

Communiqué de presse
Paris, le 3 juin 2015

Eco-conception des emballages : les entreprises s'engagent !

A six mois de la conférence climat qui se tiendra à Paris, les industriels multiplient les actions pour réduire l'empreinte carbone de leurs emballages : utiliser moins de matières premières pour des emballages éco-conçus qui limitent l'impact de la consommation et participent à la réduction des gaz à effet de serre.

Améliorer l'emballage pour réduire l'impact environnemental

Amélioration de l'utilisation des matières premières, de la mise en forme, ou encore du transport : nombreuses sont les solutions et innovations mises en place par les entreprises pour réduire l'impact environnemental de leurs emballages.

Ces efforts d'éco-conception ont déjà permis d'atteindre une réduction de 100 000 tonnes d'emballages ménagers entre 2007 et 2012 soit 145 000 tonnes d'émissions de CO₂ évitées (l'équivalent de 70 000 voitures en moins sur les routes par an).

Partager les bonnes pratiques

Afin d'étendre ces bonnes pratiques à l'ensemble du secteur, **Eco-Emballages** et **L'Alliance 7** ont élaboré Eco-conception des emballages, un guide pratique, concret et opérationnel qui met en avant les différentes démarches d'éco-conception, créatrices de valeur pour l'entreprise, qu'elle soit une PME ou un grand groupe.

L'Alliance 7, qui regroupe 300 entreprises du secteur de l'épicerie et de la nutrition spécialisée, et Eco-Emballages détaillent dans ce guide toutes les pistes d'éco-conception pour réduire l'impact environnemental des emballages : poids, volume, techniques d'emballages, utilisation des matériaux, distribution, transport.

Pour la nouvelle version de son emballage Blédichef, **Blédina** a réduit les dimensions de l'assiette bébé, en allégeant chaque élément de l'emballage : barquette, couvercle, opercule mais aussi emballage secondaire. Résultat : une réduction de 13% du poids.



Valrhona a amélioré le processus de fabrication de ses sacs de fèves de chocolat. Ce changement de process a permis de supprimer le zip de fermeture, redimensionner le sac et diminuer l'épaisseur sans aucun impact visuel pour le consommateur. La réduction du poids de l'emballage atteinte est de plus de 24 %.

En diminuant la taille et le poids de l'étui des biscuits le Trouvillais, **la Biscuiterie de l'Abbaye** a permis d'optimiser la palettisation, en passant de 12 000 à 15 000 produits transportés par palette, ce qui permet une réduction des impacts liés au transport.



Lindt a apposé l'Info Tri Point Vert sur les boîtes de Pyrénéens Lait, aidant ainsi le consommateur à placer les différents éléments de l'emballage dans le bac de tri ou la poubelle ordinaire.

En supprimant la couche d'aluminium des emballages Prince de LU, **Mondelez** a réduit les déchets générés de 104 tonnes/an. Une ouverture facile, pratique et refermable a également été ajoutée, permettant ainsi une consommation fractionnée sans détérioration du produit et donc sans gaspillage.



Des solutions pour répondre aux attentes d'un consommateur de plus en plus attentif

Quand un consommateur achète un produit emballé, il déclare naturellement faire attention en premier lieu à son prix et à sa composition. Viennent ensuite les critères liés à la recyclabilité et le poids de l'emballage. Pour 61%¹ des français, la présence de matière recyclée dans l'emballage joue en faveur de l'image du produit et de la marque.

Et en apposant l'Info Tri Point Vert, une consigne précise sur l'emballage, les industriels répondent à une autre attente des consommateurs : 87% trouveraient en effet pratique d'avoir les consignes de tri pour tous les emballages (*source Observatoire du geste de tri Ipsos-Eco-Emballages*). A date plus de 25 milliards d'emballages sont porteurs de cette consigne.

Pour consulter le guide « Eco-conception des emballages » : http://bit.ly/Guide_Ecoconception

A propos d'Eco-Emballages

Eco-Emballages assure le pilotage du dispositif national de tri et de recyclage des emballages ménagers mis en place dans le cadre de la Responsabilité Élargie des Producteurs (REP). Entreprise privée, agréée par l'Etat, Eco-Emballages a une mission qui s'inscrit dans une démarche d'intérêt général au bénéfice du consommateur citoyen. Son objectif est de permettre aux entreprises adhérentes d'assurer leur obligation liée à la REP et de garantir l'efficacité environnementale et sociale du dispositif à un coût optimisé. Le Point Vert est à ce titre une garantie pour le citoyen de l'engagement des entreprises pour limiter l'impact environnemental des emballages. Aujourd'hui, grâce au geste quotidien de millions de Français, 67% des emballages ménagers sont recyclés en France. Pour atteindre demain l'objectif de 75% de recyclage, Eco-Emballages agit de l'amont à l'aval pour l'éco-conception et l'augmentation du recyclage en mobilisant l'ensemble des acteurs –entreprises, collectivités, associations, filières de recyclage. www.ecoemballages.fr

A propos de l'Alliance 7

L'Alliance 7 est une fédération de syndicats professionnels du secteur de l'épicerie et de la nutrition spécialisée rassemblant 300 entreprises au travers de 9 Professions qui ont toutes leurs spécificités sur le plan de leur organisation, de leur structure, de leur fonctionnement, et de leurs produits et qui ont su mettre leurs ressources en commun pour s'entourer de professionnels, disposer de services efficaces et devenir un véritable interlocuteur pour les pouvoirs publics, avec un taux de plus de 90 % de représentativité. L'Alliance 7 et ses professions sont mobilisées depuis de nombreuses années auprès d'Eco-Emballages dans la réduction des emballages

Contacts Presse

Eco-Emballages
Olivia Retali
olivia.retali@ecoemballages.fr
01 81 69 05 83

ELAN-Edelman
Thierry Heems
thierry.heems@elanedelman.com
01 86 21 51 53 | 06 10 34 09 78 | @ThyHee

¹ Ethnicity 2014 : Consommation responsable : retour sur 10 ans d'évolution des comportements & sensibilités des Français