

# **Eco-conception et prévention des déchets dans le domaine de l'emballage**

**Plus de 100 milliards d'emballages sont utilisés chaque année en France. Comment maîtriser alors l'évolution des tonnages de déchets? Par la prévention, qui est l'affaire de tous. C'est à quoi travaille le Conseil national de l'emballage, de l'amont, en aidant les entreprises à mieux produire, à l'aval, en sensibilisant les consommateurs à la prévention.**

**par Olivier Labasse,**  
*Conseil national de l'emballage*

**A** l'heure du consensus sur la médiatisation du développement durable, qui permet de concilier harmonieusement le développement économique, le progrès social et le respect de l'environnement, que penser des milliards d'emballages qui nous passent chaque année entre les mains? L'emballage: ami ou ennemi du quotidien? Symbole de notre société de consommation grâce à son adaptation à nos modes de vie, essentiel dans ses fonctions de protection des produits et des consommateurs, apprécié dans ses fonctions de service tout au long de la

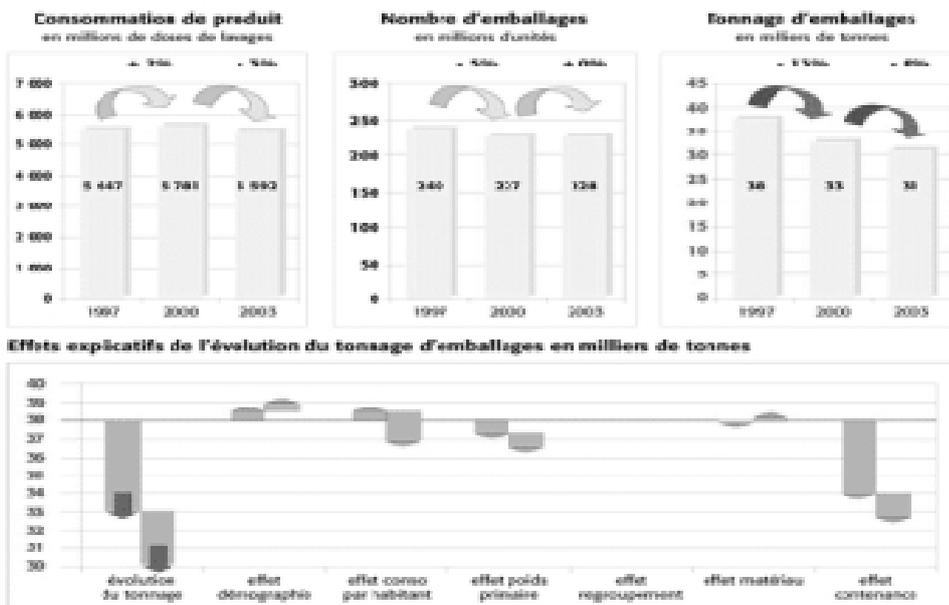
chaîne d'approvisionnement, il commence à encombrer dans sa seconde vie, une fois vidé de son contenu; bref, d'abord plutôt vertueux sur les trois dimensions du développement durable, l'emballage est frappé d'anathème une fois métamorphosé en déchet, ou pour le moins objet d'interrogations quant à son devenir après usage. Chaque année, plus de 100 milliards d'emballages ménagers sont utilisés en

France. Ils assurent de multiples fonctions indispensables aussi bien aux consommateurs qu'aux professionnels: protection, conservation, hygiène, information, présentation, regroupement, transport, stockage... Leur nombre croît avec l'augmentation de la population et du nombre des ménages, ainsi qu'avec l'évolution des modes de vie, des besoins et des attentes des gens. L'augmentation de la population (+21

**D'abord plutôt vertueux sur les trois dimensions du développement durable, l'emballage est frappé d'anathème une fois métamorphosé en déchet, ou pour le moins objet d'interrogations quant à son devenir après usage.**



**Poudres et liquides de lavage du linge**



% depuis 1975) et celle du nombre des ménages (+50 % sur la même période) génèrent mécaniquement une augmentation de la consommation de produits emballés dans notre pays.

Le doublement du nombre de personnes vivant seules depuis 30-ans (12,6 % de la population aujourd'hui), la diminution de la taille des ménages (3,1 personnes par foyer en 1970, 2,4 en 1999 avec une prévision de 2,3 pour 2005), l'individualisation de la consommation, conduit à

l'accroissement du nombre de portions individuelles et, partant, d'emballages. La réduction du temps consacré à la préparation des repas (aujourd'hui 50 % des femmes ont une activité

**La croissance du nombre d'emballages dépend de l'évolution de l'offre mise sur le marché par les fabricants et les commerçants, et aussi de l'évolution des modes de consommation et du choix des consommateurs.**

professionnelle) et le grignotage (versus la structuration rigide des repas) entraînent une augmentation de la consommation de produits « tout prêts-», préemballés, achetés en libre-service.

Toutes ces évolutions ont conduit à la mise sur le marché de produits de consom-

mation courante emballés, de plus en plus nombreux et, souvent, en portions individuelles-; c'est pourquoi, si l'on prend en compte l'ensemble des emballages et éléments d'emballages ménagers utilisés en une année en France, le nombre de 100 milliards d'emballages est atteint.

La croissance du nombre d'emballages dépend de l'évolution de l'offre mise sur le marché par les fabricants et les commerçants, et aussi de l'évolution des modes de consommation et du choix des consommateurs.

Réduire les déchets ménagers que nous produisons tous et

chaque jour, nécessite que nous réfléchissions à notre consommation et à nos modes de vie afin de «-consommer responsable-».

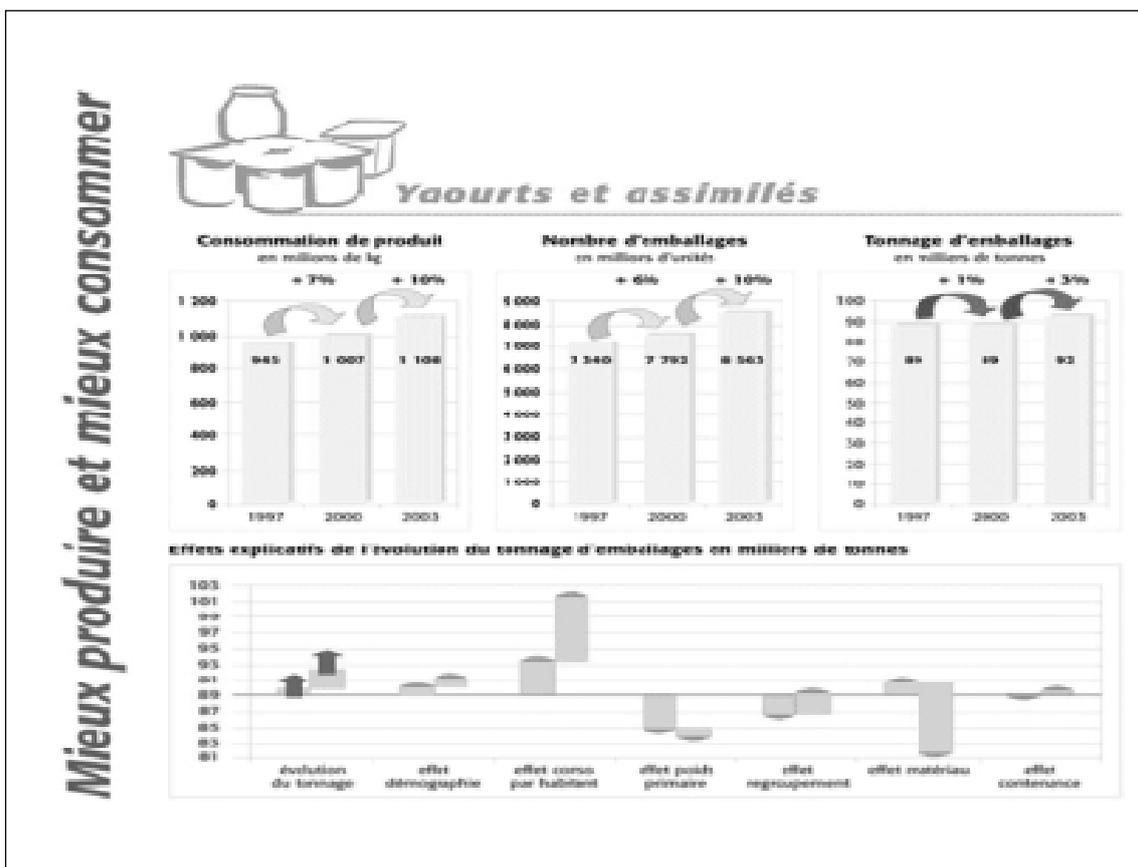
## Réduction à la source et meilleures pratiques de consommation

Alors que la consommation et le nombre d'emballages des produits augmentent, comment stabiliser et maîtriser

l'évolution des tonnages de déchets? La réponse est la prévention, qui est l'affaire de tous. C'est pour cela qu'a été créé le Conseil national de l'emballage (CNE), qui réunit, dans une démarche collective de progrès, l'ensemble des acteurs de la chaîne emballage-: producteurs de matériaux d'emballages, fabricants d'emballages, entreprises du secteur des biens de consommation et leurs fournisseurs, sociétés agréées par les

pouvoirs publics afin d'organiser la collecte et la valorisation des emballages et opérateurs de ce secteur, entreprises de la distribution, associations de consommateurs, associations de protection de l'environnement et collectivités locales. La mission du Conseil national de l'emballage s'exerce depuis l'amont de la chaîne en aidant les entreprises à mettre en œuvre l'éco-conception, jusqu'en aval en sensibilisant les consom-

**Le découplage préconisé par l'Union européenne entre la progression du PIB et celle des quantités de déchets générés commence à être observé en France dans le domaine des emballages ména-**

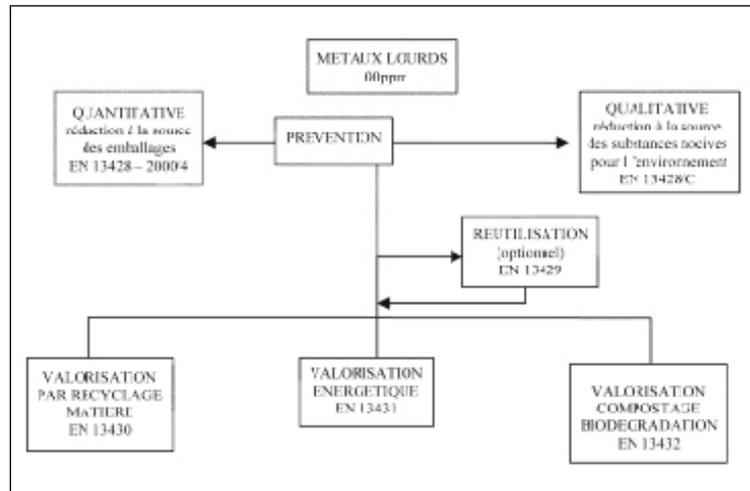


mateurs à la prévention des déchets. Si les déchets d'emballages représentent aujourd'hui en poids moins de 25 % des ordures ménagères provenant des particuliers, et un très faible pourcentage (environ 2 %) du tonnage des déchets produits chaque année dans notre pays, l'emballage n'en reste pas moins emblématique d'une démarche collective. Si le nombre des emballages ménagers augmente depuis 1997, leur tonnage a diminué entre 1997 et 2003 où, avec 4,6 millions de tonnes, il a presque retrouvé le niveau de 1994.

## Des modes de production aux modes de consommation

Cinquante-six entreprises et organisations professionnelles ont participé à l'étude « Mieux produire, mieux consommer, la prévention des déchets d'emballages-» réalisée sur 8 marchés de produits de grande consommation sous l'égide du CNE, en partenariat avec l'Ademe

**Le Conseil national de l'emballage réunit, dans une démarche collective de progrès, tous les acteurs de la chaîne, des producteurs de matériaux d'emballages aux associations de consommateurs en passant par les fabricants, les sociétés agréées chargées d'organiser la collecte, les entreprises de la distribution ou les collectivités locales.**



et avec le soutien d'Adelphi et Eco-Emballages. Il s'agissait pour le CNE d'identifier sur les périodes 1997-2000 et 2000-2003 les différents facteurs explicatifs de l'évolution des tonnages d'emballages et de distinguer les impacts respectifs de l'évolution de la consommation et des modifications de conditionnement au niveau national. Nous ne disposons jusqu'alors que d'initiatives exemplaires

d'éco-conception et de réduction à la source, décrites et communiquées, depuis 1996, dans les catalogues de prévention selon la méthode d'analyse du CNE (devenue d'ailleurs un référentiel pour l'industrie de la grande consommation)

et dont les principaux critères sont les suivants:-

- ✓-prise en compte du couple produit/ emballage,
- ✓-valeur d'usage identique pour le consommateur,
- ✓-bilan effectué sur le système d'emballage complet (primaire, secondaire, tertiaire),
- ✓-impact en masse, quantifié avec les ventes réelles du produit,
- ✓-chiffrage des réductions rapporté à l'unité de vente consommateur sur palette complète,
- ✓-évaluation de la réduction éventuelle du volume de transport.

Au vu des résultats de cette étude, quelle est la situation au niveau national-?

Sur les 8 marchés étudiés, la consommation de produits a augmenté de 11 % entre 1997 et 2003, le nombre global d'emballages a progressé d'un taux très voisin (l'évolution des grands conditionnements compensant celle des petits formats) et les tonnages d'emballages ont baissé de 3 %. Le découplage

préconisé par l'Union européenne entre la progression du PIB et celle des quantités de déchets générés commence à être observé en France dans le domaine des emballages ménagers. L'étude, qui portait sur environ 30 % des emballages ménagers mis sur le marché et 1,4-million de tonnes d'emballages, a aussi montré que les actions de réduction à la source du poids des emballages ont entraîné des baisses de tonnage plus faibles sur la période 2000-2003 que sur la période 1997-2000, ce qui traduit, dans bien des cas, l'atteinte d'un point critique au-delà duquel il apparaît difficile de diminuer encore le poids sans altérer les fonctionnalités de l'emballage. Enfin, pour tous les marchés,

l'impact de la réduction à la source est masqué par des facteurs plus déterminants comme l'évolution de la consommation des produits, les modifications de format et la substitution entre les matériaux. L'analyse de deux marchés, l'un alimentaire, l'autre de produits d'entretien, illustre ces propos. Le marché des yaourts, produits à fréquence de consommation élevée, se caractérise par sa croissance (+7 % sur la période 1997-2000 et +10 % sur 2000-2003) qui aurait dû entraîner des augmentations

similaires des tonnages d'emballages. En réalité, elles ont été très significativement limitées (respectivement +-1 % et +-3 %). La réduction du poids unitaire des pots en plastique thermoformés sur chaîne de conditionnement a permis d'économiser 5 000 tonnes de matériaux malgré la prise d'un léger surpoids du suremballage carton, du fait de l'utilisation de matériaux recyclés, depuis 1997.

L'analyse des bilans matière montre, par ailleurs, que les pots unitaires préformés ne

**Les actions de réduction à la source du poids des emballages ont entraîné des baisses de tonnage plus faibles sur la période 2000-2003, ce qui traduirait l'atteinte d'un point critique au-delà duquel il apparaît difficile de diminuer encore le poids sans altérer les fonctionnalités de l'emballage.**

PRÉVENTION PAR RÉDUCTION À LA SOURCE		EMBALLAGE	
Critères de performance	Exigences les plus pertinentes/importantes	Points critiques	Références
Protection du produit			
Procédé de fabrication du produit			
Processus d'emballage/remplissage			
Logistique			
Présentation et commercialisation du produit			
Acceptation par le consommateur			
Informations			
Sécurité			
Législation			
Autres aspects			
<b>SIGNATURE :</b>		<b>DATE :</b>	

Check-list d'évaluation.

sont pas toujours les bons élèves de la classe, bouleversant une idée répandue.

Les industriels du secteur des poudres et liquides de lavage du linge ont, quant à eux, commencé par l'éco-conception des produits, en développant leur concentration et en diminuant conséquemment la quantité de lessive nécessaire pour un lavage standard, réduisant ainsi, tant les substances chimiques rejetées que les emballages.

Ainsi, sur un marché stable de doses de lavage, le tonnage d'emballages de lessives a fortement diminué du fait de la réduction des quantités de produits emballés.

Il est par ailleurs intéressant de constater que l'approche vertueuse des éco-recharges que nous avons prônées avant 1997 --elles représentaient alors 20 % du marché-- ne rencontre plus le succès escompté, leur part dans les achats des consommateurs déclinant régulièrement: 10 % en 2000 et 4 % en 2003. L'écart de prix, peu incitatif, et la praticité moindre ne semblent plus répondre aux attentes des consommateurs. Mais il faudra réviser nos classiques car le lance-

ment des dosettes pourrait, dans certains cas, offrir une alternative écologiquement valable aux éco-recharges délaissées.

## **Prévention des déchets d'emballages, libre initiative ou exercice imposé-?**

Les exigences essentielles de la directive européenne 94/62/CE relative aux emballages et déchets d'emballages disposent notamment que «-l'emballage doit être conçu et fabriqué de manière à limiter son volume et sa masse au

**Un nouveau travail attend le CNE : mieux faire connaître du grand public les initiatives de prévention et de réduction à la source prises en amont de la chaîne emballage et sensibiliser les consommateurs à l'importance de leur rôle dans le succès de ces politiques.**

minimum nécessaire pour assurer le niveau requis de sécurité d'hygiène et d'acceptabilité. L'emballage doit être conçu, fabriqué et commercialisé de manière à permettre sa réutilisation ou sa valorisation, y compris son recyclage, et à réduire au minimum son incidence sur l'environnement lors de l'élimination des déchets d'emballages ou de résidus des opérations de traitement des déchets d'emballages...-».

Les normes permettant de vérifier la conformité d'un

emballage aux exigences essentielles, et partant, la libre circulation de l'emballage ou du produit emballé sur le marché intérieur ont été publiées au JOUE du 19 février 2005.

La prévention des déchets d'emballages, définie dans la directive comme «-la réduction de la quantité et de la nocivité pour l'environnement-:

✓-des matières et des substances utilisées dans les emballages, et les déchets d'emballages,

✓-des emballages et déchets d'emballages aux stades de la production, de la commercialisation, de la distribution, de l'utilisation et de l'élimination...-»

a comme principes fondamentaux supplémentaires-: la réutilisation des emballages, le recyclage et les autres formes de valorisation des déchets d'emballages et, partant, la réduction de l'élimination définitive de ces déchets. Le schéma ci-contre permet d'illustrer le dispositif.

## **Prévention par réduction à la source-: identifier les points critiques**

La réduction des emballages à la source est «-le processus visant à atteindre le minimum nécessaire et suffisant en volume et/ou poids de

*l'emballage primaire et/ou secondaire et/ou tertiaire, à cahier des charges, niveau de performance et acceptabilité du client identiques et/ou suffisants...»* (Définition CEN). Elle s'apprécie par la mise en évidence de point(s) critique(s). Etablir un point critique revient à démontrer qu'une réduction supplémentaire de poids et/ou volume de l'emballage mettrait en péril une ou plusieurs de ses fonctions.

## **Pourquoi des emballages mal remplis, surdimensionnés, voire trompeurs-?**

Nous avons retenu, à titre d'exemple, une des questions qui nous est souvent posée par des consommateurs alors que la conformité des emballages aux exigences essentielles est obligatoire.

Dans certains cas, des raisons techniques de remplissage du produit sur les lignes de fabrication et/ou des impératifs réglementaires imposent certains volumes et certaines dimensions.

Ainsi, le conditionnement des produits de lavage liquides moussants nécessite un vide technique pour tenir compte de la mousse générée au moment du remplissage des flacons en

usine-; autre exemple, celui des boîtes de poudres de lavage-: leurs dimensions sont calculées un peu plus largement pour tenir compte du fait que les poudres sont détassées au moment du remplissage sur les lignes de production --le remplissage s'accompagne d'un « effet de cône-» dans la boîte-- alors qu'elles seront à nouveau tassées lors des manipulations de transport jusqu'au magasin ou chez le consommateur.

De même, des produits alimentaires présentés en poudre ou en flocons (café, petit déjeuner...) peuvent se tasser après remplissage en usine pendant leur transport et leur stockage et laisser apparaître un vide qui n'existait pas lors de leur conditionnement.

La standardisation des emballages (qui peut présenter d'autres avantages pour les consommateurs) pour des produits de densités différentes vendus au poids, conduit aussi parfois à un apparent sous-remplissage de certains produits.

Enfin, des réglementations sectorielles peuvent se heurter avec des réglementations emballages. Ainsi, dans le domaine des savons et détergents, un arrêté de 1984, partiellement mis à jour en 1997, indique les capacités nominales des contenants alors que l'éco-conception des produits pourrait, dans certains cas,

permettre de nouvelles optimisations.

La décennie passée a vu la mise en place de partenariats efficaces et-le développement d'actions individuelles concrètes. Un nouveau travail nous attend pour mieux faire connaître du grand public les initiatives de prévention et de réduction à la source prises en amont de la chaîne emballage et sensibiliser-les consommateurs à l'importance de-leur rôle dans le succès de ces politiques.

### *Pour en savoir plus...*

Conseil national de l'emballage  
118, avenue Achille Peretti  
92200 Neuilly-sur-Seine  
Téléphone-: (33) 1 46 37 16 00  
Fax (33) 1 46 37 10 51 /  
(33) 1 46 37 15 60  
e-mail-: info@conseil-emballage.org  
site Internet : <http://www.conseil-emballage.org>

