

#BUZZPACKAGING

JOURNÉE MONDIALE DU RECYCLAGE



PHOTO CARL VON SCHEELE

MONIQUE LARGE

Experte en innovation et en design, Monique Large utilise son Butinomètre afin de réaliser une analyse massive de la perception de l'emballage sur les réseaux sociaux. www.pollenconsulting.com

Cette journée de sensibilisation citoyenne est aussi l'occasion pour les marques de prendre la parole.

4 000 tweets

4 000 mentions du mot « journeemondialedurecyclage » sur Twitter, en français, entre fin février et fin mars 2021.



Cette journée internationale existe maintenant depuis plus de dix ans. Elle est destinée à informer le public sur l'importance du recyclage et sur les avancées technologiques dans ce domaine. Cette année, le ministère de la Transition écologique met l'accent sur les « 3R » (réduire, réutiliser, recycler) et encourage #lesbonneshabitudes, car même après dix ans de sensibilisation, le recyclage apparaît toujours aussi compliqué et contraignant. Concrètement, que font les marques pour faciliter

la circulation des matières et des emballages ? Orange communique sur le nombre de téléphones mobiles collectés en boutique et renvoie vers un documentaire qui atteste de la filière de revalorisation. Coca-Cola et Nestlé adoptent un ton plus institutionnel, mettant en avant l'évolution vers des bouteilles 100% recyclées. Samsung soumet quelques idées pour transformer le carton d'emballage du poste de télévision. Une communication qui dédramatise le sujet et récolte un bon score de « likes ».

