

L'EMBALLAGE EMBALLANT

L'emballage est le premier support de communication d'un produit. La Vache qui rit, Absolut ou Kellog's: la publicité n'est souvent que le déploiement du potentiel narratif de son emballage. Vital pour les marques et leur succès commercial, l'emballage, mal géré, peut être létal pour la planète.

Par Alexandre Pasche, directeur d'Eco&co, communication environnement et développement durable

L'emballage est, depuis des années, sur la sellette lorsqu'il s'agit d'environnement et de développement durable. Bien sûr, il ne représente qu'une partie de l'impact négatif des entreprises. On sait désormais, grâce aux analyses de cycles de vie, que :

- l'impact écologique d'un yaourt industriel est principalement dû à la fabrication du yaourt lui-même et non à son emballage¹ ;
- les émissions de CO₂ des secteurs de l'énergie et des transports sont incomparablement plus élevées que celles générées par les emballages² (même si moins d'emballage, c'est aussi plus de place dans les transports Cf. DD7 p.5).

Pourtant, l'emballage conserve son image d'ennemi juré de l'environnement, car personne n'apprécie de se trouver face à un étui de barre chocolatée lors d'une promenade en forêt, ou à un vieux



Ils peuvent faire partie du produit ou rendre un service supplémentaire. C'est le cas du projet Legobox: un emballage réutilisable en plateau de jeu (projet de E. Sandrin et A. Gremion - IUT de Reims).

tube vide de crème solaire au cours d'une plongée sous-marine.

Libérer l'emballage de l'imposture

Les industriels de l'emballage, les marques de produits de consommation, les distributeurs et les associations sont conscients de cette difficulté. Ils sont à l'origine de la création du Conseil national de l'emballage (CNE), une association qui a pour objet de « *favoriser le meilleur usage de l'emballage des biens de consommation,*

du stade de la production à celui de l'utilisation finale, notamment par la réduction à la source »³. Cela suppose d'être moteur en termes d'éco-conception.

Le CNE a publié plusieurs rapports sur l'évolution et l'optimisation des emballages⁴. En 2012, il sort le guide des « Allégations environnementales » sur les emballages, un outil essentiel dans la lutte contre le « greenwashing » (imposture écologique) dont on sait qu'il commence souvent par le packaging.

LA FRANCE PEUT MIEUX FAIRE

En France, en 2009, les déchets ménagers représentaient 31,9 millions de tonnes, dont 12,3 millions d'emballages. 6,9 millions de tonnes étaient recyclées et 1,2 million valorisée énergétiquement¹. Des chiffres en progression depuis, mais qui restent insuffisants lorsque l'on sait que les emballages plastiques mettent des siècles à se biodégrader. De plus, ni le recyclage, ni la valorisation énergétique ne sont neutres pour la planète puisqu'ils génèrent des transports, consomment de l'énergie et produisent des polluants.

1 Ademe, Chiffres clés Déchets, édition 2012
www2.ademe.fr - voir l'adresse complète sur www.decisionsdurables.com

Valoriser l'emballage

Le Conseil national de l'emballage organise en outre, depuis trois ans, le concours « Emballé 3.0 ». Son principe est simple :

- des étudiants, ou des particuliers, soumettent leurs projets novateurs d'emballages à un jury de professionnels. Ces projets doivent respecter les trois piliers du développement durable : économique, environnemental et social.

Les projets nominés au concours « Emballé 3.0 » sont intéressants, variés, originaux. Ils amènent à voir l'emballage comme une ressource et non comme un futur déchet. Les projets primés en 2013 sont disponibles sur <http://www.conseil-emballage.org>.

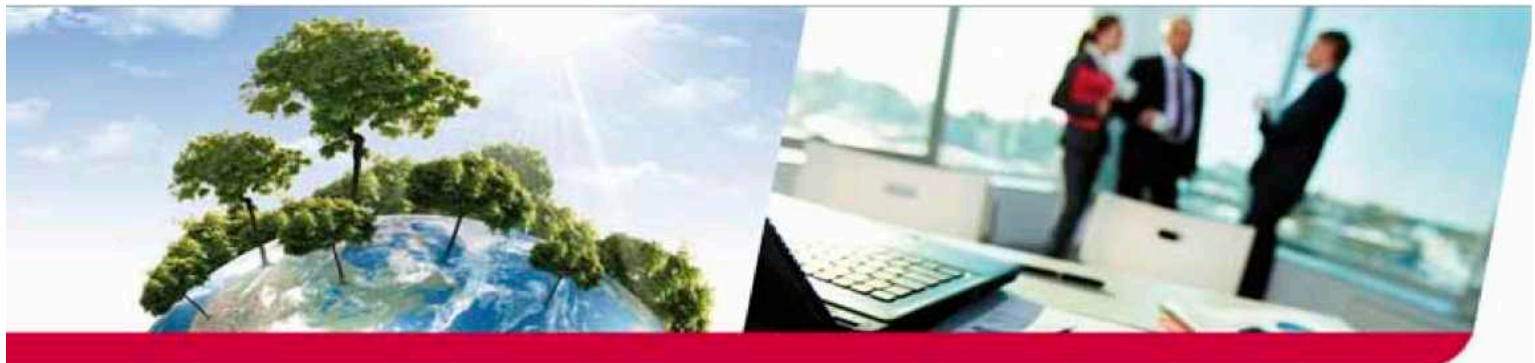
1 En raison de l'eau et des pesticides utilisés pour l'élevage des vaches, des émissions de méthane des vaches, de la culture et du transport des fruits, etc.

2 Leurs déchets représentaient en France, en 2008, 0,4% des émissions de CO₂ contre 94,3% pour celui de l'énergie et des transports. [http://www.statistiques.developpementdurable.gouv.fr/fileadmin/documents/Produits_editionaux/Publications/Reperes\(2011\)/Climat_2011/FR4%20REPERES%202010%20FR-Partie%204.pdf](http://www.statistiques.developpementdurable.gouv.fr/fileadmin/documents/Produits_editionaux/Publications/Reperes(2011)/Climat_2011/FR4%20REPERES%202010%20FR-Partie%204.pdf)

3 <http://www.conseil-emballage.org/Missions.aspx>
4 Le CNE est animé Michel Fontaine (président), Bruno Siri (délégué général) et Fanny Douville (adjoite). <http://www.conseil-emballage.org/Publications.aspx>



Projet Smell it : des doses d'eau de toilette micro-encapsulées dans un petit carnet de feuilles de papier rappelant les Post-it ou le Papier d'Arménie. Ce procédé évite de fabriquer, d'acheter et de transporter des flacons-vaporisateurs (projet d'O. Parickmiller et A. Fauré, Esepac).



Environnement, luttons contre le changement climatique **Soyons partenaires !**

- Vous souhaitez limiter votre dépendance aux énergies fossiles. Vous vous engagez à réduire vos émissions carbone.
- Les évolutions réglementaires, issues du Grenelle 2 vous invitent à travailler sur cette question et à produire des éléments mesurables et vérifiables.
- Votre objectif en matière de stratégie carbone est un axe important de votre politique environnementale.

Bureau Veritas Certification est à vos côtés, pour mener des missions de :

- Vérification des émissions de gaz à effet de serre,
- Vérification du calculateur et/ou de la méthodologie de mise en œuvre,
- Vérification du bilan des GES, vérification des plans d'action et des montants de réduction.

Certifications pour vos systèmes de management :

- ISO 14001 ■ SME par étapes ■ ISO 50001

Bureau Veritas Certification
Tél. : 04 78 66 82 60
info.certification@fr.bureauveritas.com
www.bureauveritas.fr/certification



**BUREAU
VERITAS**

Move Forward with Confidence*