

# MASTERCLASS

Organisée par :



## Reuse et produits à diluer : le champ des possibles

Mardi 27 mai 2025



**MURIEL  
PAPIN**

Déléguée Générale  
No Plastic in my Sea



**ÉMILIE  
CHALVIGNAC**

Directrice des  
opérations  
Institut du Commerce

# NO PLASTIC IN MY SEA

## → AGIR À LA SOURCE CONTRE LA POLLUTION PLASTIQUE

- Réduire les impacts environnementaux et sanitaires des plastiques sur tout le cycle de vie
- Réduire les plastiques inutiles et maîtriser la production globale



Institut du  
**COMMERCE**  
PARTAGE & PROSPECTIVE

# Association sans but lucratif qui offre un espace ouvert de dialogue d'inspiration et de réalignement pour les acteurs du commerce

pour faire advenir des nouveaux modèles économiques robustes qui favorisent une consommation sobre, désirable et accessible à tous

MEMBRE FONDATEUR



ALUMNI & MÉCÈNE



SUIVEZ-NOUS



NOS ENGAGEMENTS



NOTRE COLOC

Climate House  
Accélérons la transition

# Qu'est ce qu'un produit à diluer ?



- 1- Solution concentrée (recharge)
- 2- Eau
- 3- Contenant réemployable

# Pourquoi ce sujet ?



- Fort potentiel de **Réduction** des déchets
- Fort potentiel de **Réemploi** d'un contenant (emballage ?)
- Solution disruptive, qui **repense le couple produit/emballage** (cf produits solides)
- **Hybride** : réduction et réemploi + DIY
- Fort potentiel de **décarbonation** (pas de transport d'eau)
- **MAIS** : pas assez identifiée, investie et soutenue

# Règlementation

3R: objectifs de Réduction, Réemploi, Recyclage

## Loi AGECC

Anti-gaspillage pour une économie circulaire

- **Fin de la mise sur le marché des emballages en plastique à usage unique d'ici 2040**

↳ Stratégie et décret 3R : **20% de réduction des emballages plastiques à usage unique** par rapport à 2018 (via suppression, recharge...)

**Nouveau décret 3R à venir 2026-2030**

## PPWR

Packaging and Packaging Waste Regulation

- **Réduction des emballages**

**Objectifs minimaux de réduction des déchets d'emballage (art. 43), de 5% dès 2030 et de 15% en 2040**

- **Objectifs de réemploi sectoriels (boissons et transports)**



**Les produits à diluer existants  
couvrent déjà une dizaine  
de catégories grande consommation**

- Quelques exemples sur plusieurs catégories
- De l'innovation et des come back
- Des petites entreprises et des grands groupes

**⚠ Attention : les marques citées le sont à titre d'exemple**

# ★ Boissons chaudes - froides

Sirop, concentré...

## Cherico



Chicorée nature en  
préparation soluble

## Teisseire



VS



60cL de  
sirop pour  
40 verres

6 bouteilles  
de 1,5 L  
(93% d'eau)

## Qwetch



Solid drinks : pastilles  
pour aromatiser l'eau  
**12 pastilles = 6 L**  
d'eau aromatisée

## Necense



Ingrédients  
naturels pour  
préparation de sirop

# ★ Mini factory de boissons



**Sodastream + sirops (Pepsi..)**



**440mL**

**VS**



**9L de  
boisson**

(6 bouteilles de  
1,5L)

**La Fabrik à boissons**

- 300 litres de boissons avec trois Bag-in-Box de 10 litres
  - Soit 600 bouteilles de 50cL
- = 12 kg de plastique évités



# ★ Alimentaire

Soupe, pâte à tartiner...

## Supe



1 pot de 300g = 3 portions de soupe

## Papa outang



Pâte à tartiner en poudre à diluer dans une casserole

# ★ Entretien Produits ménagers, vaisselle...

## Anotherway



Lessive

Entreprise à mission, certifiée B Corp

## MIR – Maison verte (Henkel)



Liquide vaisselle / Assouplissant

- 1 recharge de 150ml qui vaut pour un flacon classique de 450ml
- -66% à -82% de plastique

NO PLASTIC  
IN MY SEA

# ★ Entretien Produits ménagers, vaisselle...

## Briochin



Dégraissant, détartrant...

## Spring



Liquide vaisselle

→ Une solution qui permet d'économiser en moyenne 10 flacons à usage unique par an

# ★ Hygiène et salle de bains

**Baresop** Australie



Lave-mains

**900.care**



Gel douche

# ★ Hygiène

NO PLASTIC  
IN MY SEA

## Pimpant



### Dentifrice pour enfants

Entreprise qui propose produits à diluer d'hygiène, de ménage, vaisselle, linge...

## Colgate



### Dentifrice à croquer

Pastille à croquer jusqu'à l'apparition de mousse, puis débiter le brossage habituel  
→ 75% de plastique en moins que tube classique

# Autres exemples, marques...

## Gels douche, shampoings et dentifrices à diluer : une offre récente mais croissante en France

- ↗ [Neo by nature](#), un gel douche bio dans un flacon en inox avec recharge à diluer.
- ↗ [900 care](#) : une gamme large de produits à diluer, gel douche, shampoing, eau micellaire.
- ↗ [Another way](#) : shampoing et gel douche.
- ↗ [Robinwood](#) : gel douche à diluer.
- ↗ [Maison Hädeen](#), shampoing à reconstituer sur la base d'une poudre à diluer.
- ↗ [Step One](#) : une gamme complète (gel douche, shampoing, lessive...).
- ↗ [Juliette ou Ju](#) : une gamme complète (gel douche, shampoing, lessive et même dentifrice).
- ↗ [Pachamamaï](#) et son dentifrice solide à diluer.



Retrouvez le rapport *500 solutions à la pollution plastique et 12 recommandations* sur notre site [noplasticinmysea.org](https://noplasticinmysea.org)

TOTAL MAGASIN	Alternative contenant	Alternative vrac	Alternative solide	Alternative diluable
CATEGORY - HUILES EN LT	oui	oui	non	non
CATEGORY - CHAMPIGNONS EN CONSERVE LT	oui	non	non	non
CATEGORY - HARICOTS VERTS EN CONSERVE LT	oui	non	non	non
CATEGORY - MAIS DOUX EN CONSERVES LT	oui	non	non	non
CATEGORY - CONSERVES DE THON LT	oui	non	non	non
CATEGORY - PATES ALIMENTAIRES KG	oui	oui	non	non
CATEGORY - RIZ KG	oui	oui	non	non
CATEGORY - MAYONNAISE KG	oui	oui	non	non
CATEGORY - SAUCES TOMATES KG	oui	oui	non	non
CATEGORY - CHIPS KG	oui	non	non	non
CATEGORY - EXTRUDES ET TUILES KG	oui	oui	non	non
CATEGORY - GRAINES SALEES KG	oui	oui	non	non
CATEGORY - BISCUITS PATISSIERS KG	oui	oui	non	non
CATEGORY - GOUTERS KG	oui	oui	non	non
CATEGORY - CHAMPAGNE LT	oui	non	non	non
CATEGORY - EAUX PLATES NATURE LT	oui	oui	non	non
CATEGORY - MAQUILLAGES UN	oui partiel	non	NSP	NSP
CATEGORY - SOINS DU VISAGE CT	oui	oui	oui	oui
CATEGORY - NETTOY MENAGER MULTI-USAGE LT	oui	oui	oui	oui
CATEGORY - PDT DE LAVAGE LAVE VAISSELLE	oui	oui	oui	oui
CATEGORY - PRODUIT VAISSELLE MAIN LT	oui	oui	oui	oui
CATEGORY - LESSIVE GENERALISTE CT	oui	oui	oui	oui
CATEGORY - SHAMPOOINGS EN LT	oui	oui	oui	oui
CATEGORY - DENTIFRICES CT	oui	oui	oui	oui
CATEGORY - DEODORANTS CT	oui	oui	oui	oui
CATEGORY - GELS DOUCHES EN LT	oui	oui	oui	oui
CATEGORY - SOUPES ET POTAGES LT	oui	oui	non	oui
CATEGORY - COLAS LT	oui	oui	non	oui
CATEGORY - LIMONADES TONICS LIMES LT	oui	oui	non	oui
CATEGORY - SODAS ET BAF GAZEUSES LT	oui	oui	non	oui
CATEGORY - BOISSONS A BASE DE THE LT	oui	oui	non	oui
CATEGORY - BOISSONS AUX FRUITS PLATES LT	oui	oui	non	oui
CATEGORY - BOISSONS ENERGETIQUES ET BOISSONS CHA	oui	oui	non	oui
CATEGORY - JUS DE FRUITS LT	oui	oui	non	oui
CATEGORY - SIROPS LT	oui	oui	non	oui
CATEGORY - EAUX GAZEUSES NATURE LT	oui	oui	non	oui

# Aussi à l'étranger



Olivier Dauvers dans BONNES IDÉES :  
BONNES PRATIQUES [#TESCO](#)

***Save plastic. Save money.***

➔ *Ocean Saver*

- Bouteilles en plastique issu des déchets de plage
- Matière active directement dans un berlingot
- Pas de transport d'eau

## Étude consommateurs

Analyse des comportements et perceptions  
des consommateurs de produits solubles en France

# Méthodologie de l'étude

## Profil :

- Consommateurs et non-consommateurs de produits à diluer
- Hommes et femmes de plus de 18 ans.

## Technique de recueil :

**Type d'enquête :** Quantitative – Réalisée en ligne

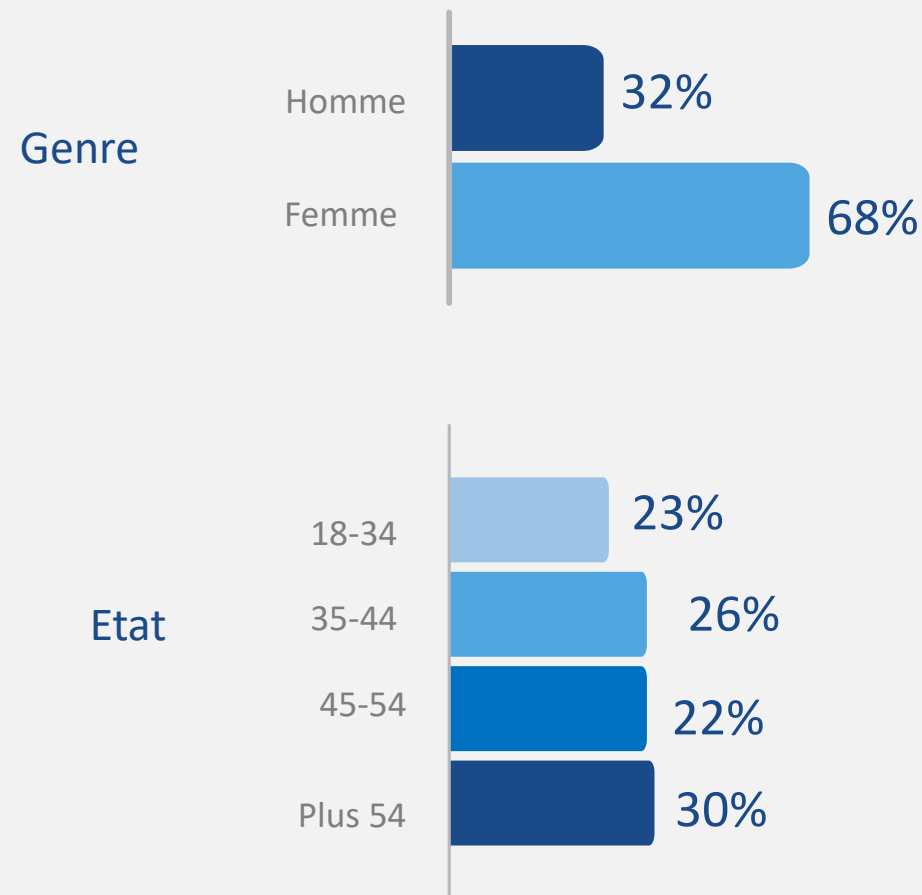
**Outil :** Questionnaire structuré comportant des questions ouvertes, fermées, ainsi qu'une échelle d'opinion

**Échantillon :** 1 001 répondants

**Territoire couvert :** France entière

**Période de collecte :** Avril 2025

## Profil des répondants

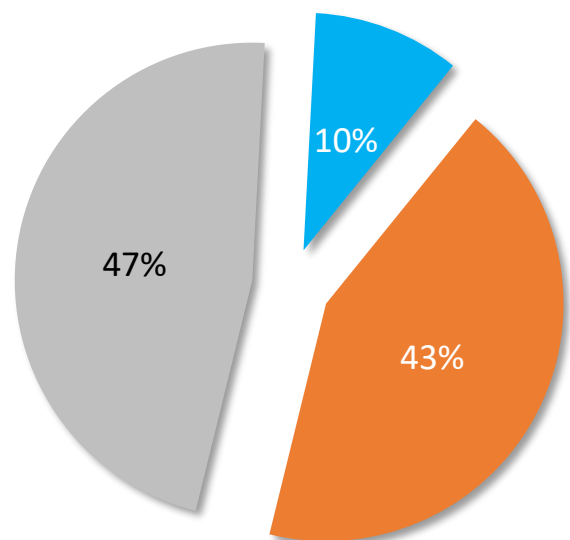


- 53% d'acheteurs
- Manque de connaissance ou de compréhension du sujet chez les non acheteurs

## Acheteurs et non acheteurs de produits à diluer

Les produits solubles/ a diluer sont des produits alimentaires ou non alimentaires qui se dissolvent facilement dans un liquide (généralement de l'eau, du lait ou d'autres solvants) pour être consommés ou utilisés. Par exemple : poudres, sirops ou pastilles pour boissons plates ou pétillantes; café, soupe; après-shampooing, gel douche, shampooing à reconstituer en ajoutant de l'eau; lessive ou nettoyant à reconstituer en ajoutant de l'eau

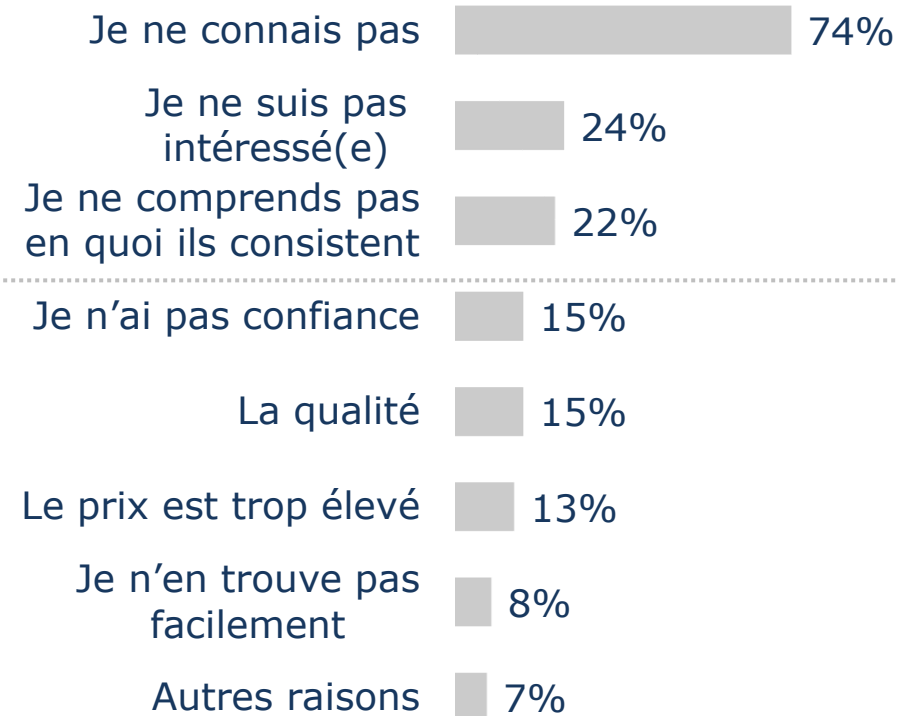
### Achetez-vous des PRODUITS À DILUER ?



■ Oui, tout le temps ■ Oui, parfois ■ Non

Total: 1000

### Pour quelles raisons n'achetez-vous pas de PRODUITS À DILUER ?



Non-connaisseurs : 470

# Types de produits solubles les plus consommés par les Français

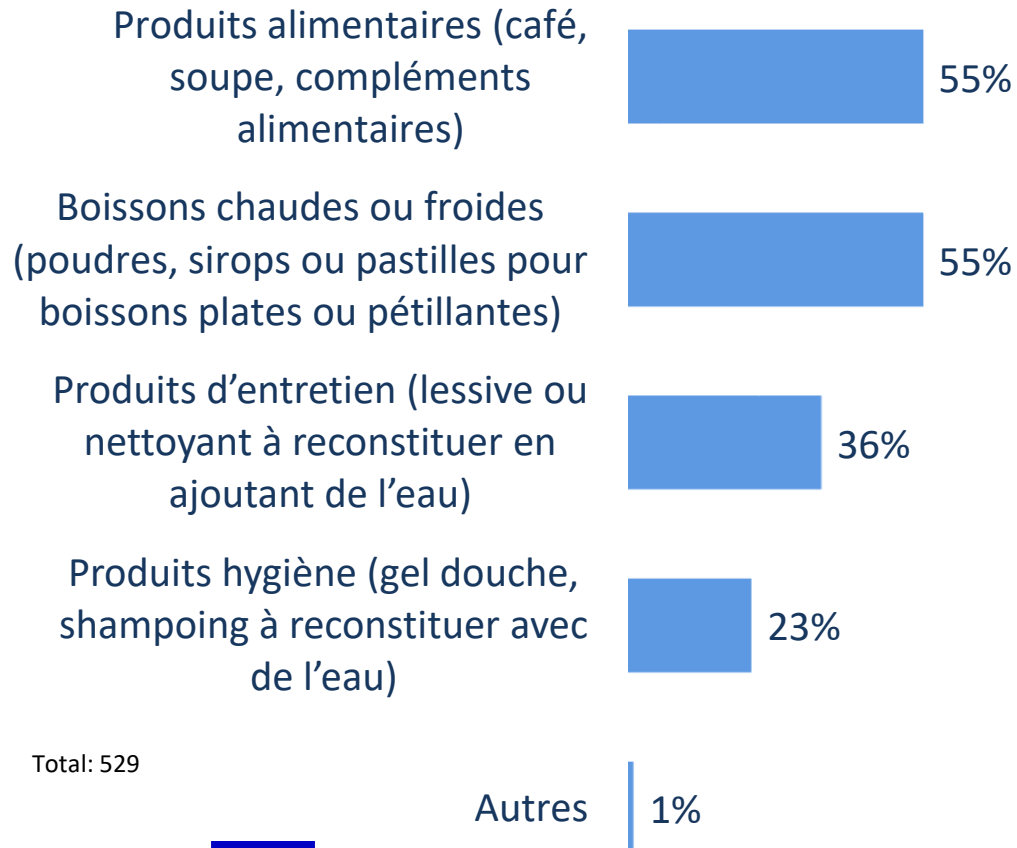
## Un geste déjà ancré sur certaines catégories




Shopadvizor

Acheteurs

Quel type de PRODUITS À DILUER utilisez-vous ?



Total: 529

 Les produits alimentaires et les boissons sont les produits à diluer les plus connus et achetés.

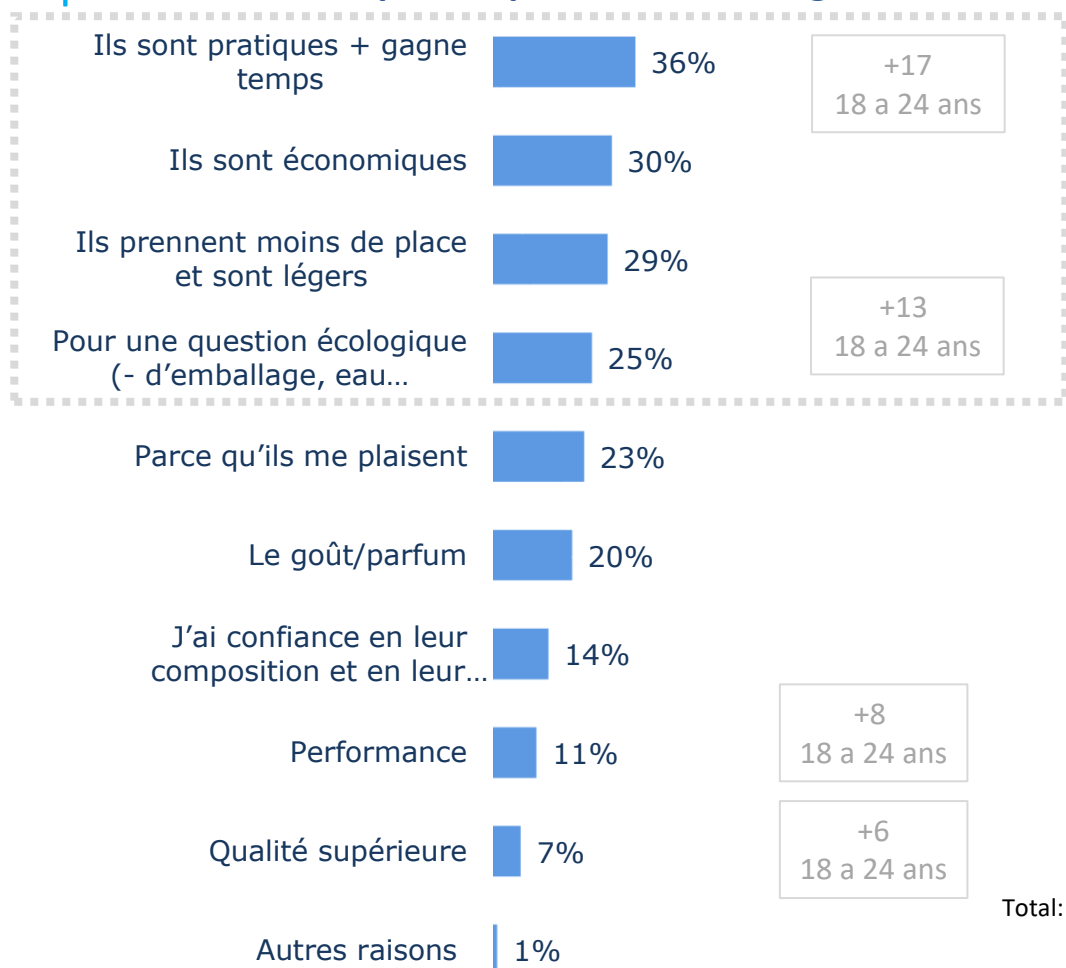
Il y a un enjeu de notoriété et pédagogie sur les catégories de produit d'entretien et d'hygiène

# Pratiques (gain de temps), économiques, peu encombrants, écologiques : de nombreux atouts reconnus

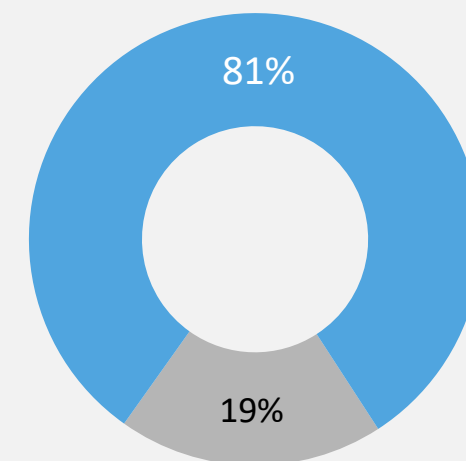
## Acheteurs


### Qu'est-ce qui vous motive à choisir un PRODUIT À

#### Top 3 DILUER plutôt que sa version originale ?



### Considérez-vous que les PRODUITS À DILUER vous font gagner du temps ou vous facilitent la vie au quotidien ?

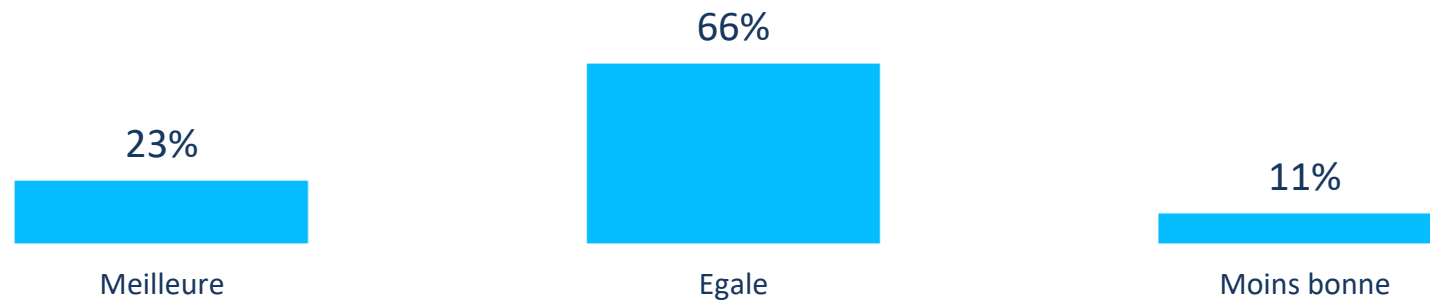


 **81 % des consommateurs estiment que ce type de produits leur facilite le quotidien grâce à leur praticité.**

# Une perception de qualité équivalente voire meilleure que les produits traditionnels chez 9 consommateurs sur 10

Acheteurs

Comment percevez-vous la qualité des produits à diluer par rapport aux produits traditionnels ?



 Chez les jeunes, 30 % vont plus loin : ils les perçoivent même comme de meilleure qualité.

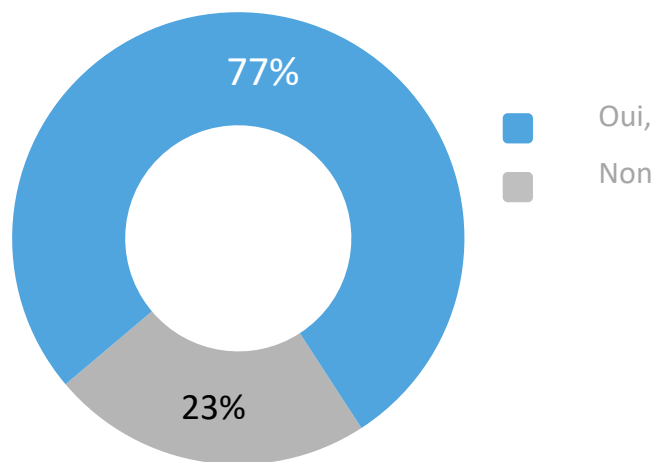
# Une vraie tendance à suivre

Acheteurs

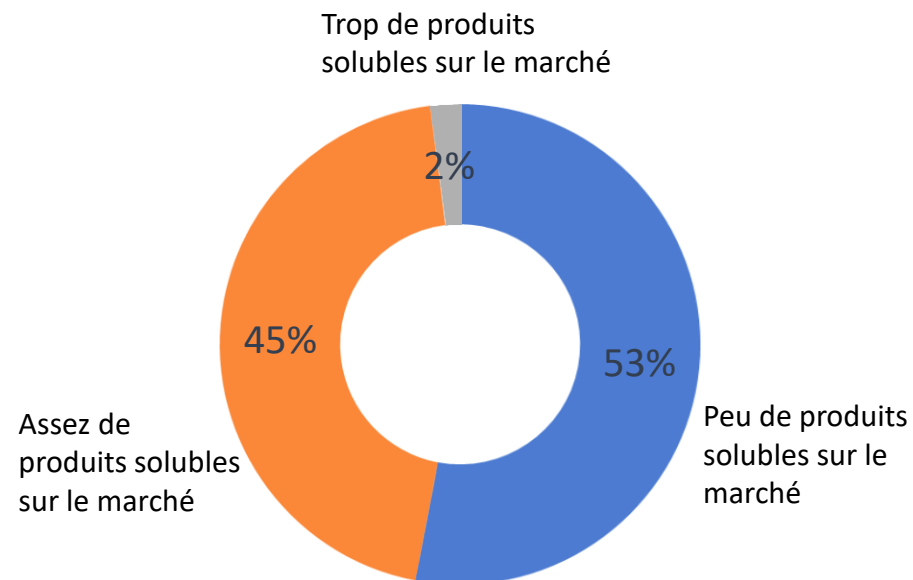


Shopadvizor

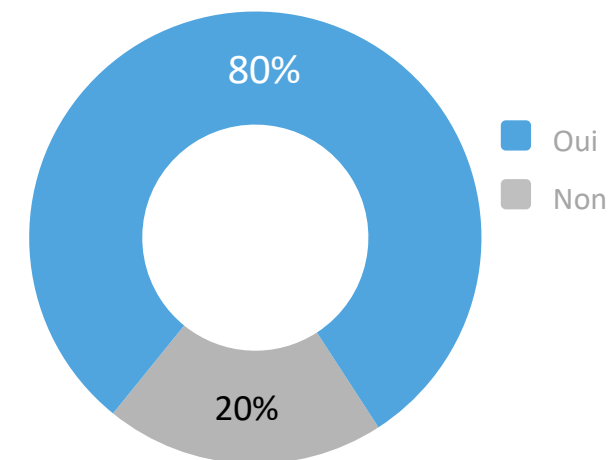
Pensez-vous que les produits à diluer sont une tendance croissante en France ?



Selon votre perception, il y a ...




Souhaiteriez-vous voir plus d'innovation pour ce type de produit ?



53 % des consommateurs estiment qu'il y a peu de produits solubles disponibles sur le marché.

80 % des consommateurs aimeraient voir plus d'innovation dans les produits solubles.

# En conclusion : un enjeu de pédagogie et d'offre pour répondre à de réelles attentes des consommateurs déjà convaincus

 **Les non acheteurs** manquent de connaissance ou de compréhension sur la définition des produits à diluer  
→ Informer sur les **bénéfices, usages** des produits à diluer

 **Les acheteurs (+50%)** sont très satisfaits et considèrent que les produits à diluer sont une tendance croissante

- Ils apprécient les nombreux atouts des produits à diluer (Pratiques et gain de temps, économiques, peu encombrants, impact environnemental...)
- Ils ont déjà des gestes ancrés sur certaines catégories  
→ Développer une offre en particulier sur les catégories de produit d'entretien et d'hygiène

# Avantages

ENVIRONNEMENTAL	<ul style="list-style-type: none"><li>• Réduction drastique de <b>plastique</b> et de transport <b>d'eau</b></li><li>• Réemploi du contenant</li><li>• Produits souvent naturels</li></ul>
USAGE	<ul style="list-style-type: none"><li>• Plus léger, pratique, rapide</li><li>• Moins de <b>volume</b> = meilleur stockage et manutention</li></ul>
ECONOMIQUE	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Pour le consommateur</b>: prix équivalent ou inférieur dans la majeure partie des cas</li><li>• <b>Pour acteurs économiques</b> : fidélisation + préservation de la marge (cf pour les restaurateurs avec la Fabrik à boissons)</li></ul>

Liquide vaisselle à diluer *MIR* -**82% de plastique**

1 an pour une famille de 4 chez 900.care c'est **110kg de CO2** évités

Boissons sodastream: **25% moins cher**

Thé glacé *Teisseire* **5x moins cher** / ice tea *Lipton*

**60**  
millions  
de consommateurs

**Gel douche 900.care classé 1er**  
**par 60 millions de consommateurs**

NO PLASTIC  
IN MY SEA

2 mai 2025

<b>Gels douche</b>	<b>Santé</b>	<b>Environnement</b>	<b>Prix</b> (240ml)
<b>900.care</b>	<b>A</b>	<b>A</b>	<b>2,49€</b>
<b>Le Petit Marseillais</b>	<b>C</b>	<b>E</b>	<b>2,93€</b>
<b>Dove</b>	<b>E</b>	<b>E</b>	<b>2,84€</b>

19 mai 2025

**“recharges plus  
fidélisantes...et parce  
que notre mission est  
de réduire notre  
empreinte  
environnementale”**



Alexis Dhellemmes • 1er  
Fondateur Avril - cosmétique bio  
13 h •

Il y a quelques semaines, je visitais des boutiques en Ile de France avec une candidate à la franchise Avril. Dans le RER, entre deux visites, elle me pose une question intéressante : « Vos recharges en pastille sont moins chères que le produit classique déjà constitué. Par exemple, le dentifrice Avril est à 4 €, alors que la recharge est à 3 €. Quel est donc l'intérêt économique pour Avril, et ses franchisés, de développer les ventes des pastilles ? »

Je lui ai répondu deux choses :

- D'abord, qu'on peut supposer que les recharges sont plus fidélisantes (car, quand on a commencé la démarche de réduire ses déchets, on n'a pas envie de revenir en arrière) qu'un produit classique, et que donc les clients reviendront plus souvent et achèteront peut-être d'autres produits Avril.
- Mais surtout que, même si c'était moins intéressant économiquement pour nous, on le ferait quand même. Parce que notre mission est de réduire notre empreinte environnementale. Pas de gagner le plus d'argent possible.

D'ailleurs, quand Avril a lancé son concept de recharges de poudres, blushes, et fards à paupières, en 2022, à la place de la version classique en boîtier rond en plastique, nous avons baissé les prix de tous ces produits de 1 €, grâce à l'économie réalisée sur l'emballage. Donc, à quantité vendue égale, on fait moins de CA, et moins de marge en €. Mais on évite de produire 10 tonnes de plastique par an. On ne s'est pas demandé si on y avait intérêt ou pas. On l'a fait, sans hésiter. Et avec fierté.

C'est une vraie question qui est posée ici : doit-on privilégier l'environnement au détriment de nos intérêts économiques ?

Même si on comprend bien le principe de réalité (une entreprise doit être rentable donc économe pour survivre), il faut garder en tête ce que toutes les études confirment : le coût de l'inaction climatique (et environnementale en général) sera infiniment plus élevé que celui de l'action. Donc, même si à court terme il peut sembler pertinent de privilégier l'économie à l'environnement, à long terme c'est un très mauvais calcul. Car qui va, in fine, payer pour les dégâts des catastrophes climatiques et des pollutions, de plus en plus graves et fréquentes ? Les contribuables et les assurés. Donc chacun d'entre nous, et les entreprises. Et cela nous coûtera beaucoup plus que les éventuels surcoûts ou manques à gagner vertueux que nous pouvons accepter maintenant.

C'est difficile de changer nos raisonnements. Pourtant il faut le faire. Et s'en réjouir. Parce qu'agir est plus épanouissant que compter ses sous.



**Vos questions ?**

# Merci



Retrouvez le rapport sur notre site :  
**[noplasticinmysea.org](http://noplasticinmysea.org)**



Ou en scannant ce QR-code  
avec votre téléphone

**CONTACT:**  
**[contact@noplasticinmysea.org](mailto:contact@noplasticinmysea.org)**

# Quelques données chiffrées

Informations communiquées par les marques

Anotherway

En 2024, c'est **1,241 tonnes de CO2** non émises lors du transport  
**52 516 litres d'eau** non transportés  
**1,367 millions de produits en plastique jetable** évités  
**105,6 tonnes de déchets plastiques** évités

Sodastream

Un sirop concentré coûte environ **25% moins cher** qu'une bouteille classique

900.care

Pour un foyer de 4 personnes sur 1 an, c'est: **6x moins** d'émissions de CO2  
**110kg de CO2** économisés (Paris-Barcelone en voiture)  
**35 litres d'eau** non transportés par camion ou avion  
**6,5 kilos de plastique** évités