

POURQUOI OPTER POUR UN

EMBALLAGE

PLASTIQUE

AUJOURD'HUI ?

elipso

Les entreprises de l'Emballage
plastique et souple



Sommaire



3 Pourquoi l'emballage plastique fait-il sens aujourd'hui ?

4 TEST - où en êtes-vous ?

6 Communiquer vers les consommateurs pour le choix du « mieux » plastique

7 Objectiver la situation à partir des ACV

8 CARNET DE TENDANCES
Des pistes pour repenser son packaging

Réinventer
Réduire
Réemployer
Recycler
(Ré)intégrer

14 De nouveaux enjeux pour les marques

15 L'emballage plastique a du sens aujourd'hui



Pour quoi



L'EMBALLAGE PLASTIQUE FAIT-IL SENS AUJOURD'HUI ?

Alors que la consommation en vrac se développe, le snacking et la vente à emporter n'ont jamais autant eu le vent en poupe. Alors que l'emballage à usage unique est dans le viseur, les unidoses se développent car elles garantissent l'hygiène et la lutte contre le gaspillage des produits fragiles... Les emballages plastique se mettent au vert, ils respectent des normes sanitaires strictes, afin de préserver la santé des utilisateurs.

Si les consommateurs et les marques sont aujourd'hui demandeurs de packagings moins impactants d'un point de vue environnemental, il existe des injonctions contradictoires qui demandent de repenser l'emballage de façon transparente et ouverte, qu'il soit en plastique ou dans d'autres matières.

Aujourd'hui, les professionnels de l'emballage plastique proposent de nouvelles solutions, de moins en moins impactantes. Elles doivent être considérées, et il est nécessaire de marquer le changement auprès du public, pour faire comprendre les atouts et opportunités que ces solutions représentent, sans pour autant masquer les points encore à surmonter.

Les utilisateurs recherchent aujourd'hui des marques et des produits qui correspondent à des valeurs, mais ont besoin de points de repère : **ils sont prêts à entendre que l'emballage plastique peut être une meilleure solution, à condition que cela se justifie.**

Les emballages plastique ménagers ont toute leur place dans l'économie circulaire. Recyclables, ils s'adaptent à tous les nouveaux usages et conservent leur utilité. Leur légèreté, qui permet de limiter l'empreinte carbone des produits est aussi leur défaut : abandonnés dans la nature, ils peuvent s'envoler et flotter sur les cours d'eau ou les océans. C'est pourquoi les marques doivent poursuivre la pédagogie en encourageant le geste de tri et le recyclage.

À cette condition, les nouveaux plastiques ont un avenir dans l'emballage, aussi bien en B-to-B pour protéger et transporter, que chez les consommateurs. Ils représenteront alors un véritable atout dans la transition écologique vers une économie circulaire.

Les professionnels de l'emballage plastique avancent, les marques ont un rôle pédagogique à jouer pour être actrices du changement, les consommateurs sont prêts à les choisir et à adopter de nouvelles pratiques.

ÉLIMINER LE PLASTIQUE N'EST PAS LA SOLUTION.



test

OÙ EN ÊTES-VOUS ?

Votre marque réfléchit-elle à réduire l'impact environnemental de ses produits (y compris ses emballages) ?

1. Évidemment ! Comme tout le monde
2. Une réflexion est amorcée, mais aucune décision n'est prise. On cherche plus à capter des tendances
3. Ce n'est pas à l'ordre du jour pour des raisons de coûts

Souhaitez-vous réduire la taille et le poids des emballages de vos produits ?

1. Oui, plus ils sont légers, mieux c'est en termes de transport. L'amélioration continue fait partie de notre culture d'entreprise
2. Oui, notamment les emballages dits « secondaires »
3. Non

Mettez-vous en place un système de recharges ?

1. Oui ! C'est déjà en place chez nous ! Nous proposons notre produit habituel et des éco-recharges, qui nous permettent de communiquer auprès de nos clients sur les réductions matière opérées
2. Oui, avec des systèmes de remplissage en magasin (vrac)
3. C'est une attente de nos consommateurs, nous étudions la faisabilité

Voulez-vous favoriser les emballages compostables pour vos produits ?

1. Oui, dans les cas où cela représente un intérêt
2. Non, nous privilégions la recyclabilité de nos emballages
3. Non, et mal compris, le compostable peut contribuer à créer des déchets

Les consommations d'énergie et d'eau vous semblent-elles être un facteur de préservation des ressources important ?

1. Oui, aussi bien dans nos produits que dans la fabrication de nos emballages
2. Peut-être... On étudie cette question pour nos produits, on ne sait pas encore comment cela va impacter leurs contenants
3. Non, cela ne s'applique pas à nos produits

Vos produits doivent-ils permettre l'utilisation de la juste dose ?

1. Oui ! Nous avons déjà un packaging optimisé en ce sens
2. Oui, et nous réfléchissons à la solution la plus appropriée (unidose, pompes, applicateurs...)
3. Non

Réfléchissez-vous à substituer vos emballages plastique par d'autres matériaux pour alléger votre bilan carbone ?

1. Non, il y a de nouveaux emballages plastique qui proposent des solutions pour limiter notre impact
2. Clairement, d'autres matériaux ont l'air avantageux et nous réalisons des études d'impact
3. Oui, on veut tout, sauf du plastique ! Même si le bambou et le carton contiennent un film plastique

Utilisez-vous des emballages plastique et vous interrogez-vous sur les évolutions réglementaires qui pourraient conduire à une interdiction de l'emballage plastique ?

1. Non, je ne suis pas concerné par la réglementation car mes emballages sont recyclés et recyclables ou mon secteur n'est pas concerné
2. Oui, j'en parle avec mon fournisseur, il est au fait de toutes ces évolutions
3. Quelle évolution réglementaire ?

Récompensez-vous commercialement le retour de vos emballages vides en magasin ?

1. Oui, cela nous permet de recycler davantage en boucle fermée
2. Non, nos emballages vont dans le bac de tri des consommateurs
3. Cela ne concerne pas ma marque

Souhaitez-vous développer des formules concentrées ?

1. Nos formules sont déjà concentrées, et il y a un seuil d'acceptabilité pour le consommateur...
2. Non, nos consommateurs aiment les formats généreux de nos produits
3. Oui ! C'est un axe vraiment intéressant

Votre marque réfléchit-elle à l'usage du vrac ? Avec quel emballage logistique (de l'usine ou atelier, jusqu'au point de vente) ?

1. J'utiliserai un emballage industriel plastique ! Léger, solide, donc réutilisable dans de bonnes conditions d'hygiène, il est recyclable en fin de vie
2. J'utiliserai un emballage industriel en carton : il se recycle après usage
3. Je ne sais pas, cette partie logistique ne relève pas de mon domaine de compétences

Souhaitez-vous proposer des formats familiaux ?

1. Oui, c'est déjà le cas
2. Oui, cela permettrait de développer notre offre et que chaque consommateur adapte le format à ses besoins
3. Non



Vous avez une majorité de 1

Vous êtes bien informés sur les différentes possibilités qu'offrent les emballages plastique nouvelle génération et vous êtes déjà en cours d'étude ou de commercialisation de vos nouveaux couples emballage-produit ! Félicitations !

Ils l'ont fait : une marque de mode e-commerce communique sur son choix de l'emballage plastique après étude, une marque de shampoing sur ses flacons recyclés et recyclables...

Notre conseil :

Pour accompagner vos choix au niveau marketing, n'hésitez pas à communiquer de façon transparente auprès de vos consommateurs : pourquoi le choix des plastiques circulaires ? Comment votre marque est-elle impliquée dans une démarche d'économie circulaire ?



Vous avez une majorité de 2

Vous êtes en cours d'étude mais hésitez encore. Vous n'avez pas encore fait le tour des différentes possibilités qui s'offrent à vous et vous avez peur de développer une mauvaise image. N'hésitez pas à vous appuyer sur des Analyses de Cycle de Vie (ACV) pour comparer les options et à ajuster votre cahier des charges.

Ils l'ont dit : « À l'heure actuelle, le plastique est l'option la plus durable pour nos bouteilles.

Son empreinte carbone est inférieure à celle du verre et il est plus facile à recycler que le carton » (marque de smoothies).

Notre conseil :

N'hésitez pas à en parler à votre fournisseur ou à vous faire accompagner par un centre technique industriel.



Vous avez une majorité de 3

Vous n'y aviez pas forcément pensé, mais l'emballage plastique peut être une solution pour vos produits. Vous avez encore quelques réticences et votre image des plastiques n'est pas nécessairement positive.

Le saviez-vous ? D'après une étude Denkstatt, utiliser des emballages plastique présente des atouts carbone cinq fois supérieurs aux émissions liées à leur fabrication et leur valorisation.

Ils présentent également de forts atouts en termes de consommation énergétique : en moyenne, la température de transformation des plastiques est inférieure à 200°C (contre en moyenne 660°C pour de l'aluminium ou 1 500°C pour du verre) et le temps de transformation est inférieur à 15 secondes (contre plusieurs minutes pour du carton ou plusieurs heures pour du verre).

Notre conseil :

N'hésitez plus ! Si votre produit a besoin d'être protégé par un emballage, les professionnels peuvent vous proposer de nouvelles solutions avec des plastiques moins impactants pour la planète.

Faites réaliser des ACV pour vous éclairer sur vos choix, vous pourriez être surpris par les atouts des emballages plastique !

COMMUNIQUER VERS LES CONSOMMATEURS POUR *le choix du « mieux » plastique*

Votre marque s'est engagée dans une démarche responsable d'utilisation des emballages plastique. Bravo ! Voici quelques bonnes pratiques pour valoriser cette démarche auprès de vos clients.

1

Redonner du sens à votre emballage : on l'explique au consommateur

Pourquoi utilisez-vous aujourd'hui tel ou tel emballage ? Fait-il sens par rapport à votre produit ?

Pour les emballages plastique, les raisons peuvent être multiples :

- Vous travaillez avec des produits liquides qui nécessitent une fonction « barrière »
- Vous travaillez avec des produits sans conservateurs et avez besoin qu'ils se conservent, avec des flacons airless par exemple, ou sous vide
- Vous travaillez avec des composants fragiles, qui s'oxydent facilement, et avez besoin de doses uniques pour préserver vos produits
- Vous souhaitez fournir des produits qui se transportent facilement : incassables et légers pour éviter le gaspillage et les consommations de carburant liées aux transports
- Vous souhaitez développer des emballages 100 % recyclés ou biosourcés lorsque c'est adapté
- Vous souhaitez mettre en place la réutilisation, en limitant l'impact du transport sur le bilan carbone
- Vous vendez vos produits sur internet et avez besoin d'emballages légers et résistants pour en faciliter la protection et le transport
- Vous souhaitez maintenir un rapport qualité-prix intéressant pour vos produits

2

Parler du bon usage de vos emballages

Sensibilisez vos consommateurs !

Comment doivent-ils trier leur emballage en fin de vie ?

Doit-il être placé dans le bac de tri ? Peut-il être placé dans un bac de compost domestique ?

Votre marque a-t-elle mis en place des programmes pour collecter puis réutiliser ou recycler ses emballages en magasin ? Comment cela fonctionne-t-il ?

Et vous, en interne ? Comment êtes-vous exemplaires avec vos emballages ? Privilégiez-vous le made in France ou le made in Europe ? Quels sont les certifications et labels obtenus par vos fournisseurs (Label More, Clean Sweep ...) ?

3

Montrer une démarche de progression, avec des objectifs

Parlez de vos objectifs ! Peut-être qu'aujourd'hui, vos sachets, flacons, films, bouteilles ou barquettes utilisent 40 % de plastiques recyclés, mais demain ? Peut-être utiliserez-vous 70 % de plastiques recyclés ! N'hésitez pas à montrer à vos utilisateurs que vous progressez !

Vous êtes une entreprise engagée et vous disposez d'un rapport RSE ? Ne communiquez plus seulement sur vos efforts énergétiques et le sourcing de vos produits. Mettez également en avant tout ce que vous faites en matière d'emballages...

4

S'appuyer sur les ACV et être transparent par rapport à vos choix de marque

Halte au greenwashing ! Simple maladresse de communication ou volonté de bien faire mal étudiée, les allégations environnementales erronées ou exagérées ne trompent pas les consommateurs qui attendent aujourd'hui de la transparence pour pouvoir se repérer.

Si elles sont méconnues du grand public, les ACV permettent de rationaliser un choix par rapport à votre couple emballage-produit.

Pourquoi passer à l'aluminium, au carton, au bambou ou au verre par exemple, si c'est pour augmenter l'impact environnemental et l'empreinte carbone globale de votre produit ?

Les emballages plastique tiennent la comparaison. Et l'ACV va apporter une justification du choix du matériau.



OBJECTIVER LA SITUATION À PARTIR DES ACV

Halte aux a priori !

Dans une perspective de décarbonation, il est essentiel de travailler à partir de données objectives : analyser le cycle de vie permet de mesurer l'impact environnemental d'un produit sur toute sa durée de vie, et notamment son empreinte carbone.

Cela permet d'avoir une vision quantifiée et de pouvoir comparer sur des critères similaires les atouts d'un plastique à un autre ou d'une matière à une autre.

Moins de plastique ? Attention à la substitution !

Substituer systématiquement les matières en plastique par d'autres matières perçues comme plus vertueuses peut être une aberration écologique, notamment lorsque l'emballage consomme plus de ressources, est plus lourd à transporter, et s'avère finalement moins recyclable qu'un emballage plastique.

En revanche, pouvoir s'appuyer sur des ACV permet de quantifier l'impact environnemental, de faire un choix éclairé et une communication argumentée. La substitution pour la substitution n'a pas forcément de sens...

Changer de regard sur l'emballage

Les professionnels de l'emballage plastique travaillent à réduire les quantités de matières utilisées, ce qui permet non seulement d'alléger les produits, mais aussi leur bilan carbone, tout en conservant ses fonctions essentielles.

Cette réduction de l'utilisation des plastiques, réfléchie, s'inscrit dans une démarche de progrès.

Mieux utiliser l'emballage plastique

« Il faut utiliser l'emballage plastique là où il est utile, voire nécessaire. Cela lui redonne du sens. Ce n'est plus une tendance, mais un prérequis pour les marques. » explique Régine Jenny, présidente de la commission communication chez Elipso

Mesurer l'impact environnemental de ses produits

Quand ?

Par exemple, lorsqu'une marque réfléchit à l'optimisation de son produit, l'ACV du couple produit-emballage lui permet de comprendre quelle matière privilégier.

Sur toute la durée de vie d'un produit, de sa conception à son recyclage, en prenant en compte la phase d'usage d'un produit, la substitution du plastique par une autre matière n'est souvent pas la meilleure option.

A-t-on des données chiffrées pour les matières en plastique recyclées ?

Oui ! Il existe des éco-profils réalisés en partenariat avec l'Ademe, qui fournissent les mêmes informations que les données disponibles pour les matières vierges.

Il s'agit d'une moyenne comparative entre les 8 matières plastique vierges les plus couramment utilisées et leur pendant recyclé.

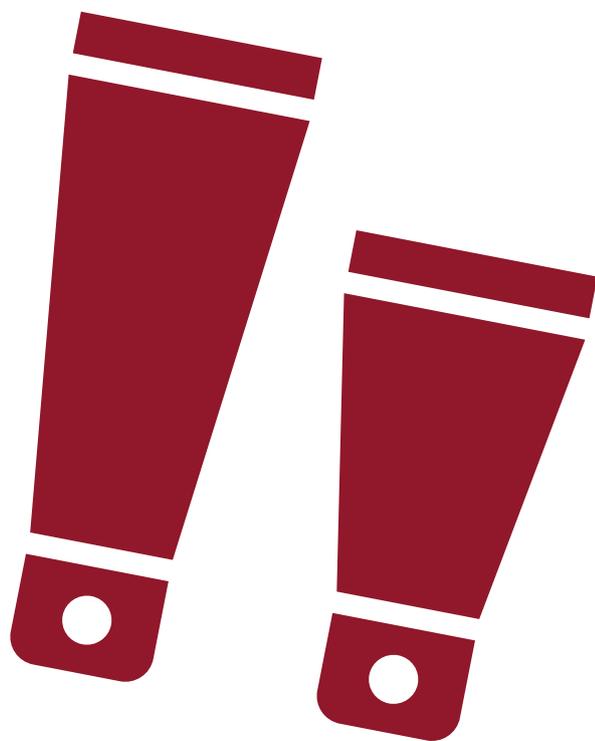
Émettre **jusqu'à 17 fois moins de CO₂** ou encore utiliser **jusqu'à 9 fois moins d'énergies non renouvelables** pour la production ? C'est possible, grâce aux **matières premières de recyclage**.

Calculez l'ACV de vos produits

Retrouvez les ACV sur le site du Syndicat des régénérateurs de matières en plastique (SRP) ou faites appel à IPC, qui peut vous accompagner dans votre analyse :

ct-ipc.com rubrique catalogue des offres

CARNET DE TENDANCES



DES PISTES POUR REPENSER SON PACKAGING

Pour accompagner les critères environnementaux, esthétiques et informationnels, les emballages plastique changent et s'appuient sur les **3R** pour

- Réinventer
- Réduire
- Réemployer
- Recycler
- (Ré)intégrer

Des solutions existent déjà sur le marché !

DU « NO PLASTIC » AU « MIEUX PLASTIQUE »

Réinventer

L'Ademe a réalisé une analyse des bénéfices économiques et financiers de l'écoconception pour les entreprises. Elle démontre un impact positif de l'écoconception sur les ventes de +7 % (hypothèse basse) à +18 % (hypothèse haute).

ÉCOCONCEPTION :

LES 7 AXES DE RÉFLEXION

- 1 Mon emballage est-il utile ?
Puis-je supprimer certains emballages ?
 - 2 Puis-je réduire les quantités de matières utilisées ?
 - 3 Mon emballage est-il recyclable ?
 - 4 Mon emballage est-il réemployable ?
 - 5 Les matières premières utilisées sont-elles recyclées ou biosourcées ? Peut-on encore progresser sur cet aspect ?
 - 6 La matière utilisée est-elle la moins impactante écologiquement ?
Ai-je bien analysé le couple produit-emballage, et pas seulement l'emballage, pour avoir une vision globale ?
 - 7 Puis-je comparer mes différentes options avec des ACV pour me permettre un choix raisonné ?
- 

Accélérer l'écoconception, vers une frugalité des matières plastique dans les emballages

D'après une étude Elipso menée en 2021 chez les professionnels de l'emballage, **75 % des répondants ont déjà fait évoluer une partie de leur offre pour tendre vers plus de circularité** : emballages mono-résine, emballages biosourcés ou emballages réemployables par exemple.

Un support de créativité sans égal pour les marques

L'emballage concentre des enjeux identitaires de taille. Il représente l'arme absolue de la marque quand le consommateur déambule dans un magasin ou réalise ses achats sur internet.

La texture du matériau d'emballage est un vecteur d'identification des marques, tant sur le plan du visuel que du toucher.

Or, l'emballage plastique permet de pousser loin la création : support de toutes les couleurs, il peut jouer sur des soft touch, la transparence, des effets de brillance... Une infinité de possibilités en matière de design !

Il est également un support d'information pour le consommateur en rappelant les informations réglementaires, comme les composants, les allergènes, les dates limites de consommation, les instructions de tri par exemple. Et surtout pour expliquer l'intérêt du « mieux plastique ».

« Le temps industriel peut paraître long mais il faut garder à l'esprit que pour évoluer, une période de R&D est nécessaire pour intégrer de nouvelles technologies, avec des investissements qui engagent sur 20, voire 30 ans, de nouvelles matières, etc. Tout en continuant à répondre à des normes sanitaires strictes ! Aujourd'hui, les industriels accélèrent leur transition ! Pour les marques, il existe une nouvelle génération d'emballages plastique plus responsables. L'emballage plastique se réinvente ! » explique Christian Théry, président d'Elipso

Réduire

RÉDUIRE LES EMBALLAGES À LA SOURCE

Pour limiter l'impact environnemental du couple emballage-produit, les marques s'interrogent de plus en plus : un emballage est-il réellement nécessaire ? Que ce soit dans l'univers de l'hygiène, de la beauté ou de l'alimentaire...

Lorsque l'emballage est indispensable à la conservation et la protection du produit, ou contribue activement à limiter les impacts environnementaux d'un produit en évitant la casse ou le gaspillage par exemple, l'emballage plastique propose des solutions.

ALLÉGER AVEC DES ÉCONOMIES MATIÈRES

Ces 20 dernières années, les emballages plastique ont perdu du poids. Aujourd'hui, on utilise moins de matière qu'il y a 20 ans. L'allègement contribue à réduire notre empreinte carbone.

Pour citer quelques exemples :

- -13 % pour les flacons de lessive
- -40 % pour les bouteilles d'eau
- -22 % pour les pots de beurre

RÉDUIRE LES CONSOMMATIONS D'ÉNERGIES

Selon Plastics Europe, si les aliments étaient emballés dans des matériaux autres que le plastique, la consommation d'énergie serait multipliée par 2 et les émissions de gaz à effet de serre seraient presque triplées.

Un exemple de réduction des emballages à la source : les marques proposent des produits concentrés

Les marques lancent de plus en plus de produits dits « concentrés ». Cela permet non seulement de réduire la consommation d'eau dans la fabrication des produits, mais également la taille et le poids de leur packaging. Le coût environnemental de fabrication et d'utilisation des ressources impacte tout le cycle de vie du produit jusqu'à son transport et sa fin de vie.

Par exemple, en 2019, une marque de gel douche a lancé un flacon de 100 ml réduisant la consommation d'eau de 45 % et de 60 % l'utilisation de plastique.

Pour permettre le même nombre d'utilisations avec un produit concentré, l'emballage se fait « intelligent », avec des systèmes qui permettent de délivrer la dose recommandée de produit.

RÉDUIRE LES MÉLANGES DE PLASTIQUES POUR FACILITER LE RECYCLAGE EN FIN DE VIE DES PRODUITS

Les professionnels de l'emballage plastique tendent à concevoir des emballages avec le moins de composants possibles, et le moins de matières différentes possibles.

Aujourd'hui, **70%** des emballages plastique sont en monorésine, cela facilite le processus de recyclage en fin de vie des produits.



Réemployer

Dans une récente étude Elipso, 50 % des répondants proposent déjà une gamme d'emballages réemployables. On définit comme réemployable un contenant utilisé de nouveau pour un usage identique à celui pour lequel il a été conçu, avec un système de traçabilité et de lavage industriel. Il se distingue de la réutilisation qui n'implique pas ces trois critères réunis, et l'emballage peut même être détourné de son usage initial.

L'ÉCORECHARGE POUR LES CONSOMMATEURS



Le passage d'un emballage plastique rigide à un emballage plastique souple est présenté par de nombreuses marques comme une démarche drastique de réduction de plastiques : de moins 70 % à moins 80 %. Les écorecharges souples annoncent jusqu'à 97 % d'économies matière par rapport à l'emballage initial à recharger. Aujourd'hui, les écorecharges progressent. Les professionnels de l'emballage plastique proposent des solutions, et de nombreux sachets et poches sont déjà passés en mono-PE. Ils sont donc recyclables.

Les emballages réutilisables et remplissables... pour la vente en vrac aussi

En 2020, le chiffre d'affaires du vrac est estimé à 1,3 milliard d'euros tous circuits confondus d'après Réseau Vrac. Et ce chiffre n'inclut pas les marchés, les fruits et légumes, ni même les services à la coupe. Cela représente une croissance de + 8 % par rapport à 2019, et de + 53 % par rapport à 2018.

Le vrac est une véritable tendance de consommation, que ce soit dans l'alimentaire ou les secteurs de l'hygiène et de la beauté

Outre la consigne qui peut soulever un certain nombre de questions logistiques, les emballages plastique sont adaptés au réemploi avec le remplissage en magasin. C'est aujourd'hui le cas de réseaux de vente en vrac qui proposent de remplir à nouveau les bidons de lessive, d'assouplissant ou de produits de beauté par exemple.

L'emballage plastique a toute sa place dans le développement du vrac !

Les produits en vrac demandent une autre forme d'emballage : pour le transport jusqu'au magasin, puis du magasin jusqu'à la maison, et la conservation des achats jusqu'à leur consommation. Les emballages plastique sont extrêmement légers, contribuant ainsi à réduire l'empreinte carbone du transport des produits au magasin : IBC, bidons, Big Bags, palettes, calages... L'éventail de solutions est large. D'après un rapport de l'Ademe d'octobre 2021, ils ont une durée de vie moyenne entre 5 et 15 ans et sont recyclés en fin de vie de 50 à 90 %. Emboîtables, ils permettent d'optimiser le stockage et le retour à vide et une caisse pèse en moyenne 1 à 2 kg. Cela a son importance, lorsqu'on sait qu'un quart des émissions de gaz à effet de serre de l'UE est issu du secteur des transports et qu'en moyenne, une réduction de 100 kg sur un véhicule permet de réduire de 10 grammes/kilomètre ses émissions.

Autres atouts : il est facilement lavable et réutilisable dans de bonnes conditions d'hygiène

Focus sur le transport des produits frais : même lorsqu'il intègre des fonctions comme la réfrigération, l'emballage plastique peut être réutilisable. On l'a vu lors de la crise sanitaire avec le transport réfrigéré des vaccins, c'est le cas des « caisses » utilisées pour les produits frais, ou de façon plus grand public, de la glacière ou du sac isotherme.

Aujourd'hui, 54 % des Français veulent des marques en vrac, et 70 % souhaitent disposer de la possibilité d'acheter en vrac les mêmes produits que ceux qui sont habituellement vendus emballés.

Le saviez-vous ?

Les objectifs du décret 3R fixent à 10 % le taux des emballages réemployés mis sur le marché en France en 2025.

Le réemploi des emballages plastique issus de la vente à emporter, du e-commerce et de produits ménagers pourrait réduire les émissions CO₂ de 3,7 Mt / an d'après un rapport Rethink Plastic Alliance et Break free from Plastic.

LE PLASTIQUE EST TROP PRÉCIEUX POUR ÊTRE JETÉ !

Recycler

Le recyclage : un levier de consommation responsable.

Près de 60% des Français considèrent qu'il est difficile de consommer de façon responsable. 91% des Français déclarent trier régulièrement ou systématiquement. Ils considèrent que le recyclage permet de limiter l'impact environnemental, au même titre que d'autres moyens comme le zéro déchet, le réemploi...

LE RECYCLAGE, UNE DIMENSION PRISE EN COMPTE DÈS LA CONCEPTION

Si les industriels veillent à améliorer le cycle de vie du plastique, c'est pour que les emballages plastique ne soient plus considérés comme des déchets. En effet, si le déchet devient une ressource, le cycle des matières est fermé et le plastique devient un matériau plus responsable qui s'inscrit dans une approche d'écoconception.

Pour faciliter le recyclage en fin de vie, les emballages plastique progressent : la R&D se concentre notamment sur l'optimisation des emballages en « monomatériau » ou en limitant au maximum les mélanges de matières.

LES TECHNIQUES DE RECYCLAGE PROGRESSENT

La loi AGECE fixe 2025 comme l'horizon auquel tous les emballages en plastique à usage unique devront disposer d'une filière de recyclage opérationnelle.

Aujourd'hui, **65 % des emballages en plastique mis en marché sont recyclables**. Cette part n'était encore que de 50 % il y a quelques années. Lorsqu'un emballage plastique n'est pas recyclé, cela peut signifier :

1 qu'il est recyclable, mais n'a pas encore de filière pour être recyclé. Plusieurs filières de recyclage sont actuellement à l'étude : barquette PET, films PP, PS. Outre la recyclabilité de ces matières, l'un des enjeux est également leur aptitude au contact alimentaire.

2 qu'il n'est pas encore recyclable. Mais les techniques de recyclage se perfectionnent. Aujourd'hui, on sait recycler du PET opaque utilisé dans des bouteilles de lait par exemple, qu'on ne savait pas recycler il y a de cela 10 ans. De plus, de nouvelles méthodes de recyclage émergent. Le recyclage dit « chimique » se développe rapidement et est aujourd'hui utilisé pour recycler ce qui ne l'était pas.



LA COLLECTE DE TOUS LES EMBALLAGES PERMET D'ACCÉLÉRER LE RECYCLAGE

Aujourd'hui, **plus d'1 Français sur 2 peut trier tous ses emballages**, dont tous les emballages en plastique, grâce à la simplification du geste de tri, déployée progressivement partout en France. 100 % des Français seront bientôt concernés. Déjà, en 2020, **51 000 tonnes d'emballages en plastique supplémentaires ont été recyclées** (pots, barquettes, films, etc.).

« Dans les villes où le tri est simplifié, on recycle 3,6 kg d'emballages légers de plus par an et par habitant que dans d'autres villes, dont 2,5 kg d'emballages en plastique supplémentaires. » déclare Citeo en 2021.

C'est important, car en plus des 65 % d'emballages déjà recyclables dans les filières actuelles, 15 % d'emballages ménagers sont prêts à être recyclés dès que les filières seront mises en place.



(Ré)intégrer

Aujourd'hui, près de 20 % des matières premières sont des matières recyclées ou biosourcées et constituent ainsi une alternative à l'usage de matière fossile. Un taux qui ne cesse d'augmenter et permet d'économiser environ 800 000 tonnes de CO₂.

DES MATIÈRES RECYCLÉES

Dans une récente étude Elipso, près de 90 % des professionnels interrogés déclarent que l'intégration de plastiques recyclés dans les emballages est une priorité et un levier d'innovation. Ils se sont engagés volontairement à intégrer 440 000 tonnes de recyclé à l'horizon 2025 et ont déjà atteint 77 % de l'objectif.

Par rapport à des résines vierges, les plastiques recyclés émettent 3 à 17 fois moins de CO₂. De plus, ils sont économes en énergies, car ils permettent d'utiliser 3 à 9 fois moins d'énergies non-renouvelables pour leur production.

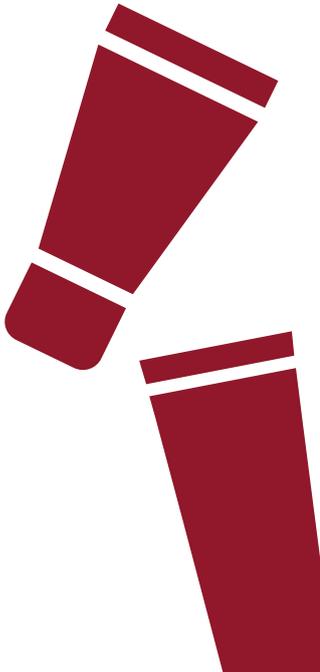
En moyenne, fabriquer une pièce à partir de plastiques recyclés permet d'éviter entre 45 et 63 % d'émissions de CO₂, selon le type de plastique considéré. Ce bénéfice est encore plus important sur l'indicateur épuisement des ressources fossiles (pétrole, charbon, gaz) avec des gains compris entre 65 et 69 % en faveur des plastiques recyclés.

Une marque de e-commerce dans le secteur de l'habillement a par exemple communiqué sur ses sacs d'expédition : composés à 90 % de plastiques recyclés, ils consomment seulement un quart de l'énergie nécessaire à la fabrication de sacs en papier, et le passage au carton augmenterait ses émissions carbone de moitié.

DES MATIÈRES BIOSOURCÉES

D'après une étude Elipso réalisée en 2021, 2,5 % des matières plastiques sont d'origine biosourcée, soit 79 000 tonnes. Le développement et l'usage du plastique biosourcé permet de contribuer à la réduction de l'utilisation du plastique d'origine fossile.

Utiliser la ressource végétale offre un temps de renouvellement réduit par rapport aux ressources fossiles. Pour éviter une concurrence avec les ressources destinées à l'alimentation humaine ou animale, la tendance est à l'utilisation de co-produits issus de productions végétales ou de nouvelles ressources renouvelables (algues, etc.). Deux principaux types de matières biosourcées sont utilisées. D'un côté le **plastique biosourcé recyclable**, qui a la même structure que les résines traditionnelles fossiles (PET, PEHD, etc.) et peut intégrer les filières de recyclage existantes. D'un autre côté, le **plastique biosourcé compostable** utilisé pour la collecte des biodéchets ou pour certains emballages difficilement dissociables de leur produit (capsules de café par exemple). À cela s'ajoutent de « **nouveaux plastiques** » biosourcés avec des propriétés innovantes mais qui nécessitent d'anticiper le traitement en fin de vie.



INTÉGRATION DE MATIÈRES RECYCLÉES :

77%

DE L'OBJECTIF ATTEINT

FOCUS RÉGLEMENTAIRE

La Commission Européenne propose d'introduire une obligation d'incorporation de matière recyclée dans les emballages plastiques et appellent à un taux de 30 % d'ici à 2030.

DE NOUVEAUX ENJEUX *pour les marques*

D'après une étude européenne de mars 2020, 48 % des consommateurs disent qu'ils éviteraient les marques qui ne cherchent pas à réduire l'utilisation d'emballages plastique non recyclables, d'où la nécessité de bien les informer et de les sensibiliser aux labels et certifications environnementales.

Aujourd'hui, parmi les labels européens les plus connus on trouve la boucle de Möbius, le point vert, l'écolabel européen ou le marquage compostable.

La présence d'une règle de tri sur l'emballage est importante pour 79 % des consommateurs et 64 % d'entre eux déclarent qu'elle pourrait les inciter à choisir un produit plutôt qu'un autre produit comparable lors de l'achat.

En France, 61 % de la population estime que la question environnementale est « très préoccupante » et réclame des changements radicaux pour produire et consommer moins et mieux. 59 % d'entre eux déclarent avoir déjà significativement intégré l'impact environnemental dans leurs choix de consommation d'après une étude de l'Observatoire ObSoCo-Citeo menée fin 2020.

Certaines marques ont fait de l'utilisation raisonnée des plastiques un argument marketing : cuirs vegans, juste dose, plastiques recyclés... Et si l'emballage plastique nouvelle génération devenait un atout ?

CONSOMMATION RESPONSABLE : UNE NOTION AUX DÉFINITIONS MULTIPLES

À la question,
« En quelques mots, que signifie pour vous
consommer responsable ? », les Français répondent à :

47% Les circuits courts, la production et la consommation locales



28% Le tri et le recyclage, la lutte contre le gaspillage et la production de déchets



25% Les choix de consommation qui répondent à des besoins vraiment essentiels



Du consommateur au consomm'acteur

Avec la prise de conscience des enjeux environnementaux et suite à la crise sanitaire, les consommateurs remettent en cause les modèles classiques et attendent des marques un engagement utile et sincère : l'utilité des produits et le rapport qualité-prix ne sont plus les seuls critères d'achat.

La Responsabilité Sociétale des Marques (RSM) fait de la marque une actrice du changement : elle met l'usage au cœur du discours produit, et non plus seulement les qualités ou propriétés. Ainsi, l'humain est au cœur de la relation au produit. L'acte d'achat devient le carrefour entre une approche sociétale, sanitaire et environnementale.

TOUS acteurs du recyclage !

Le recyclage concerne tout le monde : industriels, collectivités locales, opérateurs de la collecte et du tri, repreneurs, recycleurs et citoyens !

L'extension de la collecte de tri pour toutes les communes françaises part du principe que tous les emballages doivent être triés pour être recyclés. Dans les villes où le tri est simplifié, on recycle 3,6 kg d'emballages légers de plus par an et par habitant que dans les autres villes, dont 2,5 kg d'emballages en plastique supplémentaires. Collecter de nouveaux emballages plastiques permet de développer des filières de recyclage à grande échelle pour les matériaux peu ou pas recyclés, et donc, de réintégrer davantage de plastiques recyclés !

L'EMBALLAGE PLASTIQUE A DU SENS AUJOURD'HUI

Le plastique a accompagné l'évolution de la société et les nouveaux modes de consommation. Aujourd'hui, les Français tendent à une consommation plus raisonnée : les aspirations changent, avec moins de jetable, stop au « toujours plus ».

Face à l'augmentation des préoccupations environnementales liées à la pollution et au gaspillage, l'emballage plastique a été décrié. Devenu le symbole critique de la société de consommation et de l'homo detritus (c'est-à-dire l'homme qui jette), l'emballage plastique entre aujourd'hui dans une nouvelle ère : le tout recyclable, recyclé.

**Vos partenaires
industriels
travaillent
aux solutions
de demain.**

Ils suivent et anticipent les évolutions réglementaires pour proposer des produits conformes et responsables.

**PARLEZ-EN
AVEC EUX !**



Un emballage qui évolue en fonction des modes de vie

Le plastique s'adapte pour répondre à de nouvelles tendances de consommation : produits nomades, bio et sans conservateurs, en vrac... Les emballages plastique s'ajustent à toutes les exigences et évoluent vers des recharges, de l'unidose, des emballages recyclés ou réutilisables...

- **Sortir du « tout jetable »** : les réglementations évoluent et tendent vers la fin des emballages à usage unique. Aujourd'hui, les industriels travaillent dès la conception des produits à leur fin de vie : ils doivent pouvoir être recyclés ou compostés, et intégrer des ressources renouvelables. Ici, l'emballage plastique a du sens car il répond de plus en plus à la transition écologique avec une économie circulaire. Il a progressé ces 20 dernières années, et les modes de production ont évolué rapidement.
- **Lutter contre le gaspillage** : au niveau alimentaire par exemple, des études ont montré qu'une viande emballée sous vide dans un emballage plastique permettait d'allonger la conservation de +15 jours. Or, la **Feuille de route pour l'économie circulaire** souligne l'importance de travailler sur l'allongement de la durée de vie des produits pour contribuer à réduire leur impact environnemental.
- **Répondre aux nouveaux modes de consommation, avec le développement du vrac** : l'emballage industriel permet de transporter les produits en assurant leur traçabilité et de bonnes conditions d'hygiène et de conservation... Mais aussi du e-commerce, pour les mêmes raisons.

ELIPSO est l'association professionnelle qui représente les fabricants d'emballage plastique (rigide et souple) en France. Nos 320 entreprises (majoritairement des PME), présentes sur tout le territoire français, emploient 38 000 collaborateurs pour un chiffre d'affaires annuel de 8,1 milliards d'euros.

elipso.org

contact@elipso.org

 [@ElipsoEmballage](https://twitter.com/ElipsoEmballage)

 [Elipso](https://www.linkedin.com/company/elipso)

Document disponible sur elipso.org rubrique Publications

