

Communiqué de presse
Paris, 30 septembre 2008

Le Point Vert : une ambiguïté levée et des informations pratiques sur le tri

Pour atteindre 75% d'emballages ménagers recyclés en 2012, Eco-Emballages propose aux marques d'apposer sur leurs emballages ménagers une signalétique Point Vert enrichie d'informations qui la rendent plus explicite. L'objectif : aider les français à mieux comprendre le dispositif de recyclage et à ne pas se tromper dans leur tri.

La nouvelle signalétique fera au cours du 4^{ème} trimestre 2008 son apparition sur les emballages.

Le Point Vert qui figure désormais sur 95% des emballages permet d'identifier et de reconnaître une entreprise qui verse une contribution financière destinée à accompagner la mise en place d'une filière nationale de valorisation des emballages. Cette signalétique qui fait désormais partie de l'inconscient collectif des consommateurs français, porte parfois à confusion, car le Point Vert est assimilé aux notions d'« emballage recyclé » ou de « d'emballage recyclable » ce qui est souvent, mais pas toujours, le cas.

La nouvelle signalétique adoptée autour du Point Vert répond à **deux objectifs majeurs** :

- **Aider les consommateurs à bien trier**
- **expliquer la signification exacte du Point Vert.**



Graphiquement parlant, ceci se traduit par:

- la mention « **A trier ou pas ?** » volontairement courte et explicite qui a pour objectif de faire du geste de tri une opération incitative simple et efficace. Cette mention est associée à un renvoi du consommateur en recherche d'informations sur www.ecoemballages.fr. Un nouvel espace internet lui offre des modules pratiques de recherche des consignes de tri par type d'emballage, mais aussi par collectivité.
- la présence du logo Point Vert dans sa forme initiale, de telle façon à s'inscrire dans la continuité de l'existant et ne pas déstabiliser le consommateur habitué à le voir sur les emballages.
- une mention permettant d'expliquer la signification exacte du Point Vert : « *Ce logo signifie que la marque contribue à Eco-Emballages* »
- La construction bien équilibrée de la nouvelle signalétique autour du Point Vert a également pour ambition d'impacter positivement en termes d'image la marque et le produit sur lequel le nouveau Point Vert est apposé.



La pertinence de cette nouvelle signalétique a fait l'objet de tests consommateurs réalisés en avril 2008 par TNS Sofres, afin d'en mesurer la compréhension, l'appropriation et la perception.

A propos d'Eco-Emballages

Créée en 1992, Eco-Emballages est en charge du recyclage des emballages ménagers en France. Elle apporte aux collectivités locales une expertise technique et des soutiens financiers, et sensibilise le grand public au tri et au recyclage des emballages ménagers.

La collecte sélective offre à 59,5 millions de Français la possibilité de trier leurs emballages. 61,3 % des tonnes d'emballages sont recyclées. Symbole depuis 1993 de cet engagement collectif pour la protection de l'environnement et le développement durable, le « Point vert » est présent sur plus de 95 % des produits de grande consommation.

www.ecoemballages.fr

Contact Eco-Emballages : Anne de Lander

Mail : anne.delander@ecoemballages.fr - Tél. 01 40 89 99 75

Contact Presse Ecrite : Aurélie Léveillé / Jean-Philippe Lecocq – Profile PR Tél : 01 56 26 72 00

Mail : aleveille@profilepr.fr / jplecocq@profilepr.fr

Contact TV-Radios: Séverine Randjelovic – Profile PR

Mail : srandjelovic@profilepresse.com - Tél : 01 56 26 72 03 ou 06 18 28 55 51