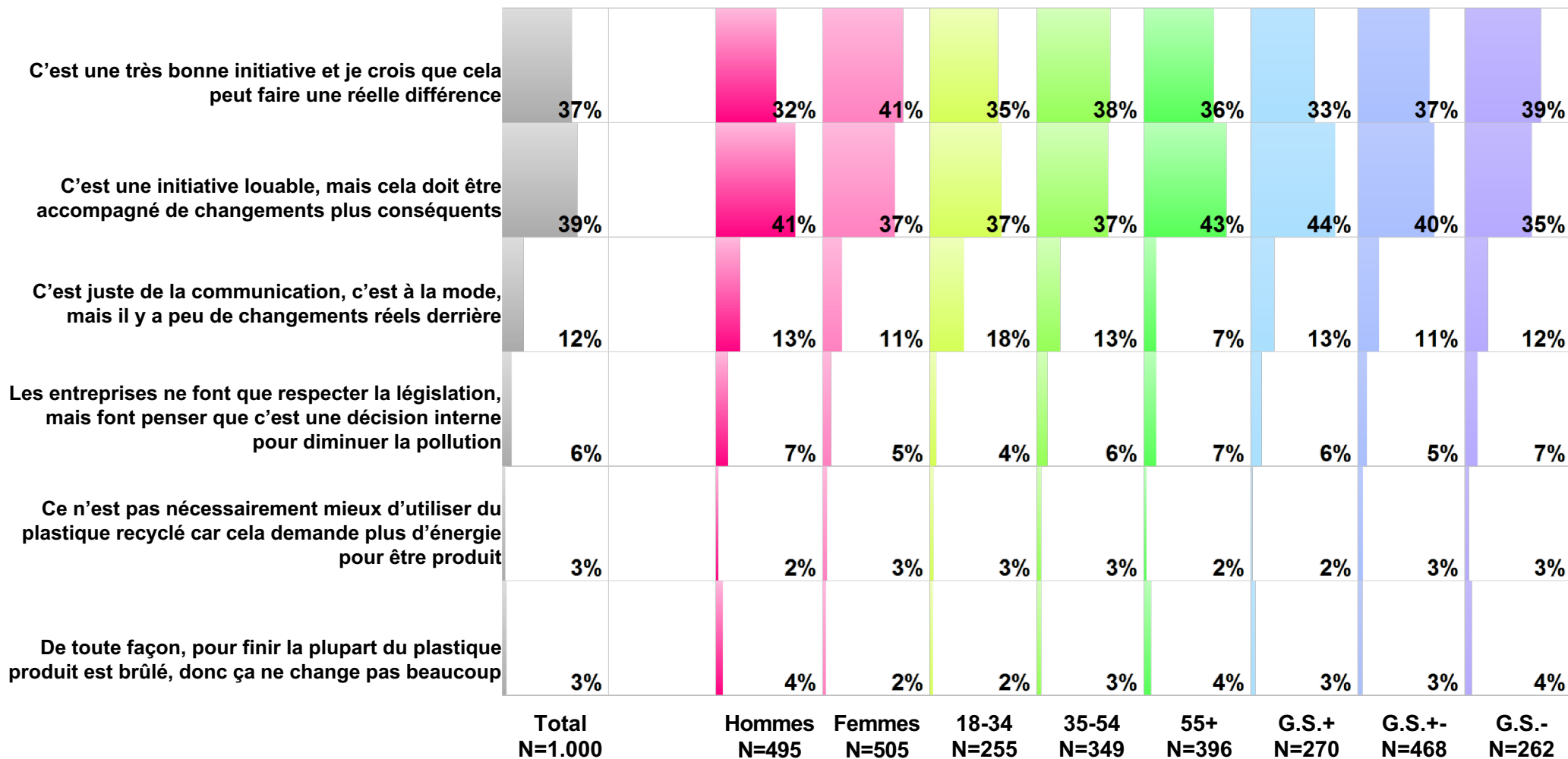
Q5: Selon vous, parmi les acteurs suivants, lesquels devraient s'impliquer davantage dans la réduction de l'utilisation des plastiques ? Vous pouvez cocher plusieurs réponses dans la liste qui suit.



[%, réponses assistées; base : échantillon total ; N = 1.000]

1.4. Accueil des initiatives des chaînes de distribution pour réduire l'utilisation du plastique

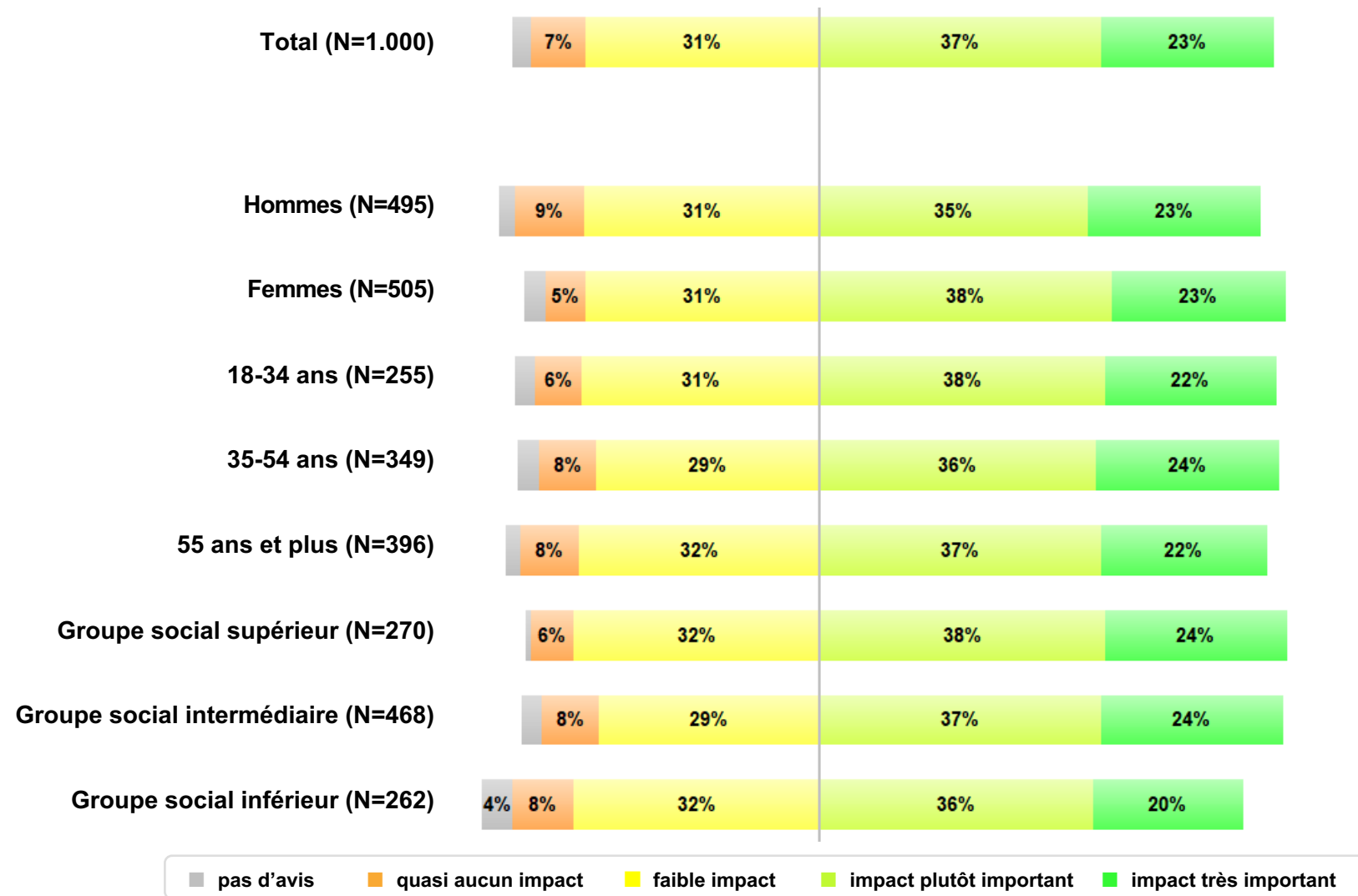
Q10: Que pensez-vous des initiatives prises par des marques ou des chaînes de distribution pour proposer des produits fabriqués en partie à base de plastiques recyclés et/ou proposant des produits composés de plastiques mieux recyclables ? Laquelle des propositions suivantes correspond le plus à ce que vous en pensez ?



[%, réponses assistées; base : échantillon total ; N = 1.000]

1.5. Impact du comportement des consommateurs sur la surconsommation du plastique

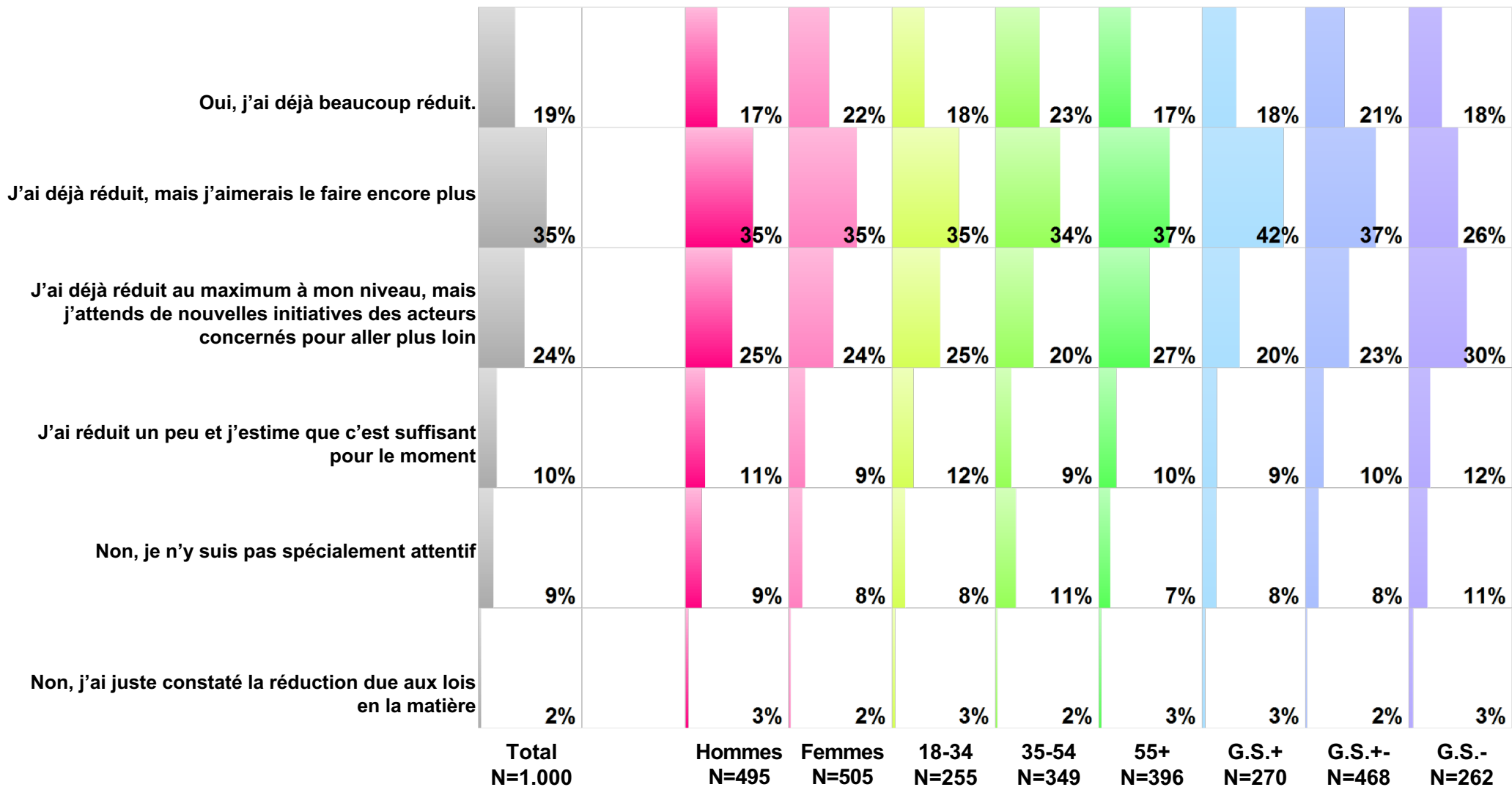
Q6: Selon vous, les consommateurs peuvent-ils avoir un réel impact sur la surconsommation des plastiques, en adaptant leurs comportements ?



[%, réponses assistées; base : échantillon total ; N = 1.000]

1.6. Efforts personnels pour réduire la consommation de plastique

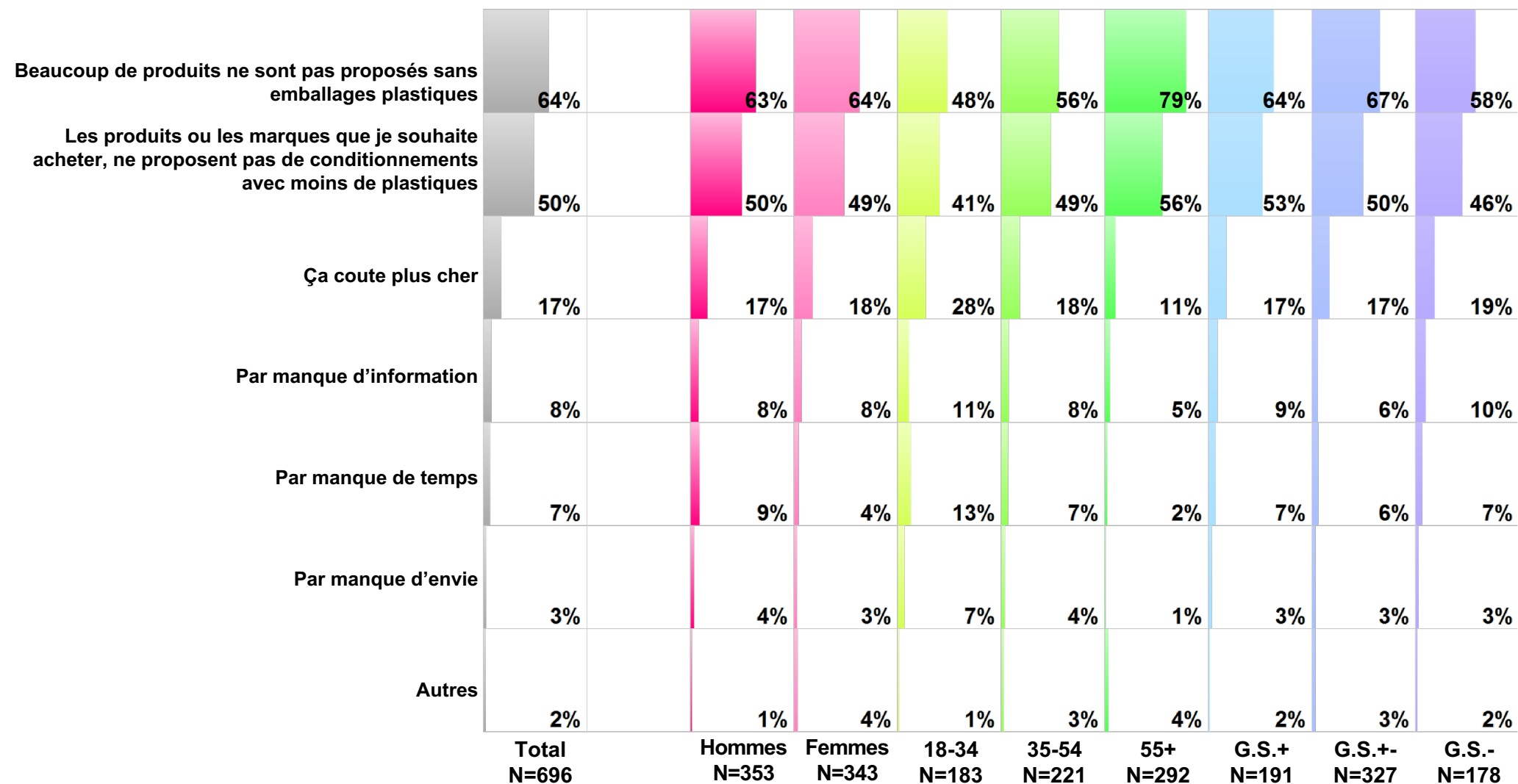
Q7: Personnellement, arrivez-vous à réduire votre consommation de plastique lors de vos achats ?



[%, réponses assistées; base : échantillon total ; N = 1.000]

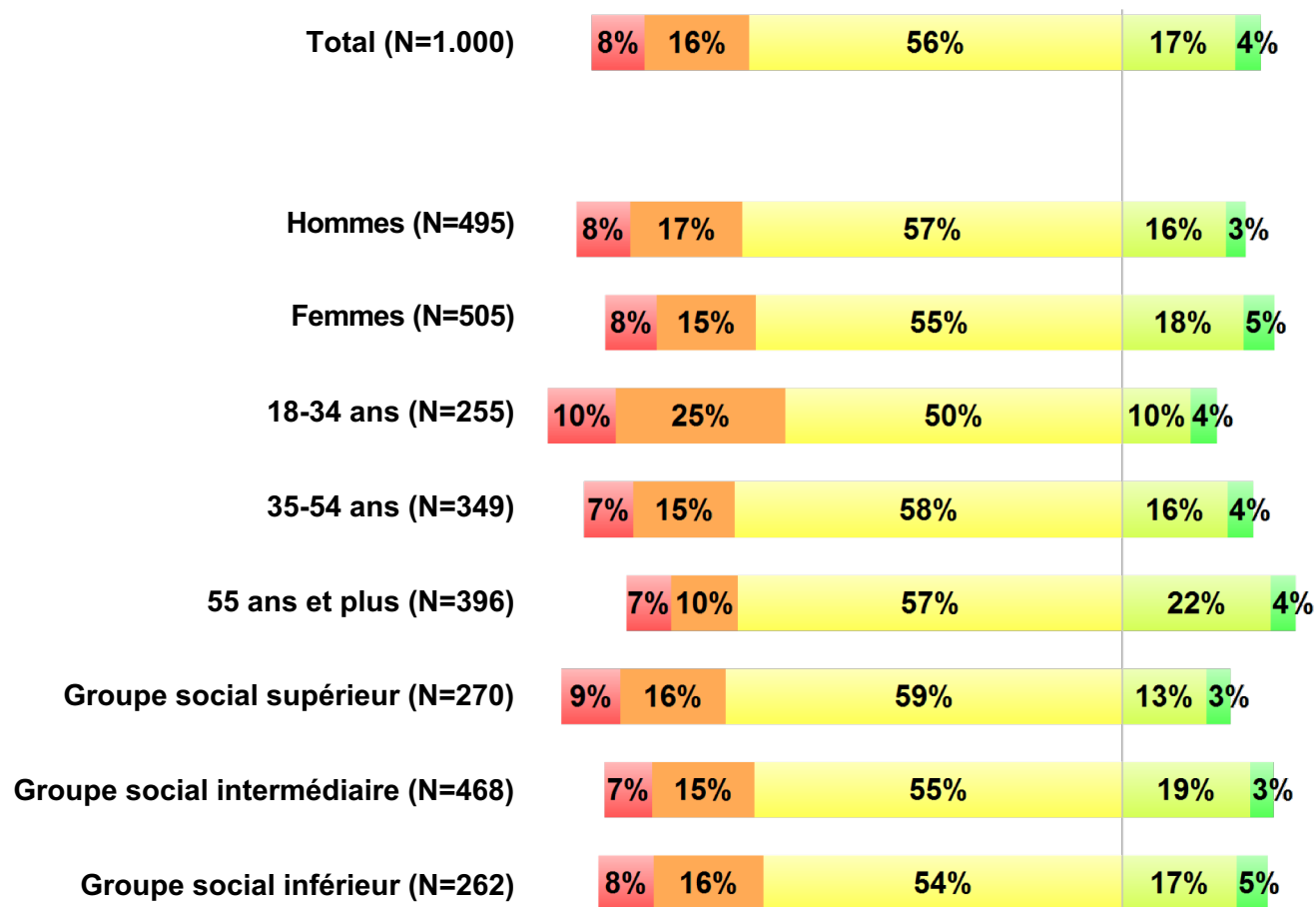
1.7. Motifs de résignation devant la consommation de plastique

Q8: Pourriez-vous indiquer pour quelles raisons vous ne réduisez pas ou n'arrivez pas à réduire plus votre consommation de plastique lors de vos achats ? Vous pouvez cocher plusieurs réponses dans la liste qui suit.



1.8. Evolution de la consommation de plastique durant la crise sanitaire

Q29: Avez-vous le sentiment que, depuis le début de la crise sanitaire, votre consommation de plastiques a augmenté, diminué ou est restée stable ?

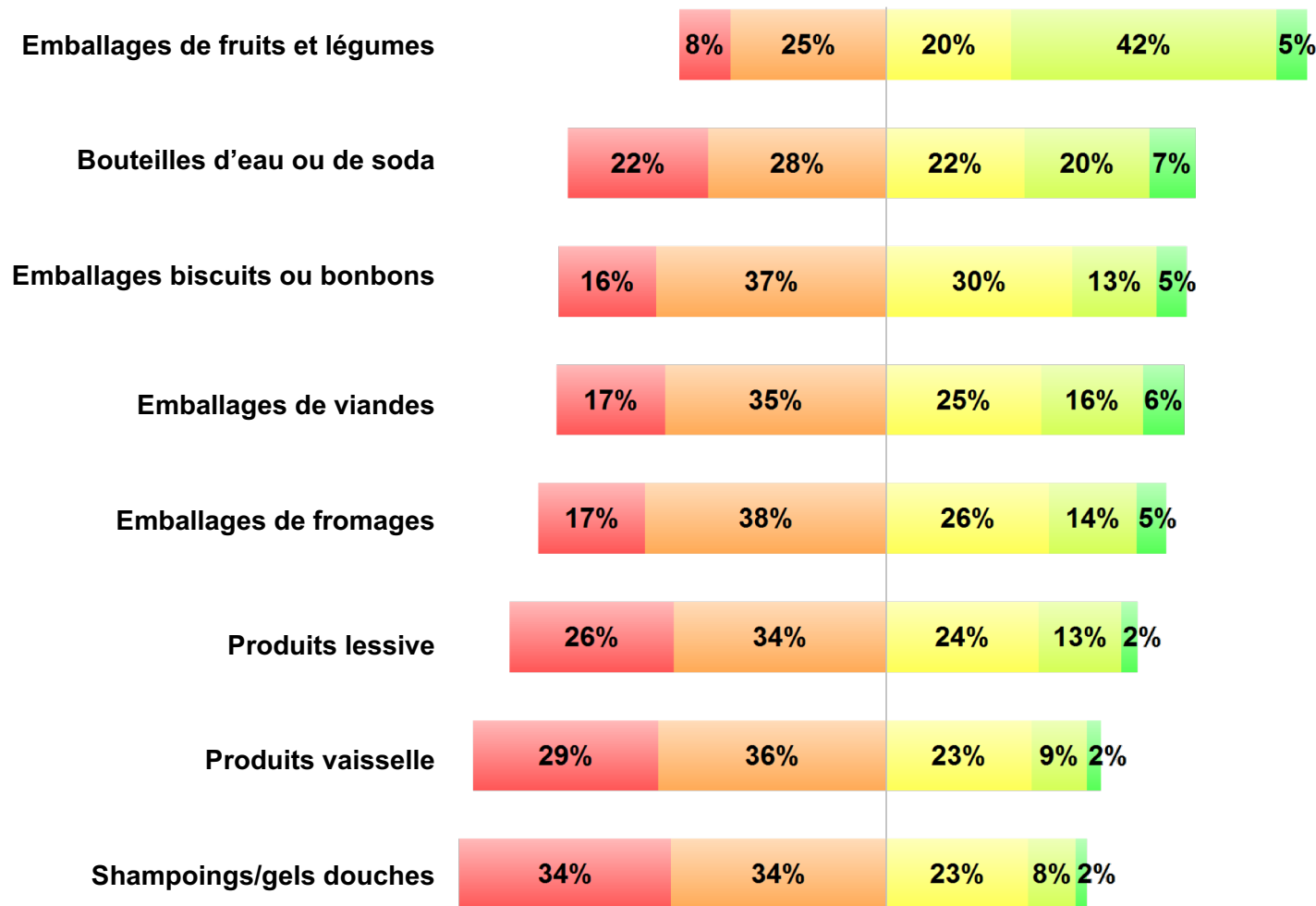


■ a beaucoup augmenté ■ a un peu augmenté ■ est resté stable ■ a un peu diminué ■ a beaucoup diminué

2. Environnement et comportements d'achats

2.1. Types d'emballages dont la consommation est susceptible d'être réduite ou supprimée

Q9: Parmi les différents emballages en plastique ci-dessous, desquels pourriez-vous vous passer ?



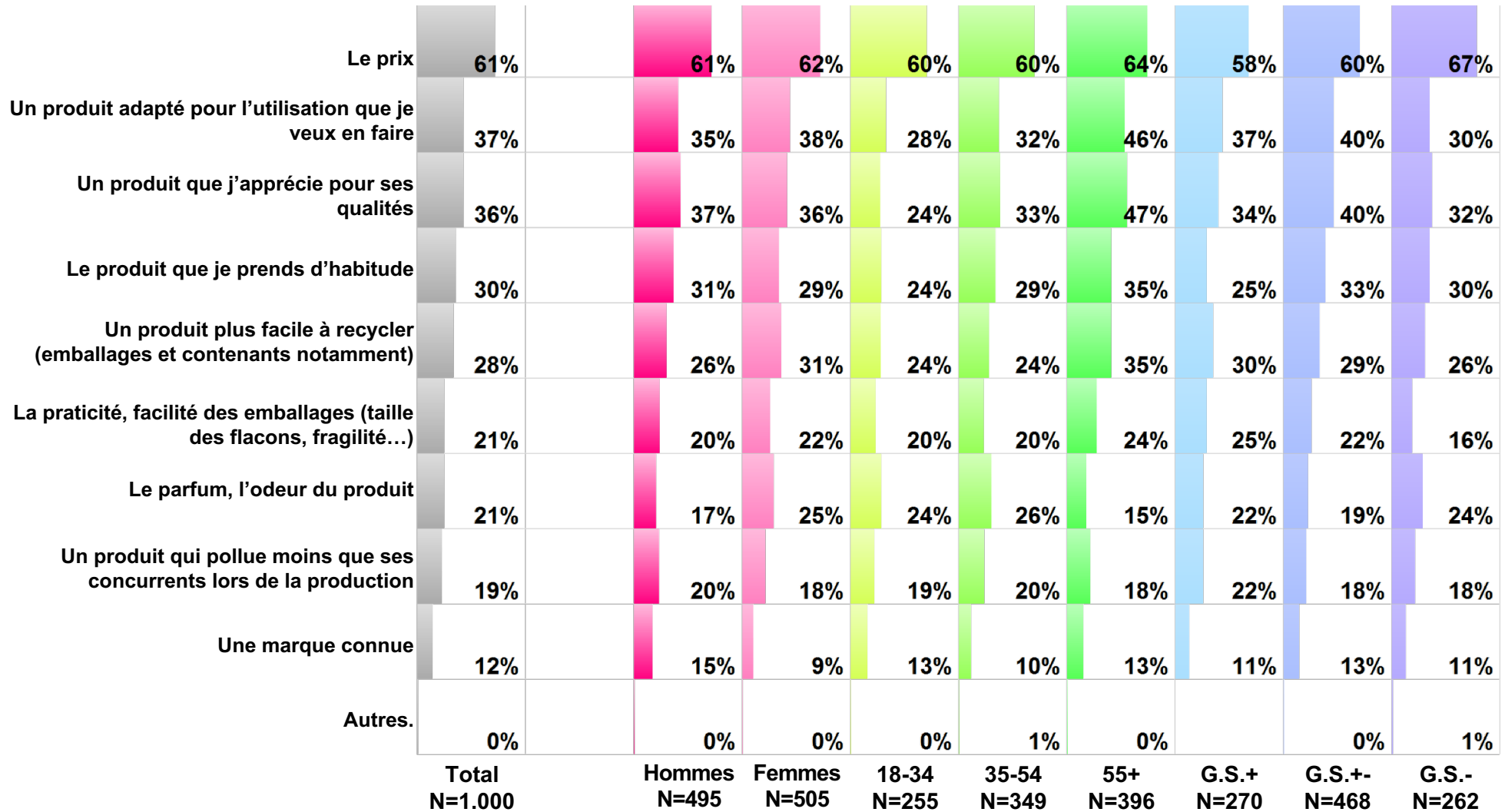
■ n'envisage pas de s'en séparer
 ■ pourrait diminuer
 ■ pourrais essayer de supprimer
 ■ a déjà supprimé les emballages en plastique
 ■ ne consomme jamais ce type de produit

[%, réponses assistées; base : échantillon total ; N = 1.000]

[2. Environnement et comportements d'achats]

2.2. Critères de choix lors de l'achat des produits d'entretien

Q3: Lors de vos achats en grandes surfaces, et plus particulièrement pour les produits d'entretien ménager, à quoi êtes-vous attentif lors du choix des produits ? Vous pouvez cocher plusieurs réponses dans la liste qui suit.

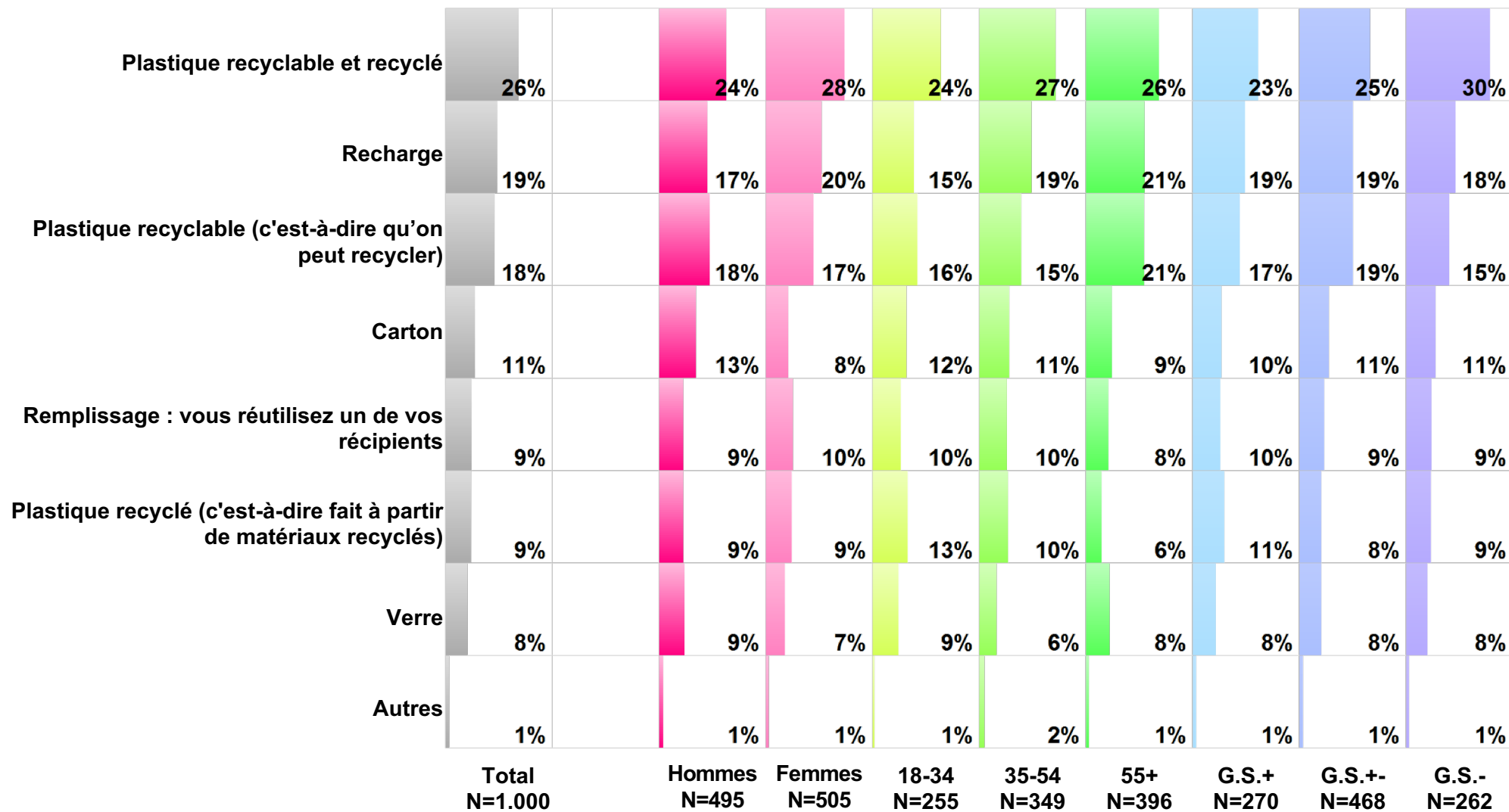


[%, réponses assistées; base : échantillon total ; N = 1.000]

[2. Environnement et comportements d'achats]

2.3. Nature des emballage attendus pour les produits d'entretien

Q10: Si vous avez le choix, quel type d'emballage prenez-vous pour vos produits d'entretien ?

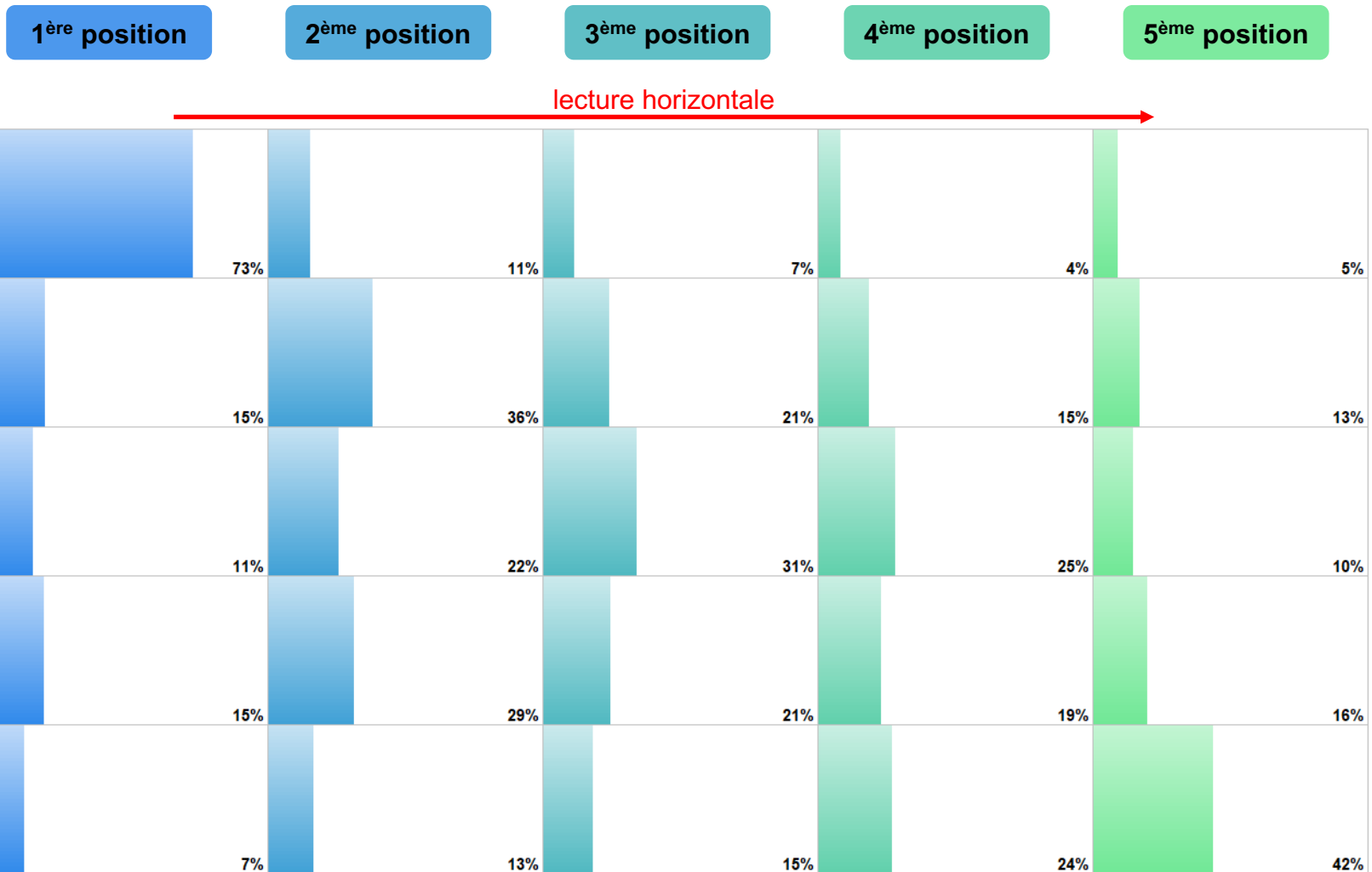


[% , réponses assistées ; base : échantillon total ; N = 1.000]

3. Mesurer la connaissance en matière de plastique et de son recyclage

3.1. Niveau de recyclabilité perçu des différents plastiques

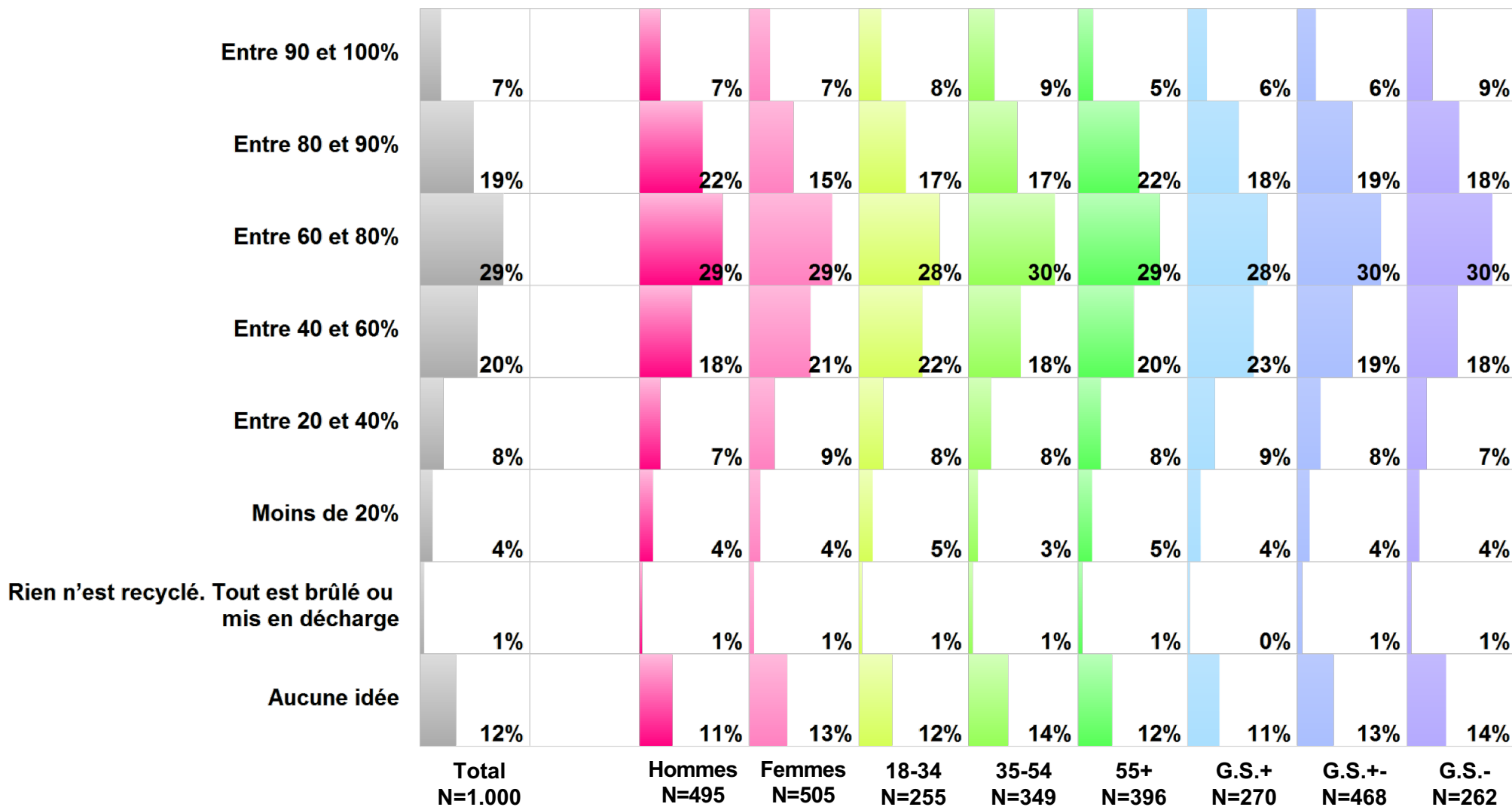
Q12: Voici quelques types de plastiques. Pourriez-vous essayer de les classer du plus recyclable au moins recyclable ? Par recyclable, on entend produit dont l'emballage peut être transformé en nouvel emballage après usage et recyclage. On ne parle pas de produits pour lesquels on a utilisé des plastiques recyclés lors de la production.



[%, réponses assistées ; base : échantillon total ; N = 1.000]

3.2. Taux de recyclage estimé des emballages plastiques

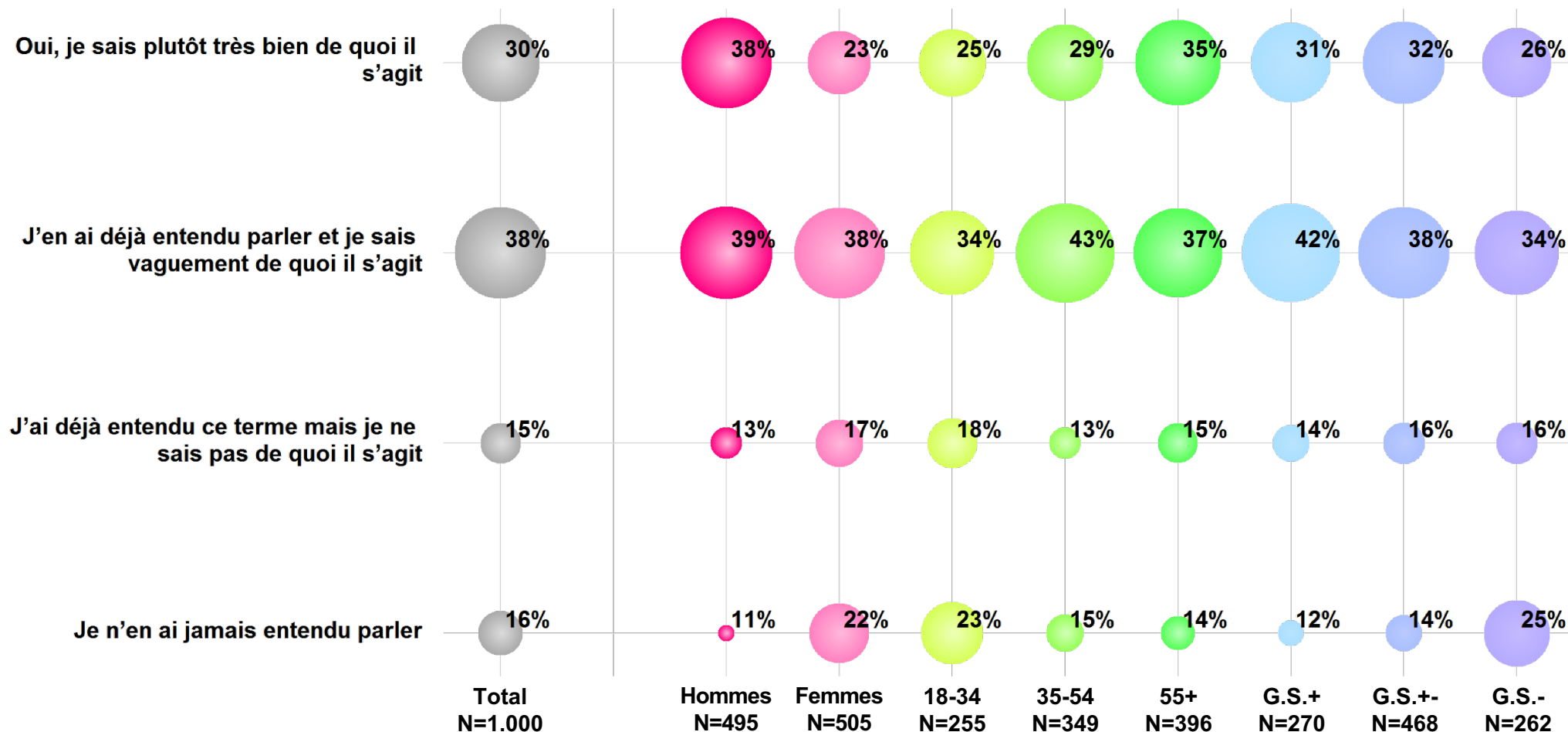
Q13: A votre avis, quel pourcentage des emballages plastiques mis dans le sac bleu ou déposés au parc à conteneurs est finalement bien recyclé ?



[%, réponses assistées ; base : échantillon total ; N = 1.000]

3.3. La connaissance du phénomène des microplastiques

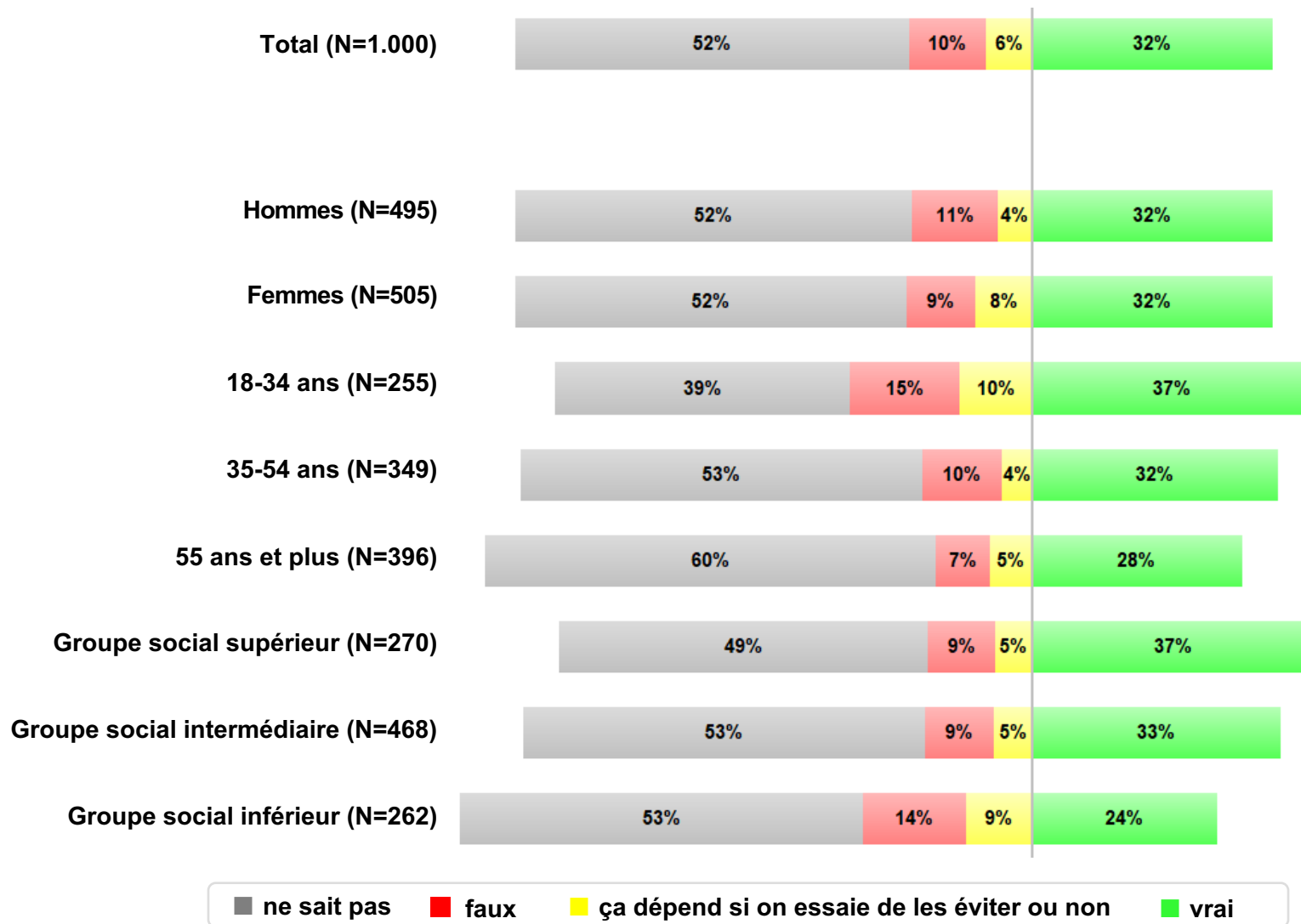
Q14: Avez-vous déjà entendu parler du phénomène de la pollution des microplastiques ?



[%, réponses assistées ; base : échantillon total ; N = 1.000]

3.4. Notoriété de la présence de microplastique dans l'alimentation

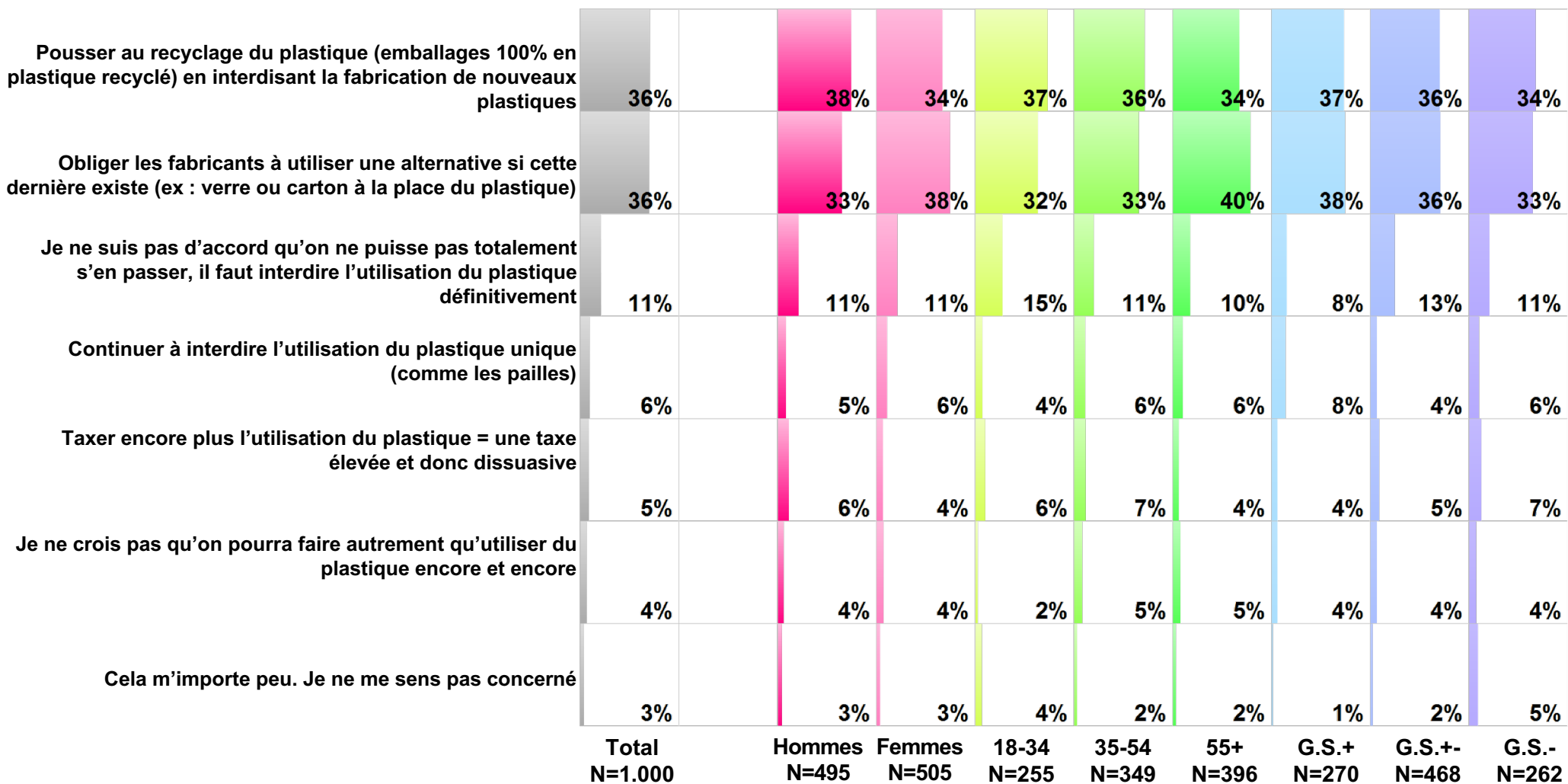
Q15: A votre avis, est-il vrai que nous ingérons l'équivalent d'une carte de crédit (5 grammes de plastique) par semaine ?



[%, réponses assistées ; base : échantillon total ; N = 1.000]

3.5. Les mesures les plus efficaces pour réduire la consommation de plastique

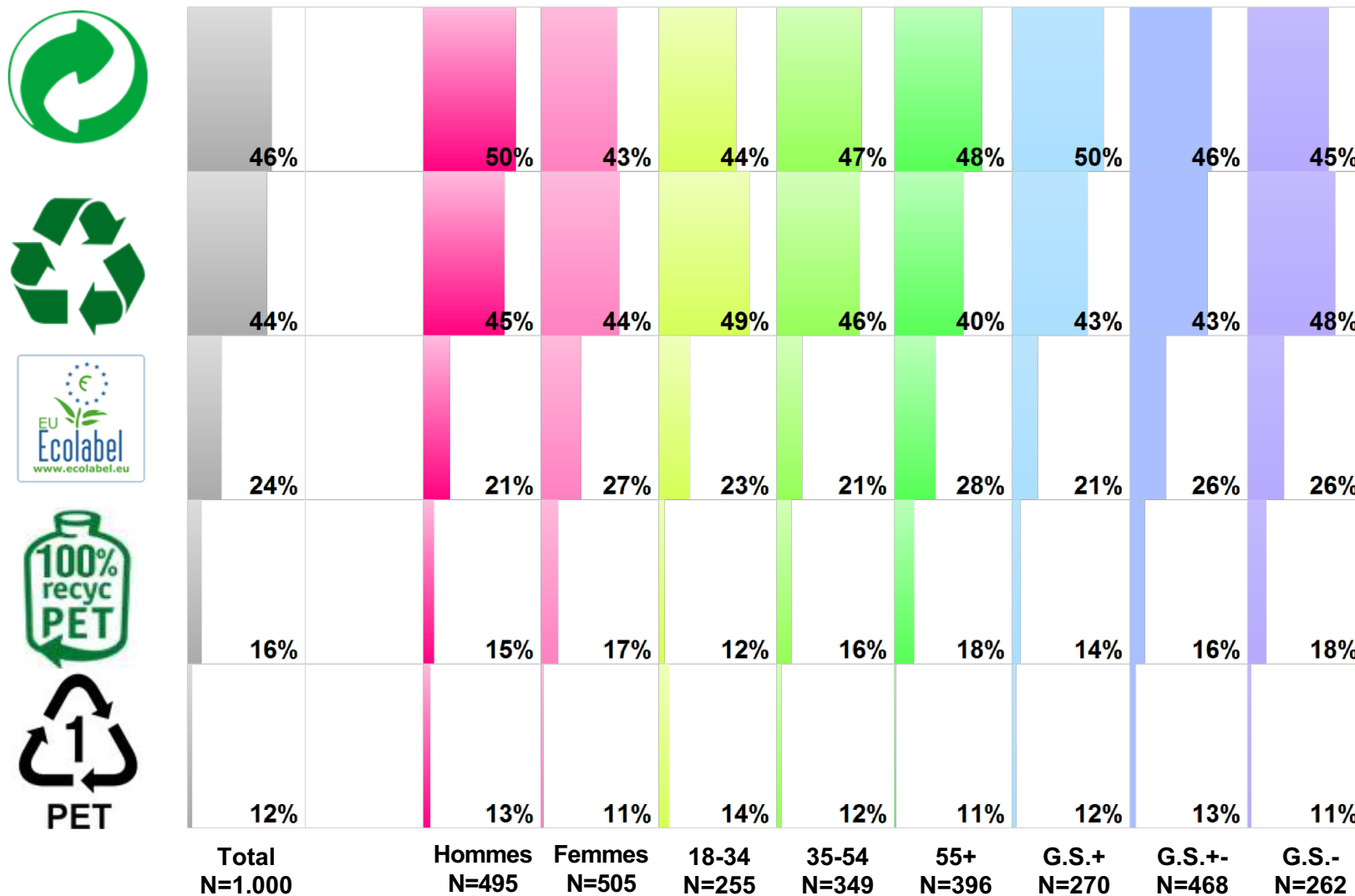
Q15: Chaque année, 10 millions de tonnes de déchets plastiques (principalement des emballages), soit l'équivalent d'un camion toutes les minutes, finissent dans l'océan. Quelle est selon vous la meilleure façon pour diminuer l'utilisation du plastique sachant qu'on ne pourra pas totalement s'en passer ?



4. Notoriété et compréhension des logos liés au recyclage

4.1. Impact des logos de recyclage sur les achats

Q22: Lorsque vous faites les courses, regardez-vous l'un de ces logos pour choisir des produits ? Si oui, le(s)quel(s) ?

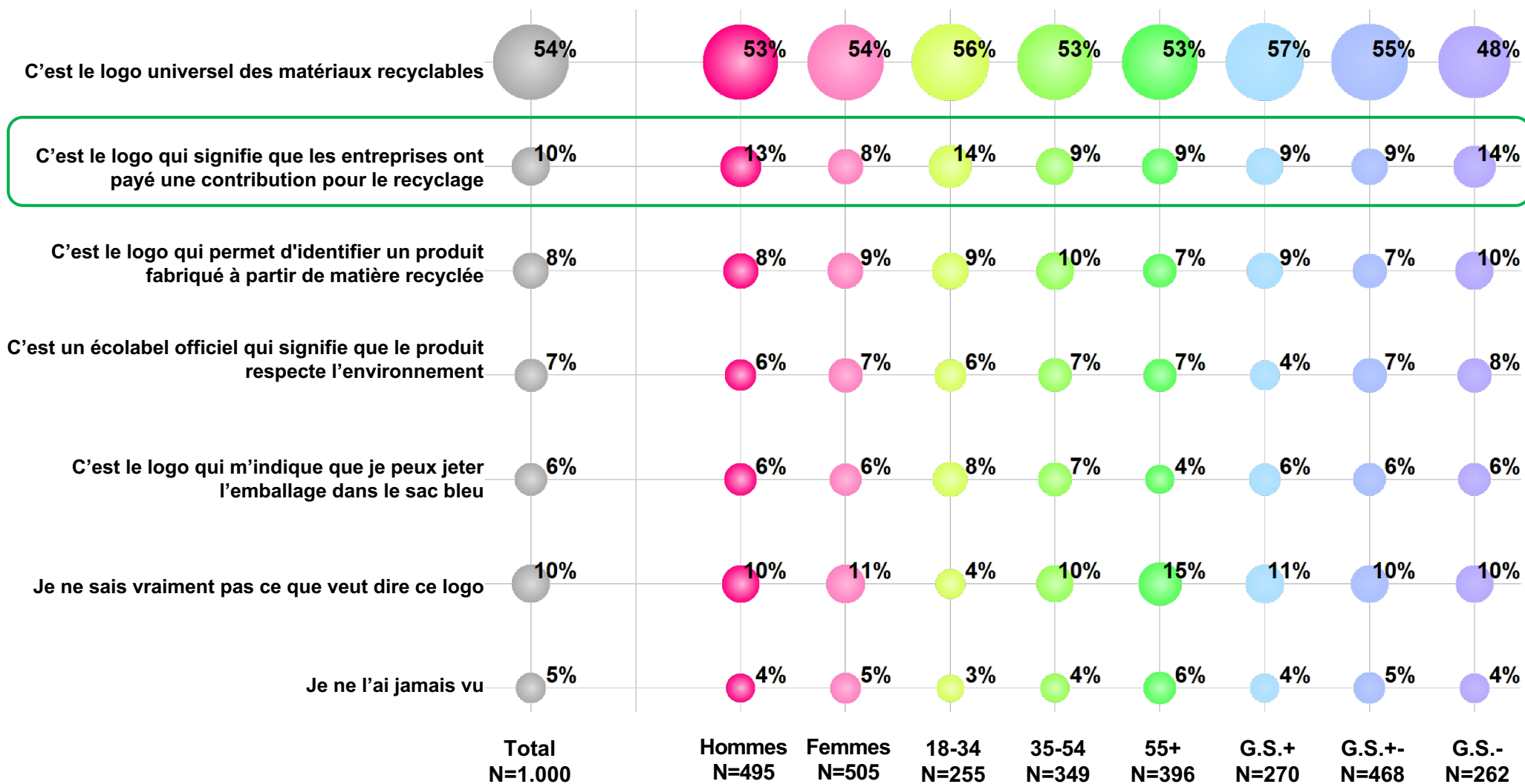


[%, réponses assistées ; base : échantillon total ; N = 1.000]

4.2. Point vert



Q17: Connaissez-vous ce logo ? A votre avis, que signifie-t-il ?



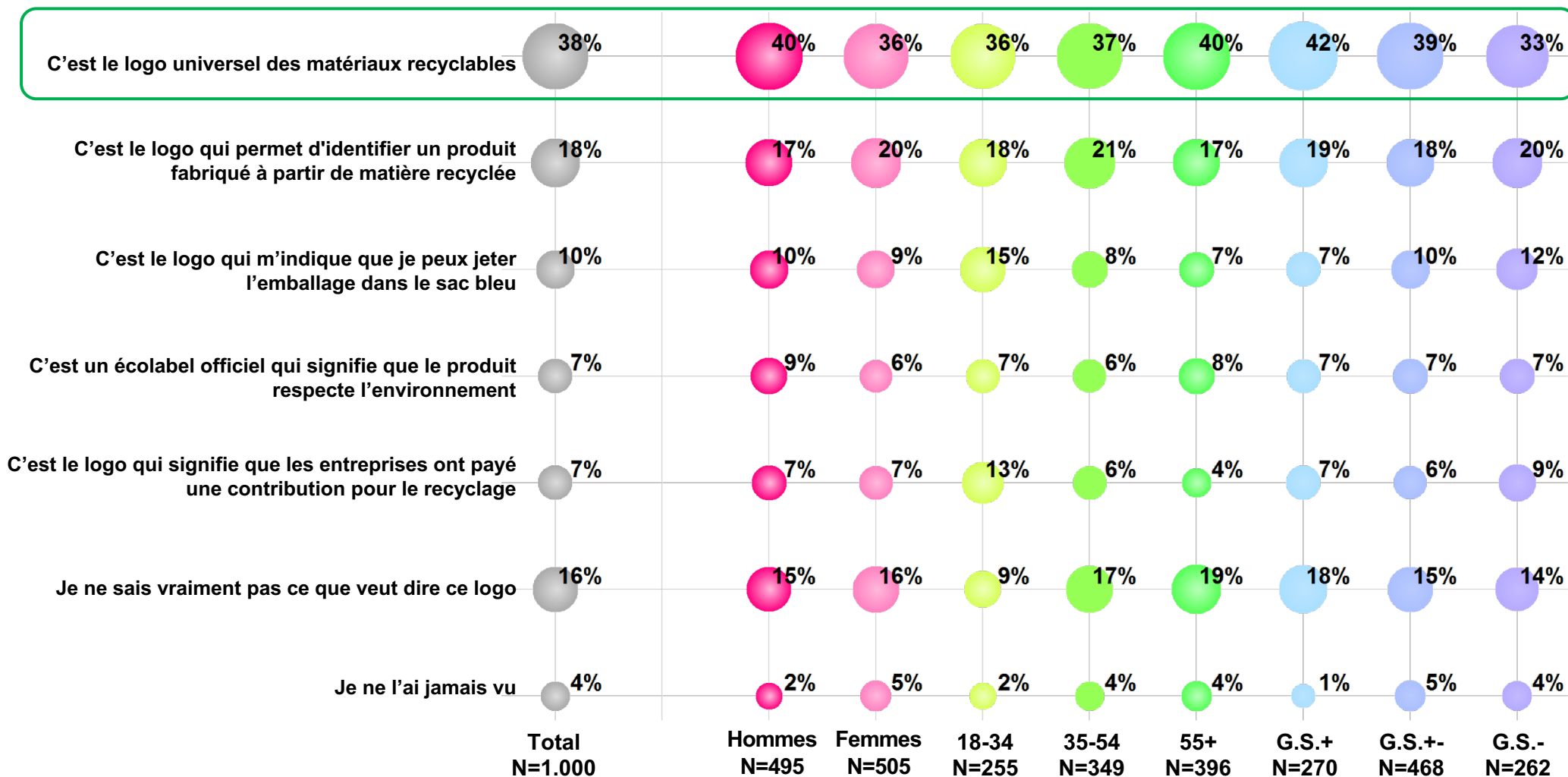
[% , réponses assistées; base : échantillon total ; N = 1.000]



4.3. Cercle de Möbius



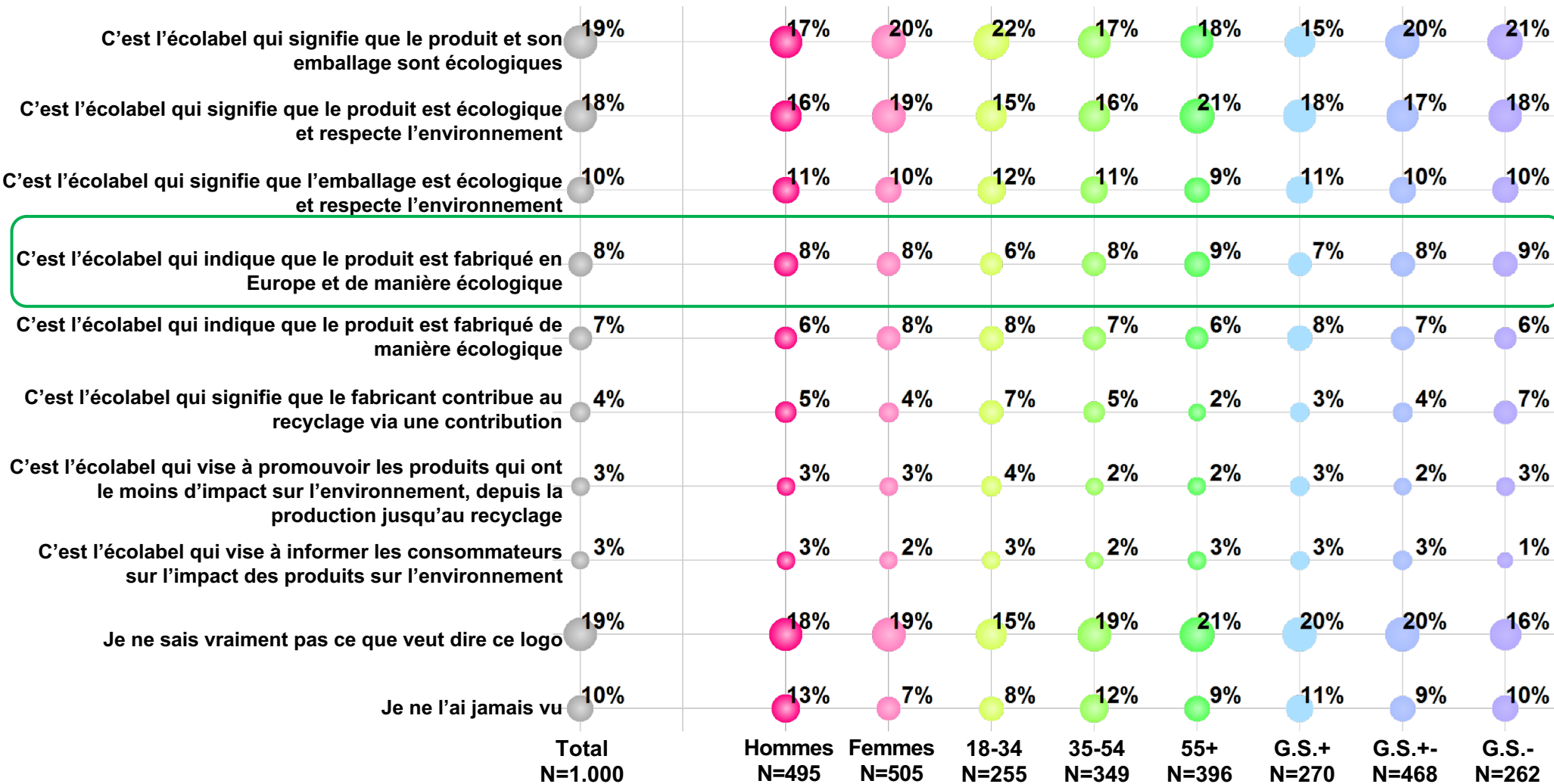
Q18: Connaissez-vous ce logo ? A votre avis, que signifie-t-il ?



4.4. Ecolabel



Q19: Connaissez-vous ce logo ? A votre avis, que signifie-t-il ?



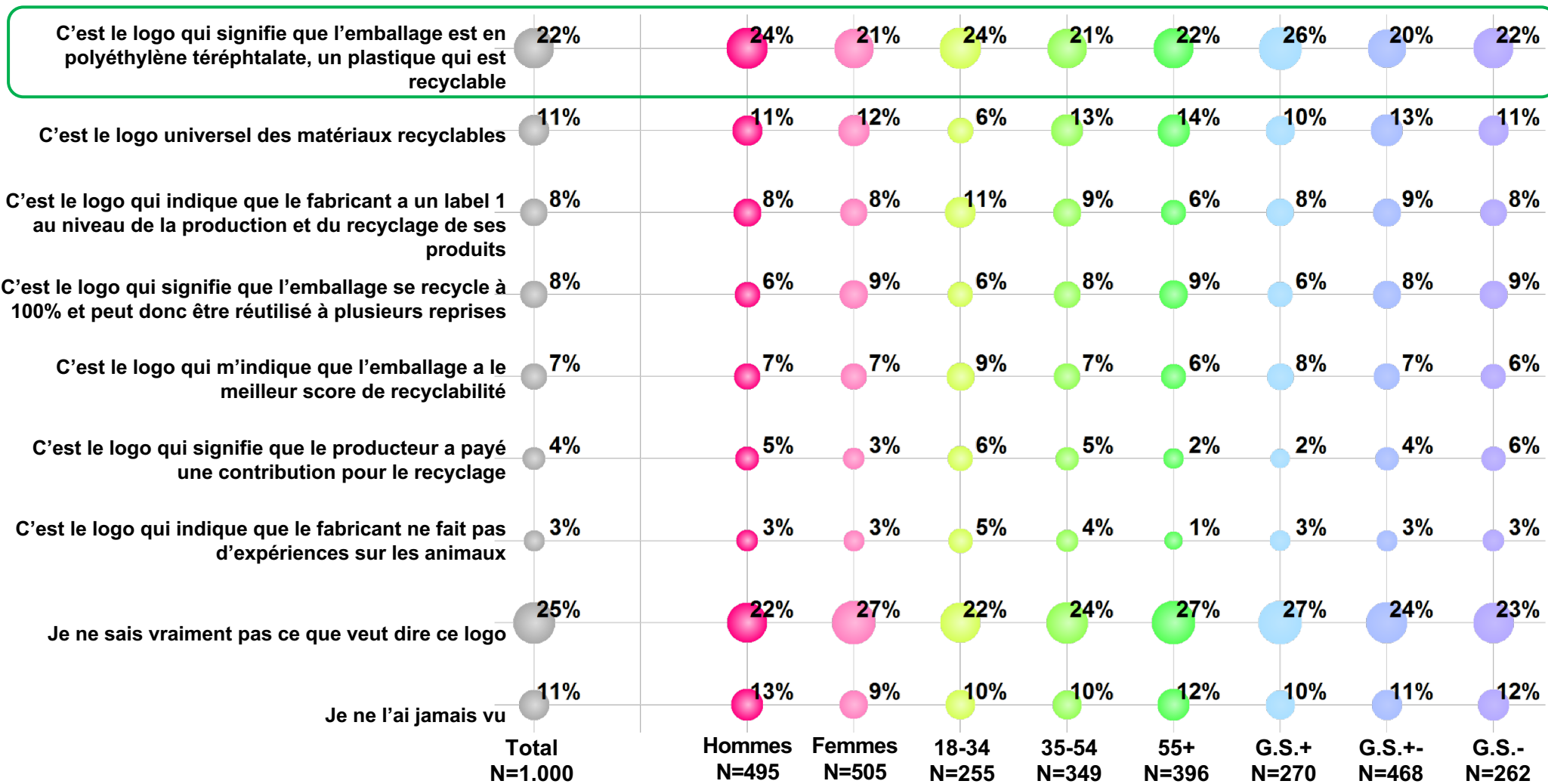


[4. Notoriété et compréhension des logos liés au recyclage]

4.5. Polytéréphtalate d'éthylène



Q20: Connaissez-vous ce logo ? A votre avis, que signifie-t-il ?



[%, réponses assistées ; base : échantillon total ; N = 1.000]

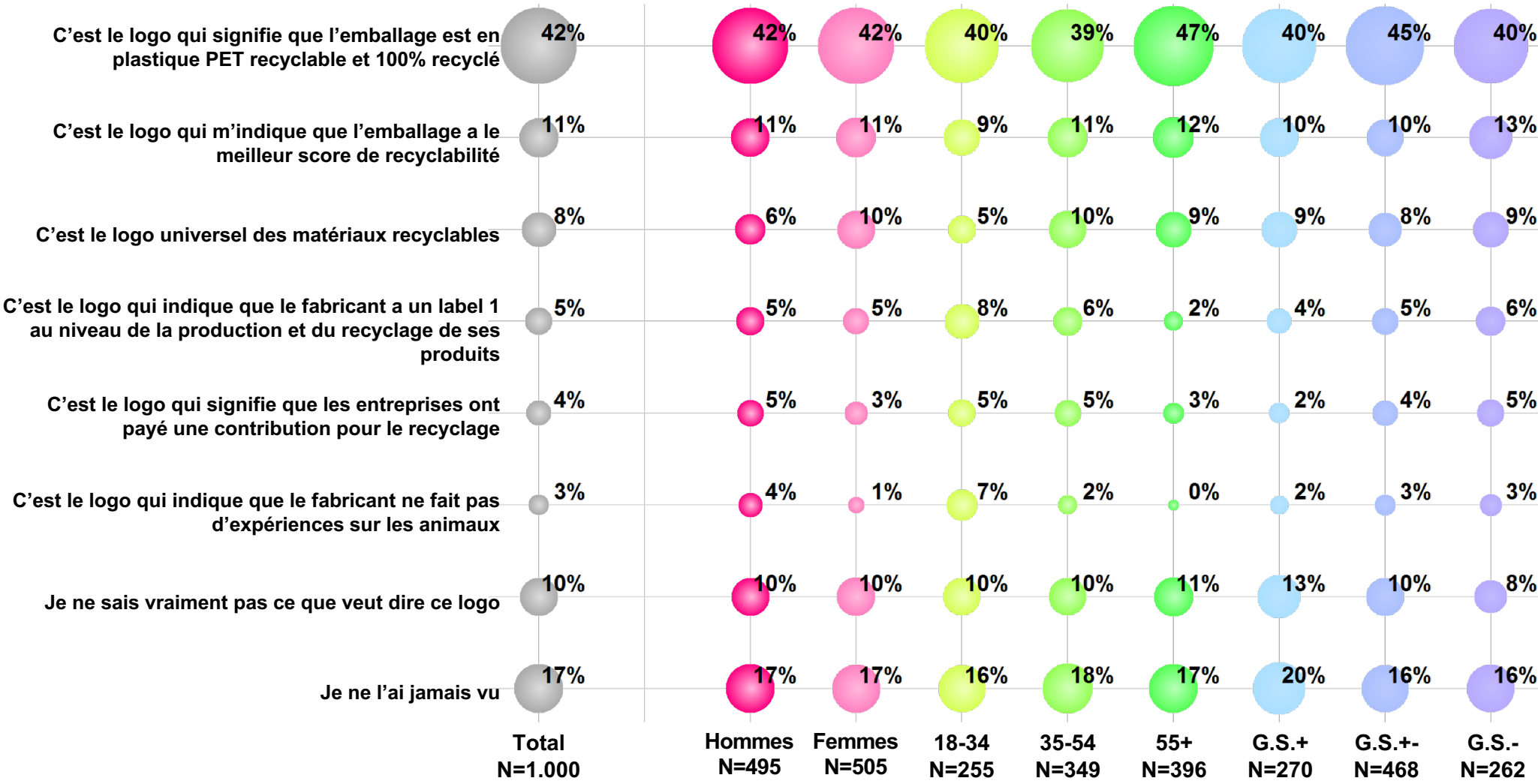


4. Notoriété et compréhension des logos liés au recyclage]

4.6. 100% PET recyclé



Q21: Connaissez-vous ce logo ? A votre avis, que signifie-t-il ?

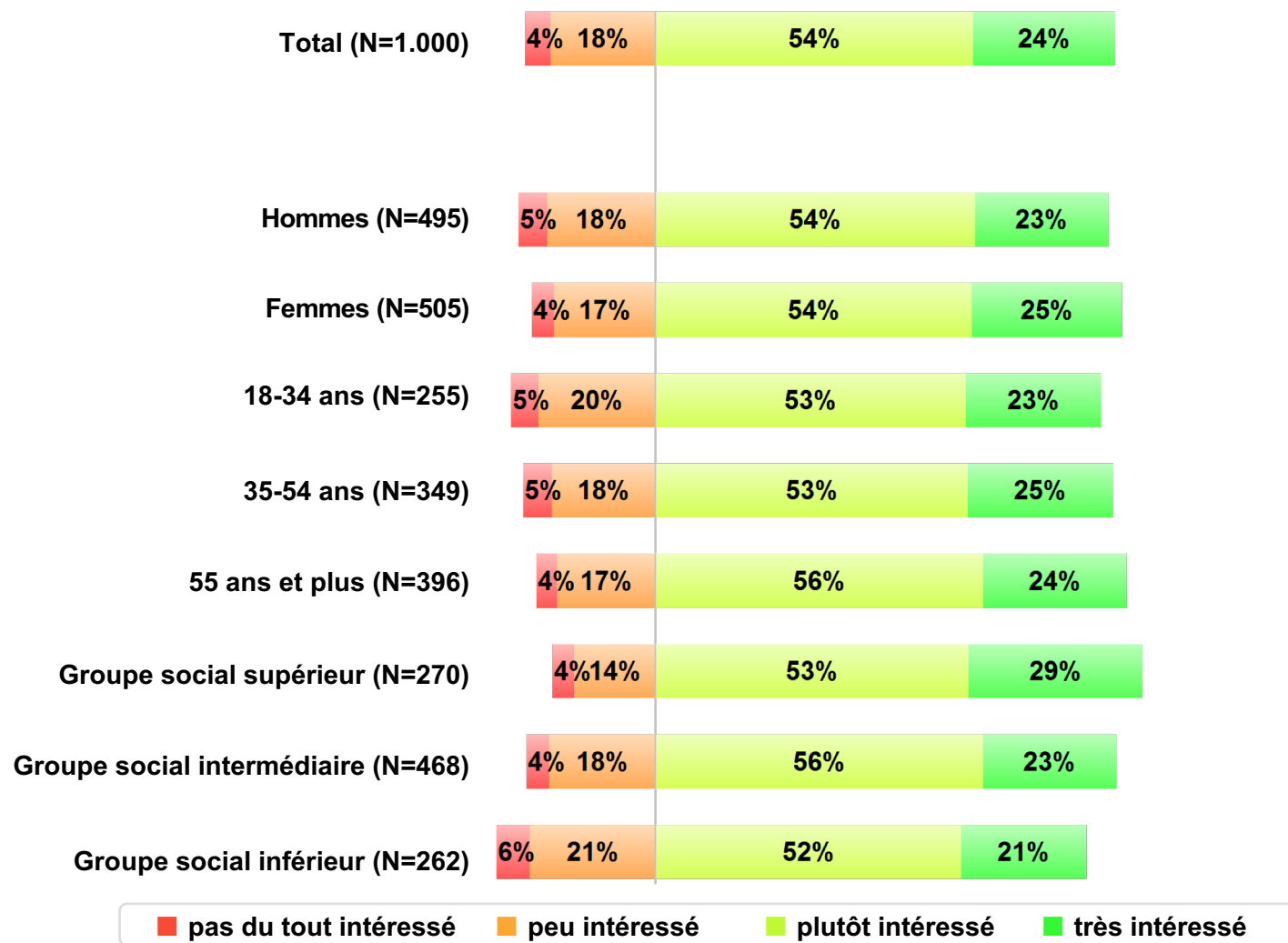


[%, réponses assistées ; base : échantillon total ; N = 1.000]

5. Informations concernant l'impact environnemental

5.1. Niveau d'information globale souhaité

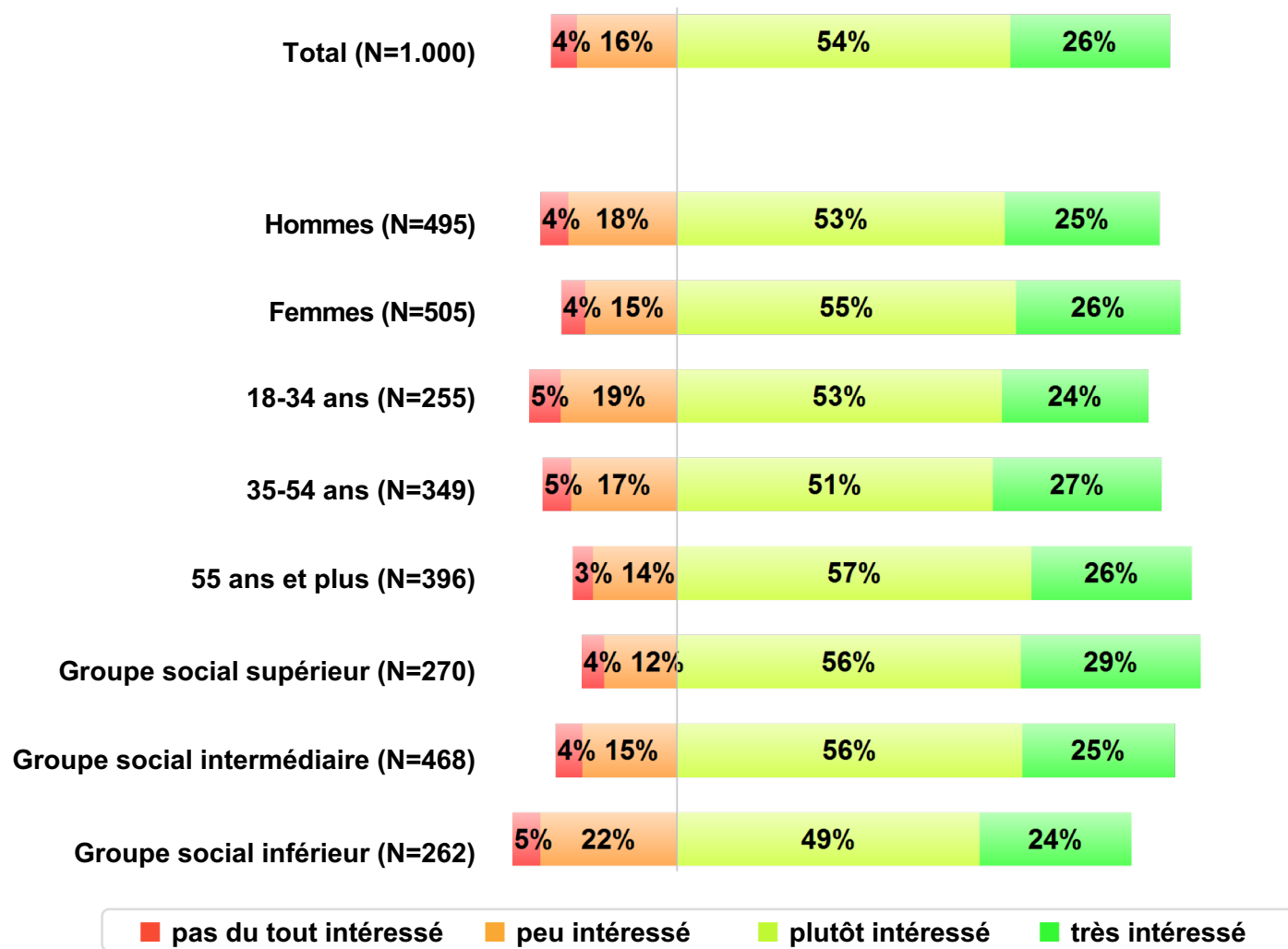
Q23: Souhaiteriez-vous être mieux informé sur l'impact environnemental du plastique des produits que vous achetez, et plus particulièrement lors de leur production ?



[%, réponses assistées ; base : échantillon total ; N = 1.000]

5.2. Information concernant la recyclabilité

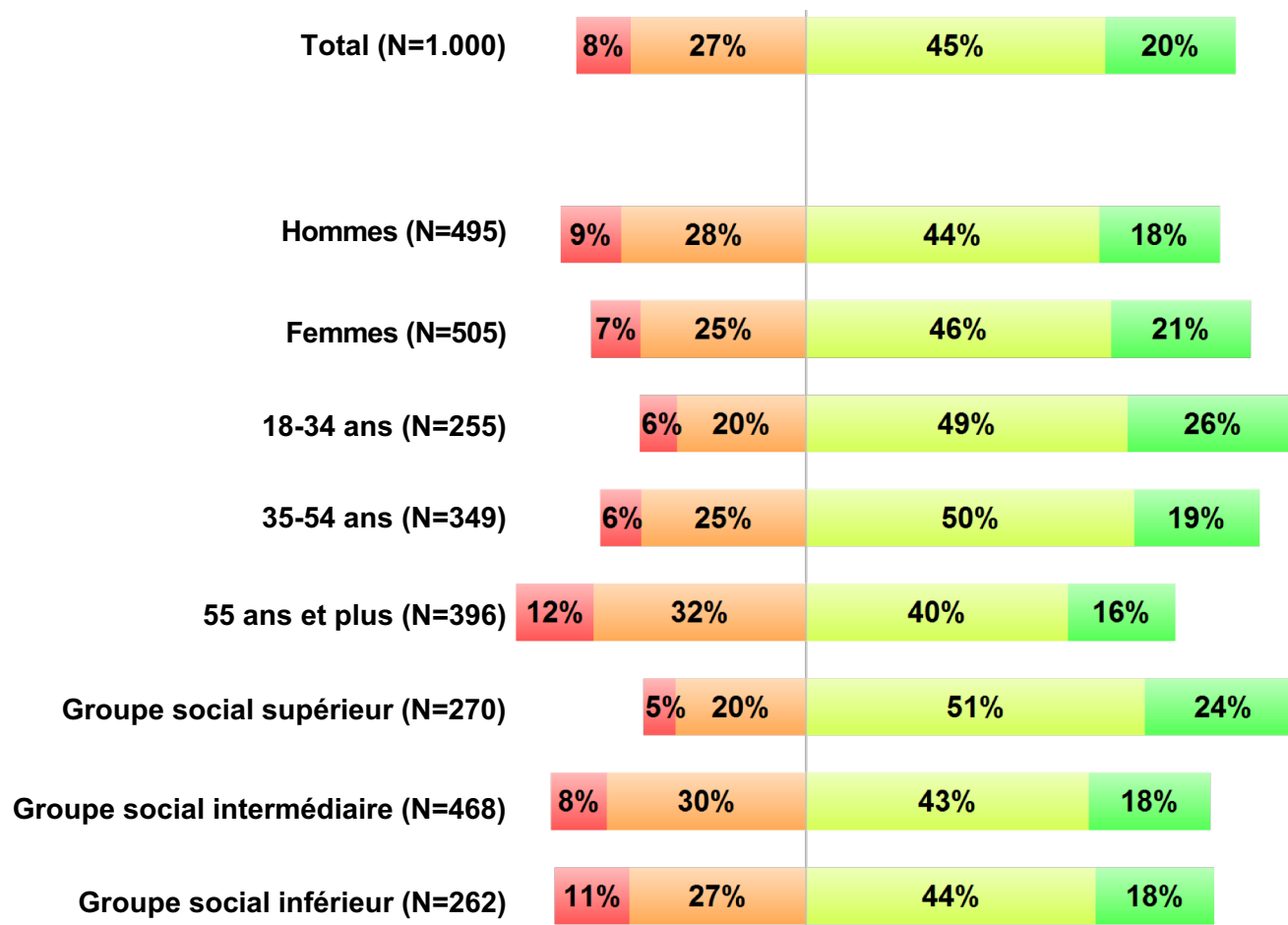
Q24: Souhaiteriez-vous être mieux informé sur la possibilité ou non de recycler les plastiques et sur l'impact environnemental qui en découle ?



[%, réponses assistées ; base : échantillon total ; N = 1.000]

5.3. Niveau de connaissance du Nutri-score

Q25: Connaissez-vous le Nutri-score, de plus en plus utilisé pour les aliments ?

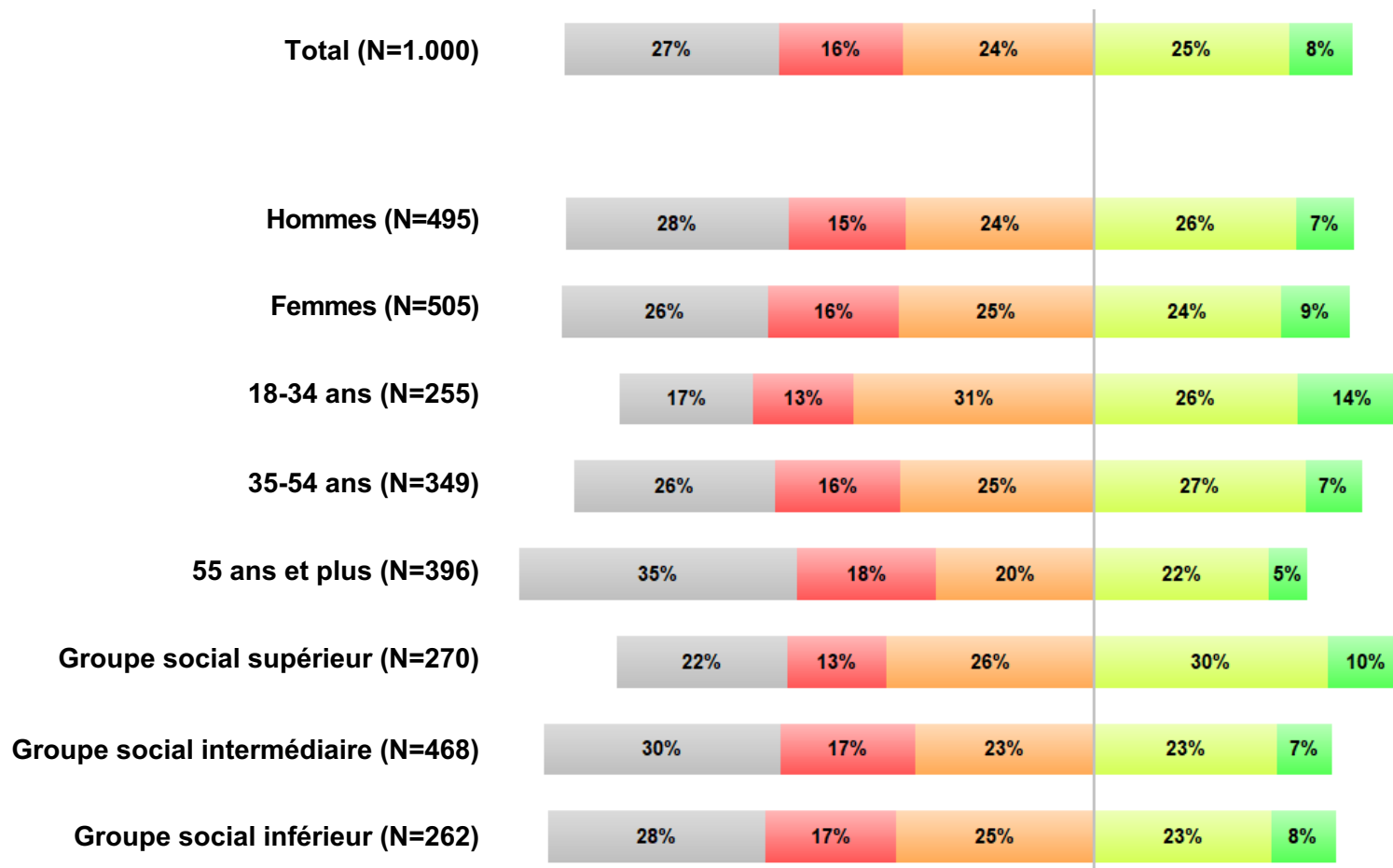


■ ne sait pas de quoi il s'agit ■ en a entendu parler, les vois, mais ne sais pas très bien ■ connais plutôt bien ■ connais très bien

[%, réponses assistées ; base : échantillon total ; N = 1.000]

5.4. Utilisation du Nutri-score pour orienter les achats

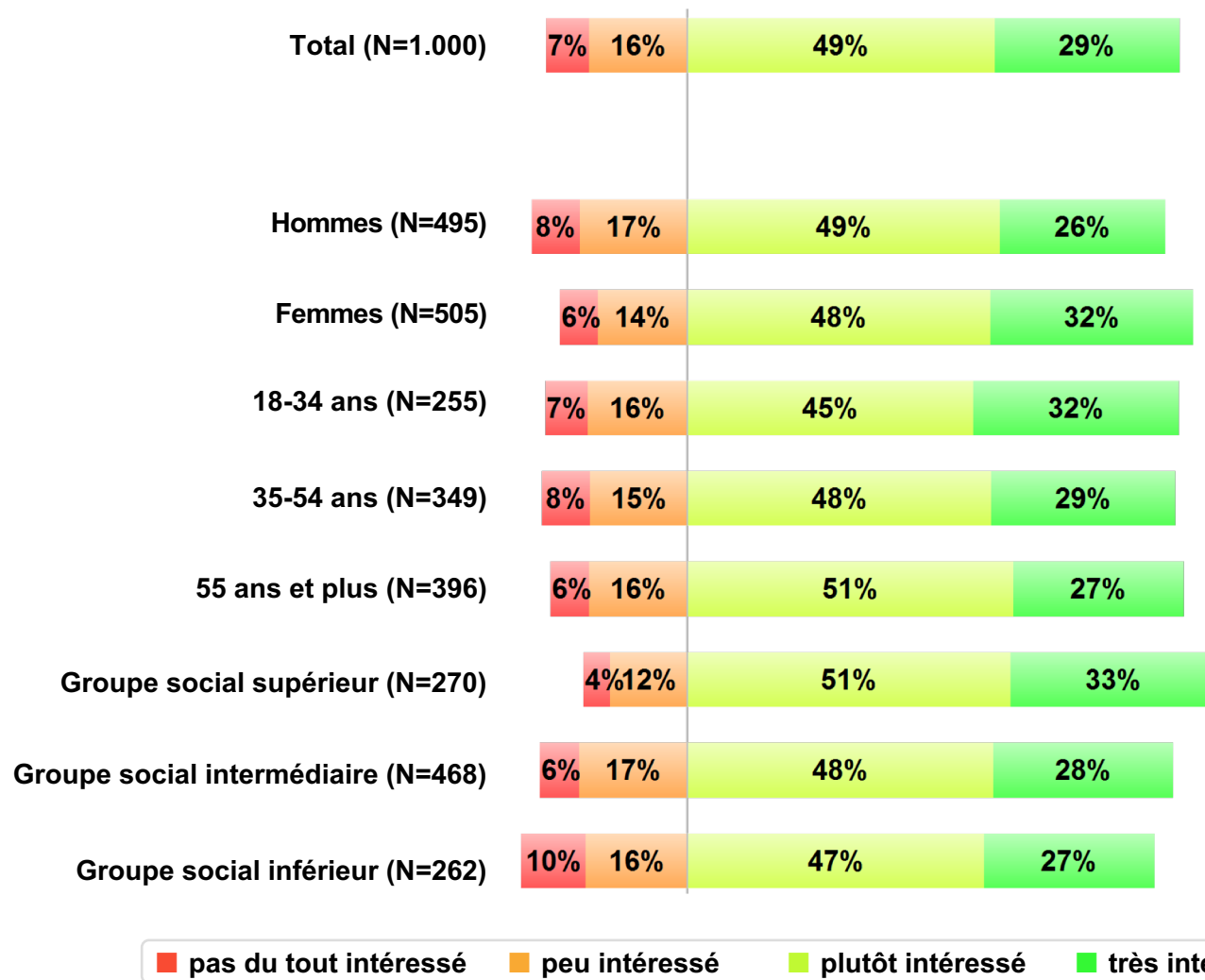
Q26: Lorsque vous faites les courses, regardez-vous le Nutri-score pour choisir des produits ?



■ non, jamais ■ très rarement ■ pour quelques produits ■ pour beaucoup de produits ■ pour presque tous les produits

5.5. Intérêt envers un Plasti-score

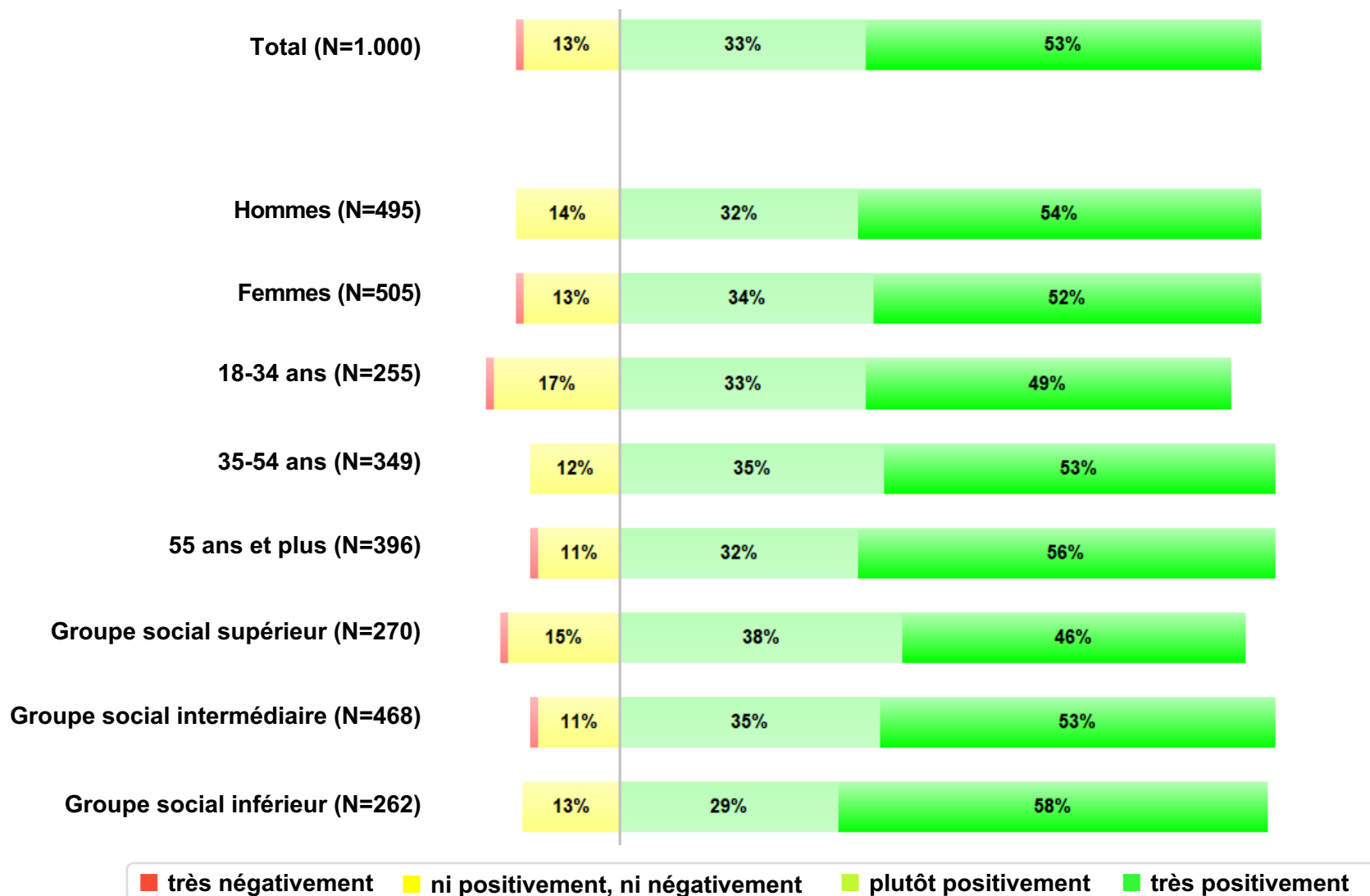
Q27: Est-ce que vous seriez intéressé par la mise en place d'un tel système qui indique, sur chaque emballage, le niveau de recyclabilité des plastiques (sur une échelle de A à E, comme le Nutri-score) ?



[%, réponses assistées ; base : échantillon total ; N = 1.000]

5.6. Accueil a priori envers un Plasti-score

Q28: Comment réagiriez-vous si une marque communiquait clairement sur la recyclabilité, c'est-à-dire la possibilité de recycler ses flacons en plastiques ?

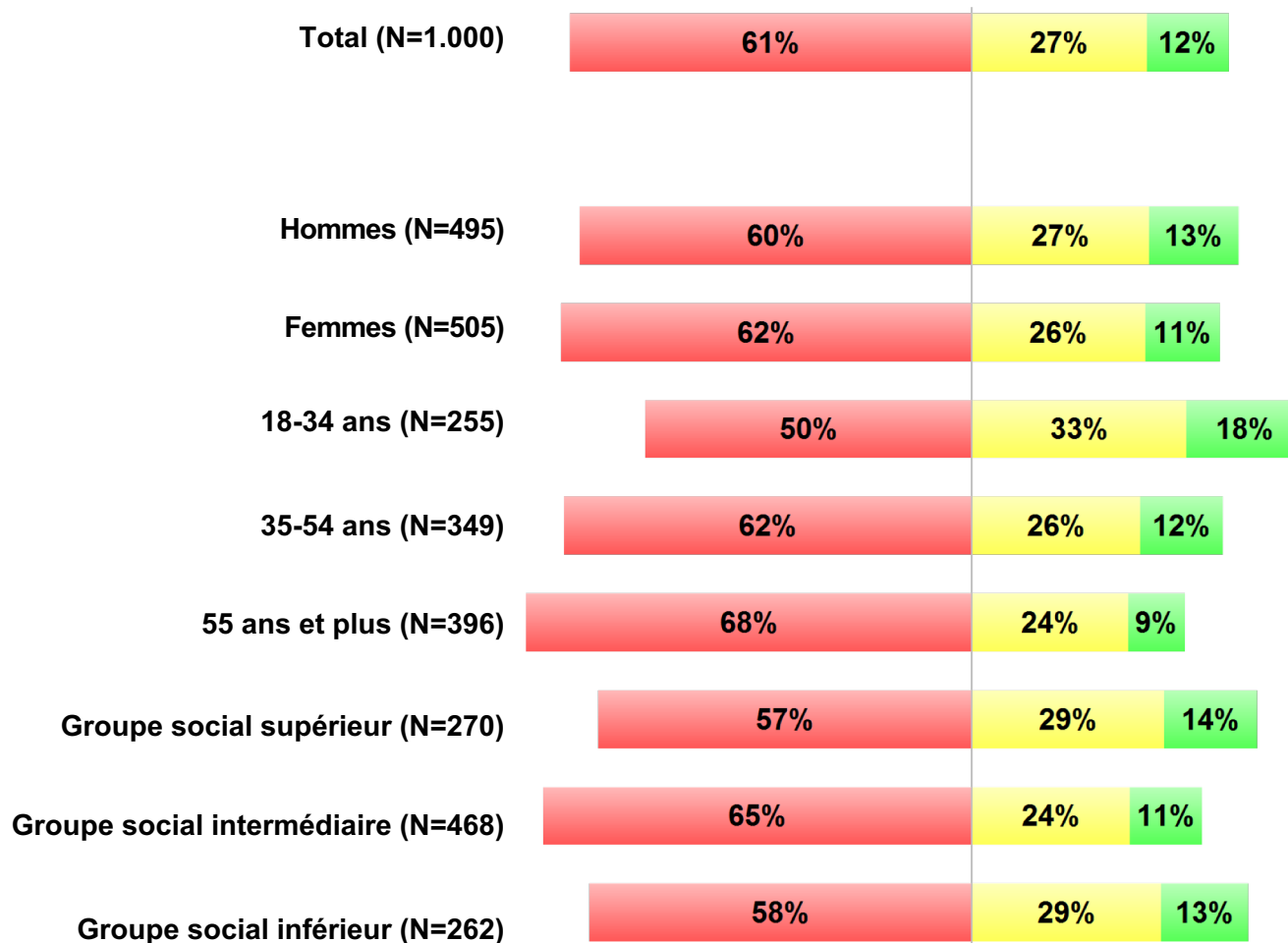


[%, réponses assistées ; base : échantillon total ; N = 1.000]

6. La taxation de produits non/peu recyclables

6.1. La notoriété de la taxe plastique

Q30: Avez-vous entendu parler de la taxe plastique européenne qui entrera en vigueur en janvier 2021 ?

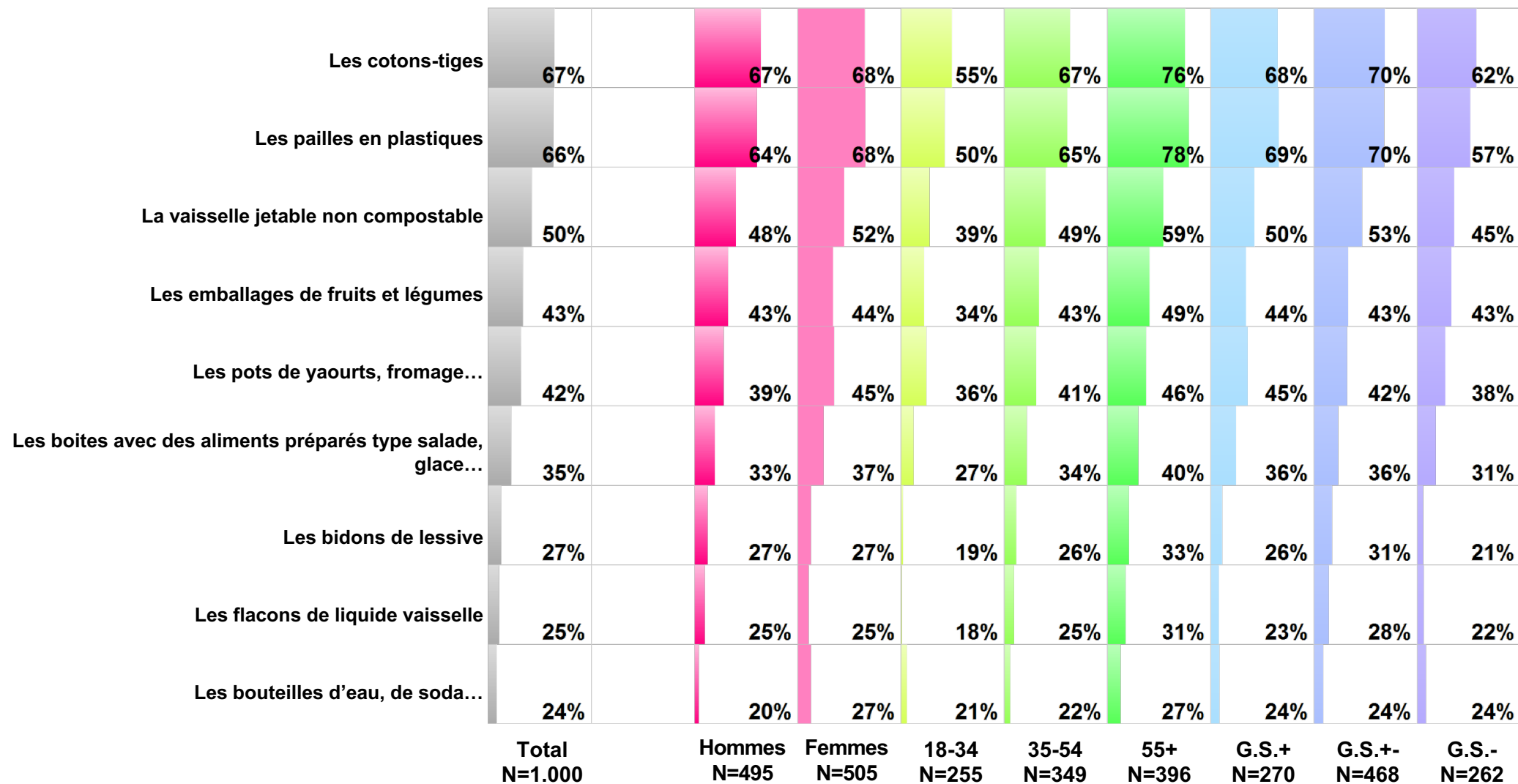


■ n'en a pas entendu parler
 ■ seulement entendu parler, ne sait pas de quoi il s'agit
 ■ sait de quoi il s'agit

[%, réponses assistées ; base : échantillon total ; N = 1.000]

6.2. Définition connue des plastiques à usage unique

Q31: Selon vous, dans la liste ci-dessous, quels sont les plastiques que l'on considère comme plastiques à usage unique ?
Vous pouvez bien entendu cocher plusieurs réponses dans la liste qui suit.

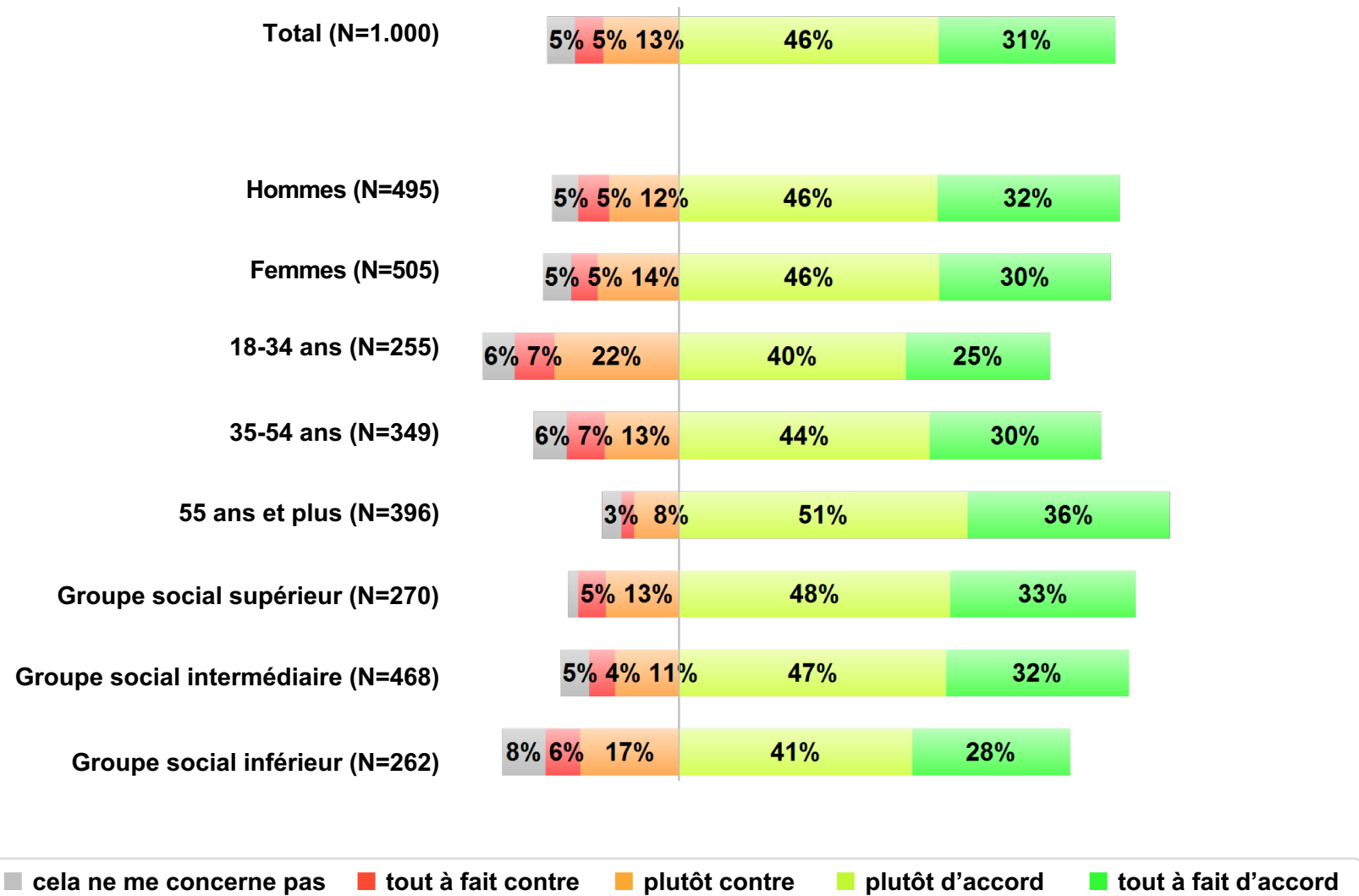


[%, réponses assistées ; base : échantillon total ; N = 1.000]

[6. La taxation de produits non/peu recyclables]

6.3. Position concernant l'interdiction du plastique à usage unique

Q32: Que pensez-vous de l'interdiction des plastiques à usage unique ?

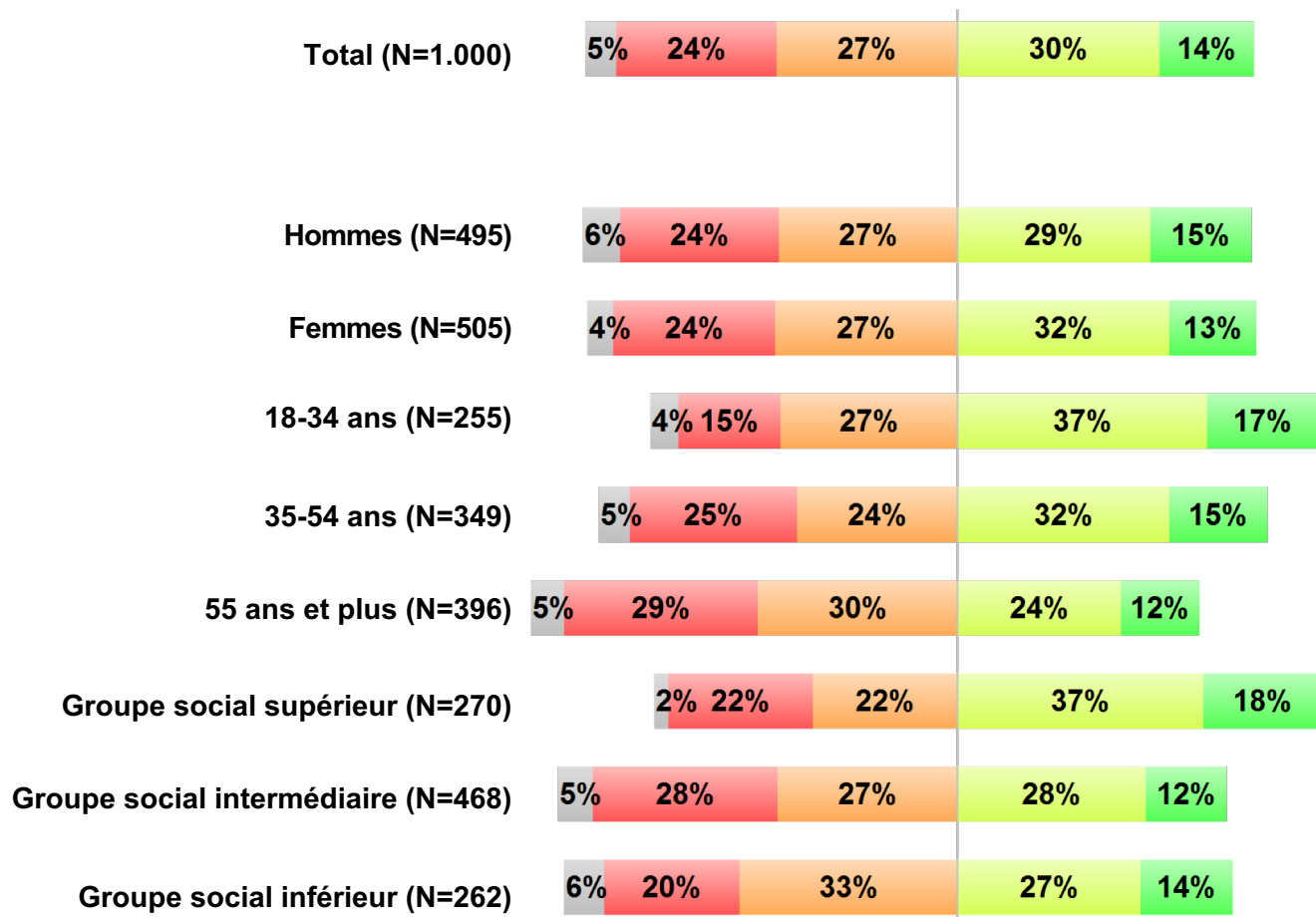


[% , réponses assistées ; base : échantillon total ; N = 1.000]

[6. La taxation de produits non/peu recyclables]

6.4. Acceptation d'une taxe sur les produits non recyclables

Q33: Estimeriez-vous normal de payer un produit 2-3% plus cher parce qu'il est composé d'un plastique qui n'est pas recyclable ?



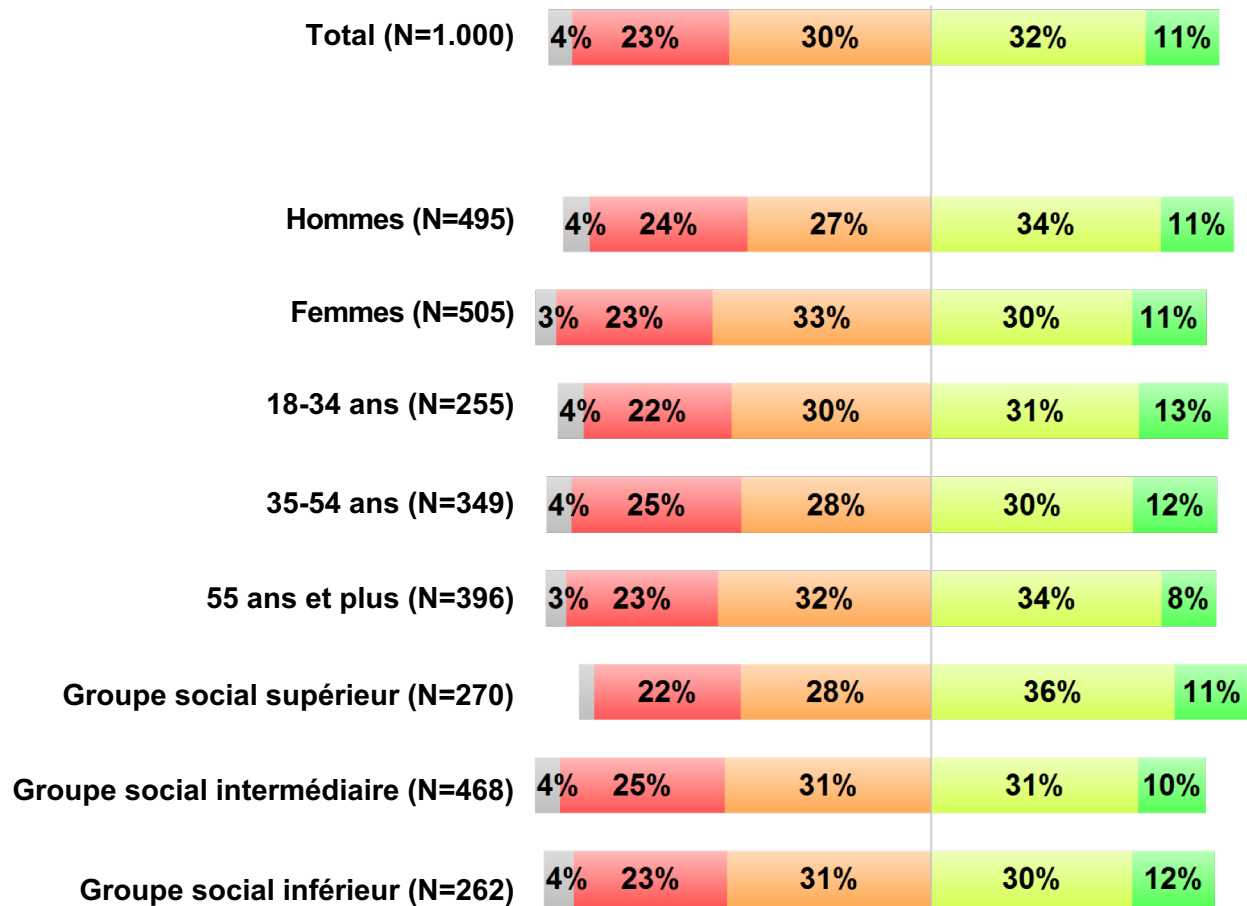
■ cela ne me concerne pas ■ tout à fait contre ■ plutôt contre ■ plutôt d'accord ■ tout à fait d'accord

[%, réponses assistées ; base : échantillon total ; N = 1.000]

[6. La taxation de produits non/peu recyclables]

6.5. Acceptation d'un surcoût pour les plastiques recyclables

Q34: A l'inverse, seriez-vous prêt à payer un produit 2-3% plus cher pour qu'il soit composé de plastique recyclé ?



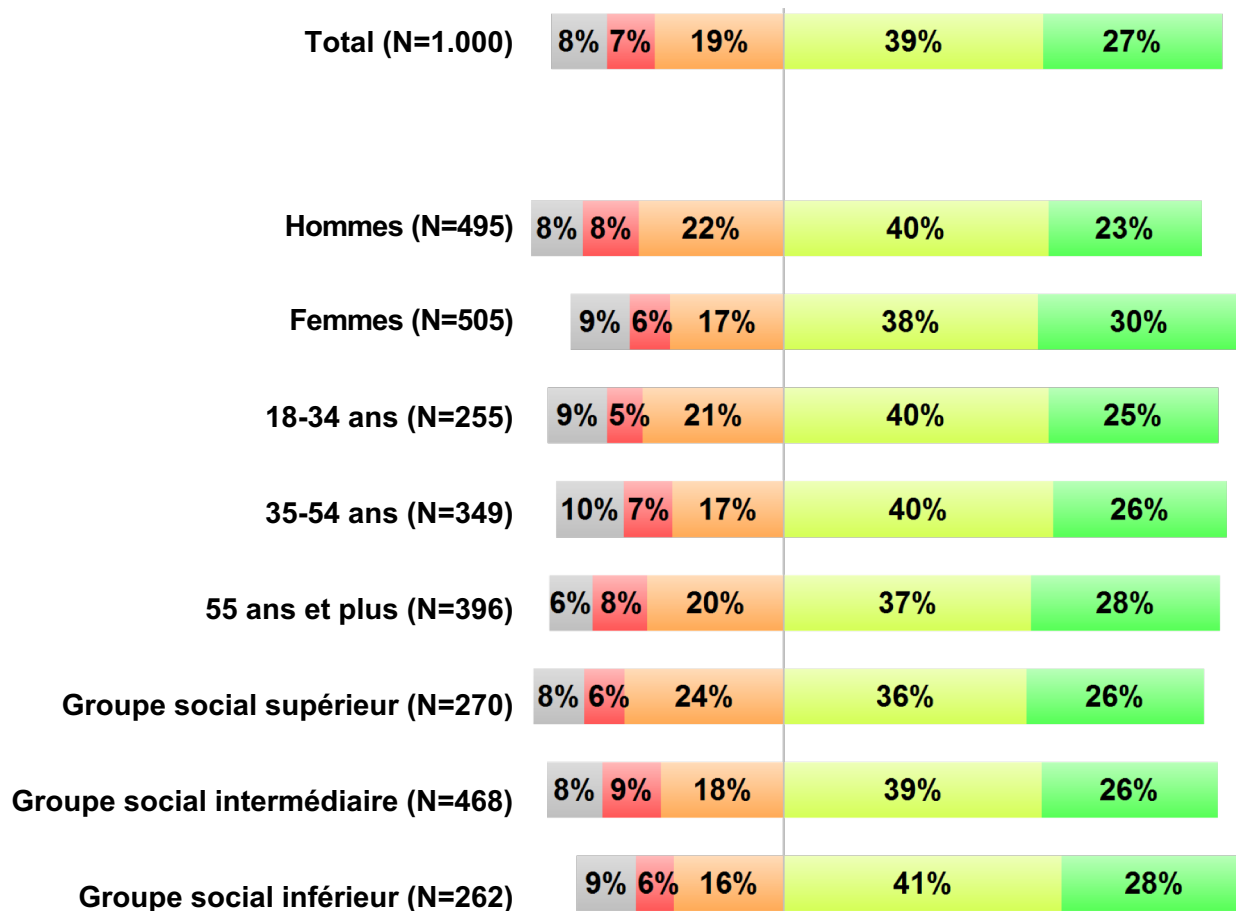
■ cela ne me concerne pas ■ tout à fait contre ■ plutôt contre ■ plutôt d'accord ■ tout à fait d'accord

[%, réponses assistées ; base : échantillon total ; N = 1.000]

[6. La taxation de produits non/peu recyclables]

6.6. Masques en tissu versus masques jetables

Q35: Le port du masque obligatoire a généré une quantité de déchets supplémentaires. Trouvez-vous qu'il faudrait favoriser les masques en tissu ?

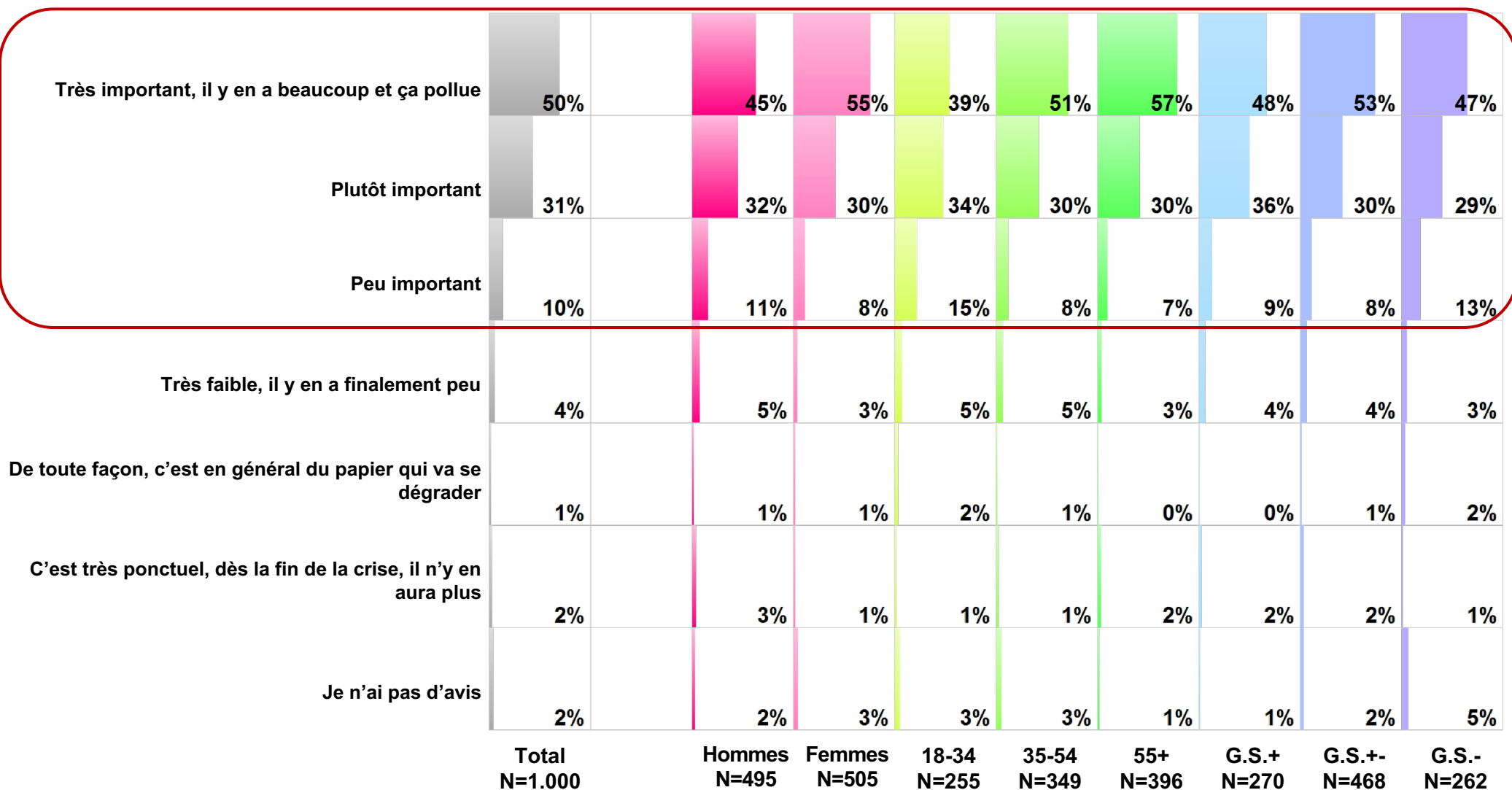


■ cela ne me concerne pas ■ tout à fait contre ■ plutôt contre ■ plutôt d'accord ■ tout à fait d'accord

[%, réponses assistées ; base : échantillon total ; N = 1.000]

6.7. Importance de la pollution due aux masques à usage unique

Q36: Depuis le début de la crise, on voit parfois des masques sur les bords des rues, dans les talus, dans les parcs. Avez-vous le sentiment que c'est un problème...



[%, réponses assistées ; base : échantillon total ; N = 1.000]

Synthèse

Les principaux enseignements de cette étude

La conscientisation des Belges aux problématiques de l'environnement :

- la grande majorité des Belges sont sensibles aux questions environnementales et pour beaucoup, ils ont même déjà adapté leurs comportements ou commencent à le faire,
- cette tendance est un peu plus marquée chez les plus jeunes,
- les climatosceptiques et les personnes qui estiment que ce n'est pas leur rôle, sont devenus très rares (5% au total),
- c'est notamment le cas concernant l'utilisation des plastiques d'emballage, bien qu'à ce niveau, l'engouement est un peu moindre que lorsqu'on parle des comportements en général,
- à plusieurs niveaux, on constate qu'un petit groupe (environ un tiers) attend que ce soient les fabricants et distributeurs qui s'adaptent. Ce groupe, bien qu'« attentiste », est néanmoins prêt à suivre le mouvement dès que les producteurs proposeront les produits adaptés,
- on constate en outre que la grande majorité des Belges estiment que ce sont d'abord les producteurs, puis les entreprises, voire les grandes surfaces qui disposent du plus grand levier d'action. Les Belges estiment que la diminution des plastiques ne sera possible qu'avec une prise en main par le secteur économique, qui sera plus efficace que si c'est le législatif qui est à la manœuvre,
- en outre, les Belges sont très ouverts aux initiatives venant du monde économique, qui ne sont pas interprétées comme de la communication, du « greenwashing ».

L'attitudes des consommateurs :

- en outre, 60% des répondants estiment que le comportement des consommateurs peut lui aussi avoir un impact important, voire très important (32%) sur la consommation des plastiques,
- d'ailleurs $\frac{3}{4}$ des répondants indiquent avoir déjà réduit leur consommation de plastique lors de leurs achats, avec 24% qui estiment avoir déjà fait du mieux qu'ils pouvaient et attendent dès lors des initiatives des fabricants pour pouvoir faire encore davantage,
- l'une des raisons évoquées pour justifier une diminution encore insuffisante à leurs yeux est d'ailleurs qu'une très grande majorité des produits ne sont pas proposés sans emballage plastique (et cela principalement chez les plus âgés), ou en tous cas les produits/marques souhaités par le consommateur

- on note que le prix est nettement moins cité comme un frein éventuel, y compris dans les groupes sociaux moins élevés,
- même si pour 50% des répondants, c'est resté stable, les Belges ont globalement le sentiment d'avoir consommé plus de plastiques durant la crise (24% en ont consommé plus (dont 8% beaucoup plus)), pour 21% qui en ont consommé moins (4% beaucoup moins)). On remarque que ce sont surtout les jeunes, les hommes et les groupes sociaux élevés, population qui est souvent plus adepte des achats en ligne, souvent qualifiés de très gros consommateurs d'emballage,


L'impact des conséquences environnementales sur les comportements d'achat :

- la majorité des Belges réduisent ou sont prêts à réduire les emballages plastiques des fruits et légumes. Suivront assez facilement les emballages de boissons et biscuits, puis les viandes et fromages. Par contre, pour les emballages de produits de lessive, vaisselle, soins corporels, ça semble plus compliqué. Ils sont d'ailleurs très peu à avoir déjà franchi le pas, alors que pour les fruits et légumes (en partie incité par la législation, il est vrai), ils le font déjà,
- on note aussi que le niveau de pollution lié à la production d'un article est quasi le dernier critère de choix d'un article, bien loin du prix, puis du produit en lui-même qui doit correspondre aux attentes, être de qualité, habituel...
- cela étant, il existe un réel souhait pour que les producteurs privilégient les plastiques recyclables et recyclés, ou au moins l'un des 2. Les recharges et emballages en carton pourraient être envisagés mais les Belges préfèrent néanmoins le plastique, à condition qu'il soit recyclé et/ou recyclable (si possible les 2 de préférence),
- les Belges souhaitent d'ailleurs que le recours aux plastiques recyclés soit promotionné, via l'interdiction de fabrication de nouveaux plastiques,

Les connaissances en matière de plastique:

- on constate que les Belges n'ont pas une très bonne connaissance en matière d'emballages plastique et de recyclage de ceux-ci,
- ils ne distinguent a priori pas bien quels sont les plastiques faciles à recycler et ceux qui le sont moins,
- par contre, ils sont très majoritaires à avoir déjà au moins entendu parler des microplastiques, et même à savoir de quoi il s'agit précisément (surtout chez les plus âgés),

- même si la moitié des Belges n'est pas en mesure de confirmer (ou d'infirmer) la présence de microplastiques dans l'alimentation, pour une grande majorité des autres, c'est tout à fait crédible qu'on en ingère 5 grammes par semaine,
- en moyenne, les Belges pensent que 60-70% des plastiques collectés sont recyclés
- au niveau des logos liés au recyclage, on constate que même si les Belges y sont attentifs pour certains, c'est souvent sans en connaître la signification. À titre d'exemple, la signification du logo « Point vert », bien que reconnu par près de la moitié des consommateurs, n'est connue que par 10% des répondants.

 Les Belges sont disposés à être plus informés concernant l'impact environnemental des emballages plastiques :

- 80% des répondants souhaitent être mieux informés de manière générale, de même que sur la possibilité de recyclabilité des emballages,
- à ce titre, un équivalent au Nutri-score (qui est connu par 65% des consommateurs et utilisé par 33% d'entre eux, surtout les plus jeunes), qui indiquerait le niveau de recyclabilité des emballages plastique serait accueilli très positivement, un peu plus par les groupes sociaux élevés,

 Au niveau de l'actualité :

- on note qu'une majorité des Belges (61%) n'a pas entendu parler de la taxe plastique qui entrera en vigueur en janvier prochain. Ce sont les jeunes qui sont le plus informés à ce sujet,
- bien qu'on parle beaucoup des plastiques à usage unique depuis quelques mois suite au changement de législation, la compréhension de ce que cela recouvre est plutôt médiocre,
- et pourtant, l'accueil de leur interdiction est plutôt favorable, avec une différence significative entre les plus jeunes qui soutiennent leur maintien et les plus âgés qui sont favorables à leur interdiction. On voit aussi que les groupes sociaux moins élevés sont un peu plus favorables à leur maintien,
- les Belges sont plus favorables à l'idée de payer une taxe lorsqu'ils consomment un produit non recyclable que de devoir payer plus cher pour acquérir un produit qui est recyclable,
- enfin, les Belges sont plutôt favorables (39%), voire très favorables (27%), à ce qu'on favorise l'utilisation des masques en tissu