

Dans le cadre d'une dynamique de développement durable, l'emballage doit être appréhendé non comme un problème mais comme une des solutions.



Du bon usage de l'emballage

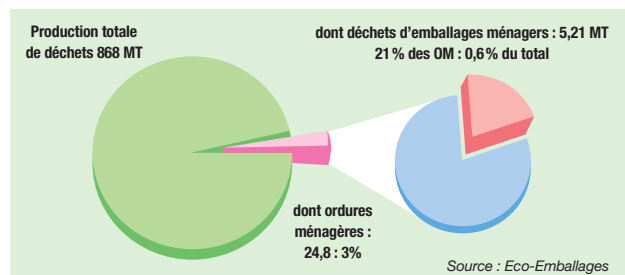
Symbole de notre société de consommation grâce à son adaptation à nos modes de vie, essentiel dans ses fonctions de protection des produits et de sécurité aux consommateurs, apprécié dans ses fonctions de service tout au long de la chaîne d'approvisionnement, l'emballage commence à encombrer dans sa seconde vie, une fois vidé de son contenu. Ainsi, l'emballage est d'abord plutôt vertueux sur les trois dimensions du développement durable, mais frappé d'anathème une fois métamorphosé en déchet, ou pour le moins est l'objet d'interrogations quant à sa conception d'une part et à son devenir après usage d'autre part. Depuis environ vingt ans, voire plus, les consommateurs sont invités à faire le tri de ce qu'ils jettent. Ce geste leur rend manifeste

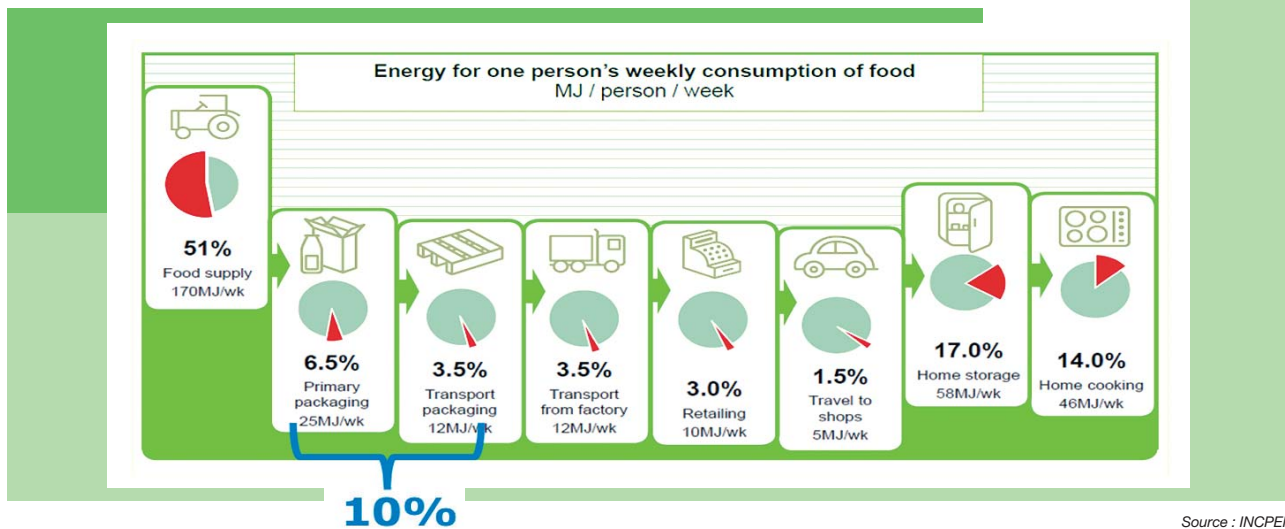
* Délégué général du Conseil National de l'Emballage

qu'ils "génèrent" des déchets d'emballage. Ceux-ci représentent en effet environ 30 % du poids des déchets ménagers. Ce geste est dorénavant ancré dans leur quotidien et l'on considère que nous avons 60 millions de trieurs sur le territoire national. Les déchets d'emballage ne représentent que 0,6 à 1 % (en poids) de tous les déchets générés en France.

En termes de consommation, s'il est impératif d'éviter le gâchis, le besoin de conditionnements et d'emballages adaptés à la taille des foyers se fait ressentir. Si les portions et les condition-

Les déchets d'emballages ménagers





nements sont disproportionnés, la perte liée aux produits avariés, que l'on a oublié de consommer, devient un problème plus important encore que celui de l'emballage. Nous souhaitons préciser que la part de l'emballage dans les émissions de gaz à effet de serre est de 10 à 20 % des émissions issues du cycle de vie complet du produit emballé (pour les produits de grande consommation). Il en est de même pour la part de l'emballage dans la consommation d'énergie primaire (Source INCPEN).

Les consommateurs changent...

Les données sociologiques expliquent pour partie le nombre des emballages en France. Il y a d'abord l'effet mécanique de l'accroissement de la population, auquel s'ajoutent l'évolution de la composition des ménages et la façon de s'alimenter. Les ménages composés d'une personne ainsi que les couples sans enfant ont respectivement augmenté de 1,2 et 1,6 millions entre 1999 et 2006. En 2010, la population urbaine et la population rurale sont dans un rapport d'environ 50/50 dans le monde. En 2050, 75 % de la population mondiale devrait vivre en zone urbaine et 25 % en zone rurale, soit 6 milliards d'habitants dans les villes et 3 milliards en zone rurale. A minima, il y aura un besoin croissant d'emballages de transport pour acheminer en toute sécurité les produits des bassins de production vers les consommateurs.

Une relation existe entre le niveau de richesse d'un pays et la mise à disposition de produits manufacturés emballés. Les statistiques mondiales montrent une corrélation étroite entre croissance du PIB et croissance des déchets ménagers.

Ceci étant, il ne s'agit pas de se dédouaner par les chiffres et le Conseil National de l'Emballage (CNE), de part la présence de ses partenaires, s'approprie le sujet pour un emballage qui allie le "mieux produire" avec le "mieux consommer" en passant par le "mieux distribuer".

... et les entreprises aussi.

Prévention et éco-conception

Notre mission prioritaire est de promouvoir la prévention par la réduction à la source des emballages auprès de ses partenaires. Les valeurs de pédagogie et de pragmatisme de l'association rendent cette approche accessible au plus grand nombre, qu'il s'agisse de grands groupes industriels ou de PME.

Les lois "Grenelle" placent la prévention comme priorité parmi toutes les autres options (recyclage, valorisation matière ou énergétique...). Dans ce contexte, le CNE a mis au point, grâce à l'intelligence collective organisée en groupes de travail, une méthodologie d'analyse de réduction à la source, qui constitue un référentiel des cas de prévention. Ce référentiel calcule les efforts de prévention selon quatre indicateurs qui sont des traceurs pertinents et explicatifs de flux ou d'impacts environnementaux. Il est disponible pour tous et de manière gratuite, sur notre site internet¹. Les travaux d'amélioration continue des entreprises sont ainsi enregistrés de manière volontaire à l'aide de cet outil, qui peut aussi servir de reporting interne. Après une revue critique par le CNE, ces cas de prévention sont publiés sur notre site internet et peuvent inspirer les démarches d'autres entreprises. La mission additionnelle est de diffuser et d'essaimer toutes ces bonnes pratiques pour le bien commun.

Innovation et ruptures

Nous sommes partis du constat que pour certains marchés, l'atteinte des points critiques est une réalité. Ils sont observés à travers une liste d'exigences essentielles, spécifiques à la fabrication et la composition d'un emballage : protection du produit, procédé de fabrication de l'emballage, processus de conditionnement, logistique, présentation et commercialisation du produit, acceptation par l'utilisateur/consommateur, information, sécurité, législation...

Il est dorénavant impossible, pour ces marchés, de réduire de manière conséquente et chaque année certains emballages en poids et/ou en volume sans porter atteinte au produit et/ou en perdre. Une réflexion sur la rupture en emballage s'est ainsi imposée. Trois volets de ruptures ont été identifiés lors d'un groupe de travail dédié : la rupture technologique (comment "mieux produire"), la rupture comportementale (faire évoluer les comportements d'achats vers le "mieux consommer") et la rupture commerciale et marketing (comment distribuer autrement, demain ...). La rupture étant du registre de la confidentialité et de l'avantage concurrentiel, le CNE s'est attaché à identifier et documenter les bonnes pratiques disponibles ou en émergence. Ainsi, cinq bonnes pratiques présentes sur le marché des produits de grande consommation ont été considérées comme intéressantes dans le cadre de la prévention et pertinentes en vue d'une plus large diffusion au niveau national. Il s'agit de simplification de l'emballage secondaire sur le marché des yaourts et produits frais, la conception différente des bouchons de certaines boîtes, l'évolution du matériau utilisé pour les pots des produits laitiers, l'optimisation dimensionnelle des blisters de brosses à dent et la simplification des emballages des tubes de dentifrices. Nous avons évalué les gisements potentiels associés si toute une interprofession s'appropriait l'une de ces bonnes pratiques, sans pour autant occulter les difficultés du passage à l'action (problématique d'investissement, marché concurrentiel ou acceptabilité des consommateurs). Le détail de ces bonnes pratiques figure sur notre site internet : "publication/la prévention en actions" ou comment catalyser, promouvoir et accélérer l'émergence de bonnes pratiques en emballage. L'association est en situation de favoriser le dialogue entre les partenaires, de mettre au point des

L'emballage reste une nécessité qui doit s'adapter au profil sociologique des consommateurs, pour le bien de la planète et du porte-monnaie.

recommandations, de préconiser des mesures préventives et de diffuser les bonnes pratiques de prévention. Il n'y a pas lieu en ce domaine de faire preuve de manichéisme. Les industriels ont une responsabilité pour développer des contenants au juste besoin du contenu, conformément à la directive européenne 94/62/CE, mais aussi au Code de l'Environnement et aux normes (EN 13 428 notamment), tout en prenant en compte l'acceptabilité de l'utilisateur et du consommateur. L'emballage, quant à lui, reste une nécessité qui doit s'adapter au profil sociologique des consommateurs, pour le bien de la planète et du porte-monnaie. C'est pourquoi il est nécessaire aujourd'hui d'organiser une concertation auprès des acteurs, pour rédiger un état des lieux et documenter des bonnes pratiques face au gaspillage et aux pertes. Chaque Français jette en moyenne 20 kg d'aliments par an à la poubelle (source ADEME) : 7 kg d'aliments encore emballés et 13 kg de restes de repas, de fruits et légumes abimés et non consommés...

L'objectif est de montrer que les acteurs responsables de la chaîne emballage se mobilisent en vue de factueliser le sujet, mais surtout qu'ils prennent des initiatives et développent des bonnes pratiques. Les résultats de ce groupe de travail sont publiés sur notre site internet depuis juin 2011.

Les activités humaines et la production associée de biens induisent des bénéfices dans la vie de tous les jours, mais elles ont potentiellement un impact sur la santé et sur l'environnement. Il y a donc, pour chaque activité et pour chaque production, une relation bénéfico-risques. L'emballage a été récemment au centre des médias sur différentes polémiques, indiquant que sa composition était de nature à affecter la santé et la sécurité des consommateurs par le biais des produits de grande consommation. Le CNE souhaite rendre à l'emballage ce qui lui appartient et publiera un document "L'emballage et la santé, l'hygiène et la sécurité" afin d'apporter sa contribution à la relation entre l'emballage et son contenu, de manière dépassionnée et neutre, conformément à ses valeurs. Ce dossier rappelle que la conception des emballages obéit à des règles rigoureuses, qui garantissent au consommateur final que toutes les substances présentes dans les emballages respectent strictement les réglementations qui encadrent ces substances. ■

1 - www.conseil-emballage.org.