

Tout réinventer!

Environnement Depuis quinze ans, l'éco-conception a permis de rendre les emballages existants plus respectueux de l'environnement. Pour faire un pas de plus dans la démarche écolo, voici venue l'heure de l'éco-invention.

Le secteur de l'emballage n'a pas attendu le Grenelle de l'Environnement pour se remettre en question et améliorer son impact écologique. Cela fait bientôt quinze ans que la filière applique de façon consciencieuse la directive européenne 94/62 CE qui prône la réduction à la source du poids des emballages, la diminution des teneurs en métaux lourds et la valorisation des déchets en fin de vie. Le fait est qu'aujourd'hui, les résultats semblent probants. Après avoir enregistré une stagnation ces dernières années, le tonnage des déchets d'emballages est désormais en baisse, alors que le nombre d'unités mises sur le marché n'a cessé de progresser et que la démographie continue, elle aussi, de croître. Selon l'étude Estem

réalisée pour Éco-Emballage, l'Ademe et Adelphe, le poids des déchets d'emballage serait même en 2006 légèrement inférieur à celui de 1994!

Les limites de l'éco-conception

Les démarches d'éco-conception engagées, avec pour objectif principal d'alléger les packagings existants, ont donc tenu toutes leurs promesses. Cependant, pour de nombreux emballages, comme les bouteilles d'eau, nous sentons inexorablement approcher les limites. Aujourd'hui, la bouteille de 1,5 litre, en plastique, la plus légère du marché, pèse un peu plus de 20 grammes. Il semble désormais difficile de descendre plus bas. À trop chercher à alléger l'emballage primaire, celui-ci

pourrait ne plus assurer sa mission essentielle de protection du contenu lors des multiples phases logistiques; il obligerait ainsi les industriels à concevoir des emballages secondaires encore plus protecteurs et, par conséquent, à transférer la consommation de matériaux. L'éco-conception, qui, faut-il le rappeler, est une contrainte réglementaire, ne vise qu'à améliorer les emballages existants, créés pour la plupart au siècle dernier. Elle repose principalement sur un travail de chercheur sur la composition des matériaux – très en amont de la création des emballages – ou d'ingénieur, en aval, une fois que le designer a créé et que le marketing a validé la nature, la forme et le décor de l'emballage. Certes, cette approche est indispensable pour réduire la consommation de matériaux, mais elle est limitée tant sur le plan de la créativité que par les lois intangibles de la physique. Par ailleurs, il ne faut pas perdre de vue qu'un déchet d'emballage très léger est économiquement moins intéressant à recycler ou à revaloriser, ces deux voies étant celles vers lesquelles tous les pays développés se sont investis pour solutionner la fin de vie des emballages.

Difficile de réduire le poids d'une bouteille de 1,5 litre en plastique quand la plus légère ne pèse déjà que 20 grammes.



Des attentes nouvelles

Malgré toutes les actions vertueuses engagées par les industriels et les bons résultats qui les accompagnent, les consommateurs se déclarent de plus en plus sensibles à la relation conflictuelle entre les emballages et l'environnement. Dans les faits, ils ne perçoivent absolument aucun changement. Quotidiennement, ils trient et jettent encore plus d'emballages usagés, moins lourds, certes, mais toujours aussi encombrants dans leurs poubelles. Selon une étude, réalisée en 2007 par TNS Sofres sur l'image des emballages, 46 % des personnes interrogées ressentent ces derniers comme envahissants... Combien de temps encore

**L'objectif
est de
réinventer
les emballages
du XXI^e siècle.**

