

Le design de l'ordure !

Packaging Difficile de parler de création packaging sans entendre le terme "eco-design". Un terme trop souvent employé à tort et qui relève plus de l'éco-conception de l'emballage que de son design. Mais que peut faire un designer pour rendre sa création packaging plus écologique ?

Tout d'abord, il convient de bien faire la différence entre l'éco-conception et l'éco-design. L'éco-conception est une démarche du monde industriel, qui vise à minimiser les impacts sur l'environnement de sa production tout au long de son cycle de vie. En matière d'emballage, c'est une approche globale et multicritère qui s'opère dès la fabrication de la matière première nécessaire à la transformation, pendant toutes les phases de production, de logistique et de distribution du packaging. Puis durant la période d'utilisation, jusqu'à son recyclage ou à sa valorisation lorsque l'emballage est devenu un déchet encombrant. L'exercice apparaît ingrat pour les marques, car du côté des consommateurs, le résultat de l'éco-conception d'un packaging est souvent indétectable, invisible à l'œil non averti.

L'éco-design, quant à lui, est l'intégration créative dans le design du produit des paramètres liés à l'éco-conception. Tout d'abord, le designer se doit d'incorporer dans sa réflexion les principes de base et les contraintes élémentaires : choix de matériaux à moindre impact sur l'environnement, diminution de la masse et du volume de l'emballage. Pour bien répondre à ces deux points, il est impératif que le créatif

puisse travailler en amont avec l'industriel. Seule une bonne complicité et un métissage des approches permettent d'arriver à un résultat pertinent et novateur. Cependant, l'éco-design peut aller bien au-delà. L'objectif ultime est d'offrir aux industriels et aux consommateurs des solutions pragmatiques et efficaces pour que le packaging, qui deviendra inexorablement un déchet s'inscrive, au mieux dans une approche de développement durable. Un packaging "éco-designé" est un packaging qui s'assume en tant qu'ordure à recycler ou à revaloriser !

Ne pas confondre les genres

L'éco-design n'est pas de donner un "look" écologique au conditionnement. Ce n'est pas une question de paraître, ni un argument marketing surfant sur la fibre écologique des consommateurs. Le développement durable n'est pas un concept, c'est une nécessité bien réelle.

Les premières rencontres professionnelles du Design Packaging sur le thème du développement durable, organisées par l'INDP en avril dernier, ont démontré que la préservation de l'environnement est un enjeu majeur du XXI^e siècle. En matière d'emballage, il s'agit d'ores et déjà d'une réalité quotidienne pour les consommateurs.



Dire que le packaging est mal vu par les écolos est un euphémisme. Bien évidemment, le déchet le plus facile à éliminer est celui que l'on ne produit pas... C'est bien connu, mieux vaut prévenir que guérir. Les diverses campagnes de sensibilisation antiemballages ont-elles eu l'effet escompté ? On peut en douter lorsque l'on observe l'évolution des modes de consommation qui privilégient les produits à usage unique, le prêt-à-consommer. Moins d'emballages, certes, mais hélas, c'est un vœu pieux. La voie du milieu est dans les emballages encore plus faciles à recycler et à revaloriser.

Et si nous disions clairement aux consommateurs que l'emballage n'est pas forcément un déchet, mais de la matière première à recycler ? Informer et former le consommateur au tri est donc une priorité. Ce n'est pas uniquement aux auto-collecteurs des containers de tri de donner la destination et le conseil. L'emballage doit porter clairement l'information, car la question "où je jette ?" se pose bien avant d'arriver devant sa poubelle. C'est l'option retenue par certains distributeurs qui désormais donnent des informations claires sur le verso de leurs packagings (voir illustrations)

Eduquer, informer directement sur le packaging est donc un devoir pour faciliter cette gestuelle en fonction des contraintes du tri sélectif. Bien le présenter sur le packaging, c'est aussi remplir notre mission "d'éco-designer".

