

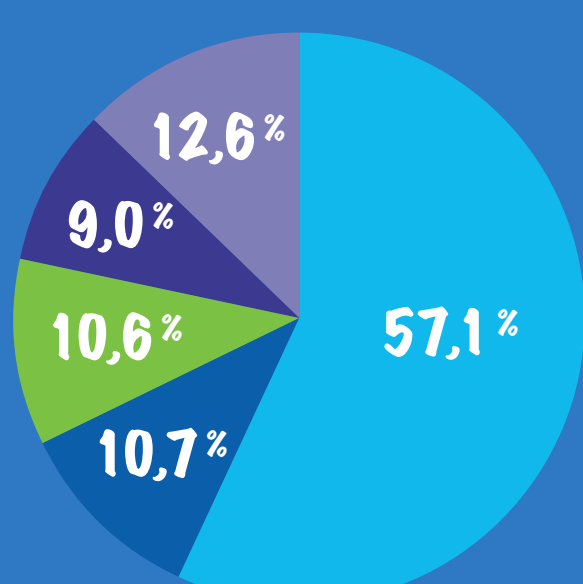


MYTHES ET RÉALITÉS SUR LES EMBALLAGES ÉCORESPONSABLES

LE CAS DU SECTEUR ALIMENTAIRE ET DES PRODUITS D'ENTRETIEN MÉNAGER

Des Québécois sensibles aux démarches environnementales des fabricants de produits alimentaires et nettoyants

Compte tenu de l'importance de la nourriture dans nos vies et de la fréquence à laquelle nous devons la préparer et la consommer, il n'est pas étonnant de constater que 70 % de tous les emballages mis sur le marché au Québec proviennent du secteur alimentaire.

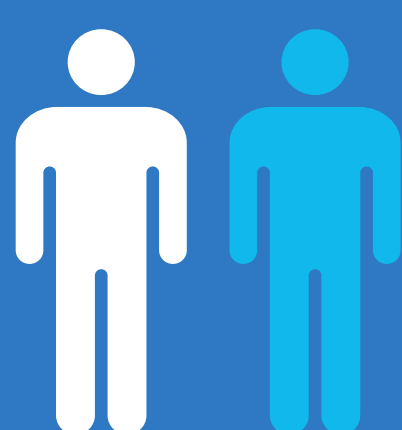


C'est dans le secteur alimentaire que les citoyens accordent la plus grande importance aux emballages écoresponsables; loin devant la restauration rapide, les médicaments et les produits d'entretien ménager.

Emballage alimentaire - 57,1%
Restauration rapide - 10,7%
Médicaments - 10,6%
Produits ménagers - 9,0%
Autre - 12,6%

Par ailleurs, un Québécois sur deux reconnaît et remarque les efforts de l'industrie alimentaire pour offrir des emballages écoresponsables aux consommateurs.

L'emballage est la principale source d'information sur le recyclage

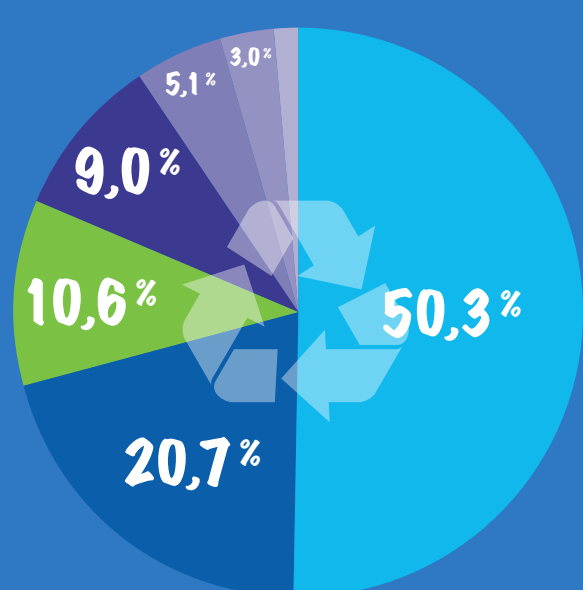


Face à une incertitude sur l'aspect recyclable d'un emballage, **1** citoyen sur **2** (50,3%) a le réflexe de chercher cette information directement sur l'emballage.

Au total, près de 7 personnes sur 10 iront à la recherche d'information avant de placer ou non un élément dans le bac s'ils sont incertains de sa recyclabilité, un réflexe gagnant.



Saviez-vous que : les centres de tri ne sont équipés que pour traiter les contenants, les emballages et les imprimés. Les autres objets ne devraient donc pas être placés dans le bac de récupération. Des solutions existent toutefois pour donner à ces derniers une seconde vie.



En cas de doute sur la recyclabilité d'un emballage :

Je regarde directement sur l'emballage - 50,3%
Je le dépose dans le bac à recyclage - 20,7%
Je consulte le dépliant fourni par ma municipalité - 10,6%
Je le dépose dans la poubelle - 9,0%
Je cherche sur Internet - 5,1%
Je sollicite l'opinion de mes proches - 3,0%
Autre - 1,3%

Pensez à trier

RECYCLER LA BOÎTE DE CARTON



JETER LE SACHET DE PLASTIQUE



Plus les consignes qui y figurent proposeront des actions claires, plus elles seront suivies.

Mythes et réalités sur les fonctions d'un emballage

Il n'est pas toujours facile de tracer la frontière entre le suremballage et l'emballage nécessaire pour prolonger la durée de vie et protéger le produit.

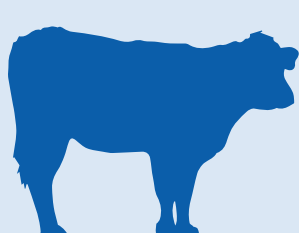
Mythe : 68,3% des répondants pensent qu'un emballage secondaire équivaut automatiquement à du suremballage.

Réalité : L'emballage secondaire ne constitue pas du suremballage, mais permet plutôt de regrouper plusieurs produits pour la vente en lots, par exemple: sac contenant trois sachets de lait, bandeaux de carton pour les formats individuels de yaourt, pellicule de plastique pour les boîtes de papiers-mouchoirs, etc.

Mythe : l'emballage le plus écoresponsable est à tout coup celui qui contient le moins de matière.

Réalité : Il faut également prendre en considération la préservation du produit, particulièrement dans le cas d'aliments frais comme la viande. Dans le cas des produits périssables, l'emballage sert à protéger et à prolonger la durée de vie du produit, réduisant ainsi le gaspillage. S'il est optimisé, un emballage peut limiter son impact sur l'environnement et réduire les pertes de produit.

? **Saviez-vous que :** La fabrication d'un produit, son transport et toutes les autres étapes de son cycle de vie demandent une importante quantité d'énergie et de ressources naturelles. Il n'est pas rare que l'impact environnemental d'un produit soit donc plus élevé que celui de son emballage.

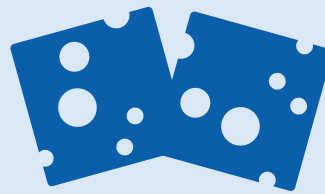


? **Saviez-vous que :** L'emballage sous vide permet de prolonger la fraîcheur de la viande de plusieurs jours. C'est aussi le cas pour les emballages sous atmosphère modifiée, qui consistent à changer la composition de l'atmosphère interne d'un emballage dans le but d'améliorer sa durée de vie. Cette technique est en général utilisée pour les denrées alimentaires, mais s'applique aussi dans l'emballage des médicaments.

Des constats encourageants

Lorsqu'on lui présente différents types de produits emballés, 1 consommateur sur 2 (53,3%) est capable de départager un cas de suremballage d'un emballage utile.

? **Saviez-vous que :** La pellicule qui enveloppe les concombres anglais permet de prolonger leur fraîcheur jusqu'à 14 jours? Sans pellicule, ces concombres ont une durée de vie d'environ trois jours en épicerie.



? **Saviez-vous que :** L'emballage refermable (fromage, charcuteries, fruits et légumes) est une innovation qui vise à améliorer la préservation des aliments pour réduire le gaspillage alimentaire chez le consommateur. C'est aussi une façon d'offrir des emballages mieux adaptés à nos modes de vie.

Faits saillants du secteur des produits ménagers

Sans grande surprise, le prix et la performance du produit arrivent en tête de liste des critères qui influencent le choix des Québécois lorsque vient le temps d'acheter un détergent à lessive.

Les aspects environnementaux occupent également une place importante dans leur choix, bien avant les critères marketing comme le parfum, la marque et l'apparence de l'emballage. Les entreprises ont donc avantage à mettre ces éléments de l'avant dans leurs communications.

Le quart des répondants optent habituellement pour un produit ne contenant pas de phosphate ou d'ingrédients potentiellement nocifs pour l'environnement ou la santé humaine, ou encore pour un format leur permettant d'éviter le gaspillage.

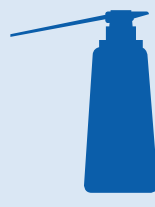
Quelques éléments environnementaux à considérer lors de l'achat d'un détergent à lessive

Consommer moins et mieux

Dans le cas des produits d'entretien ménagers, l'emballage doit favoriser l'utilisation de la juste dose par le consommateur.



Le détergent solide en capsules offre un produit pratique, sans gâchis et évitant les erreurs de mesure lors de l'utilisation.



Le détergent concentré avec mécanisme de dosage permet d'utiliser automatiquement la juste quantité de produit, en un seul geste.



Le détergent liquide avec bouchon gradué permet de mesurer la juste quantité.

Dans tous les cas, il est préférable d'opter pour les formules concentrées qui, malgré leur petit format, possèdent la même quantité d'ingrédients actifs que les formats traditionnels qui comportent tout simplement plus d'eau.



Une étude de



en partenariat avec



www.consommationresponsable.ca

L'enquête a été menée du 10 au 22 septembre 2015 sur le panel Web de 34 000 consommateurs représentatifs de la population du Québec de MBA Recherche. L'échantillon a été pondéré en fonction des données de Statistiques Canada sur le sexe, l'âge et le lieu de résidence pour être conforme aux tendances démographiques. Comme il s'agit d'un panel de consommateurs, le calcul de la marge d'erreur ne s'applique pas. Au total, 1006 personnes ont répondu à l'enquête.

REPENSEZ VOS CHOIX D'EMBALLAGES ET D'IMPRIMÉS

La trousse OptimEco s'adresse aux gestionnaires et aux décideurs intéressés par la mise en œuvre d'une démarche d'écoconception des emballages et imprimés et par ses bénéfices économiques, environnementaux et réputationnels.

La trousse OptimEco offre des outils essentiels : des arguments solides pour mobiliser vos équipes et vos partenaires et des pistes concrètes pour vous engager, dès maintenant.



Qu'est-ce que l'écoconception?

L'écoconception, c'est un levier stratégique pour utiliser de meilleures pratiques de production et générer des retombées positives en lien avec vos objectifs d'affaires.

L'OPTIMISATION, EN BREF

Plusieurs moyens sont bons pour optimiser le développement de vos emballages et imprimés. De la diminution de la masse et du volume, au choix de matériaux, en passant par la gestion de fin de vie de votre emballage : plus question de passer à côté de processus améliorés et des occasions d'affaires qui y sont associées!

L'ÉCOCONCEPTION, EN BREF

Une démarche d'amélioration permettant de réduire l'empreinte environnementale d'un emballage, durant tout son cycle de vie, soit de sa conception à la fin de sa vie utile. Elle intègre des critères environnementaux tels que la réduction de matières vierges, l'introduction de matières recyclées ou la recyclabilité des emballages.



Et ses bénéfices?

Les bénéfices de l'écoconception sont nombreux : pour l'entreprise qui l'applique, pour le consommateur désireux de faire des choix responsables et pour la société en général. Un véritable choix gagnant à tous les égards, comportant des retombées positives et concrètes!

BÉNÉFICES ÉCONOMIQUES

L'écoconception des produits emballés: une démarche rentable qui peut augmenter vos marges bénéficiaires de 12 % par rapport à celles des produits conventionnels¹.

PLUS DE **12%**

- Réduction** des coûts d'approvisionnement en matières premières
- Réduction** des coûts de transport et de distribution
- Réduction** des coûts de gestion de fin de vie
- Réduction** des pertes de produits
- Réduction** des coûts d'énergie

BÉNÉFICES CONCURRENTIELS ET LIÉS À LA RÉPUTATION

Les consommateurs à l'échelle planétaire identifient l'emballage plus écologique comme l'une des deux principales caractéristiques pour lesquelles ils sont disposés à payer davantage².



- Réponse aux attentes des consommateurs
- Adaptation aux futures réglementations
- Renforcement du positionnement
- Développement d'une culture d'équipe et rétention du personnel
- Promotion de l'innovation et de l'amélioration continue
- Différentiation de vos emballages et imprimés
- Amélioration de votre capacité à répondre aux exigences environnementales
- Amélioration des relations avec vos fournisseurs

BÉNÉFICES ENVIRONNEMENTAUX

L'accompagnement d'entreprises en écoconception offert par l'organisme anglais WRAP (Waste and Resources Action Programme) a permis d'éviter la production de 6,6 millions de tonnes de GES (soit l'équivalent de retirer 2,2 millions de voitures sur la route pendant 1 an) et d'éviter la production de 12,6 millions de tonnes de matières résiduelles³.

12,6 MILLIONS DE TONNES DE MATIÈRES RÉSIDUELLES ÉVITÉES

- Réduction** de la quantité de matières nécessaires
- Réduction** des besoins en énergie
- Réduction** des impacts sur la santé humaine et sur les écosystèmes
- Augmentation** de la recyclabilité et diminution de l'enfouissement
- Augmentation** de la durée de vie du produit
- Réduction** des impacts grâce à l'ajout de matière recyclée



Comment passer à l'action?

Implanter une démarche d'écoconception au sein de votre entreprise est plus simple qu'il n'y paraît. L'important, c'est de connaître les bonnes étapes à franchir!

CONSIDÉRATIONS D'AFFAIRES

LES EFFORTS REQUIS

L'écoconception des emballages demande l'implication de plusieurs fonctions dans l'entreprise, avec l'appui et l'orientation de la direction. Les fonctions qui doivent être impliquées de près ou de loin tout au long du processus de développement de produits sont principalement le marketing, la R&D, la production et les approvisionnements. Certaines grandes entreprises vont dédier des personnes spécifiquement à l'innovation responsable et à l'écoconception. Plus fréquemment, la démarche se fait avec les équipes existantes de développement de produits, en intégrant des critères environnementaux au processus de conception. Des spécialistes externes peuvent au besoin compléter les expertises internes.

L'INVESTISSEMENT REQUIS

De nombreux programmes d'aide sont disponibles pour aider les entreprises à mettre en œuvre l'écoconception dont des subventions, des programmes de formation et d'accompagnement ainsi que certains projets et outils spécialisés destinés aux entreprises.

LE TEMPS REQUIS

Il faut prendre le temps de faire un état de la situation, d'identifier les pistes d'amélioration et les solutions potentielles. Ce processus de mise en œuvre, d'apprentissage et de développement des connaissances demande d'investir du temps et, peut-être, d'aller chercher des partenaires pour aider à lancer l'initiative. Il n'est pas nécessaire de transformer de fond en comble toutes les pratiques dès la mise en œuvre d'une initiative, mais plutôt de mettre en place les bases qui seront structurantes, appuyées sur une vision claire. Lorsqu'une entreprise intègre et maîtrise l'écoconception, sa mise en œuvre ne devrait pas ralentir le processus de développement de produits. L'écoconception peut stimuler l'innovation, et un bon processus permettra d'améliorer la qualité du produit développé, de limiter les modifications tardives et donc de réduire les temps de mise en marché. Pour assurer la pérennité de l'écoconception dans l'entreprise, il est important d'intégrer l'initiative dans les pratiques de gestion de l'innovation et de l'aborder comme un projet d'amélioration continue.

COMMENCEZ VOTRE DÉMARCHÉ

Si l'optimisation des emballages et imprimés est l'objectif à atteindre, l'écoconception constitue pour sa part la route à suivre pour y arriver.

1 ÉVALUER votre situation initiale

Qu'on pense à vos objectifs, à votre secteur d'activité ou tout simplement à vos produits emballés et imprimés, prenez le temps de faire un bref survol de votre situation actuelle.

2 IDENTIFIER les stratégies d'écoconception à adopter

L'écoconception comporte quatre stratégies visant à améliorer chaque étape de votre production. Ces stratégies vous permettent d'optimiser l'approvisionnement, la conception, la recyclabilité et de bien communiquer votre démarche! Pour vous aider à vous y retrouver, nous avons identifié les principales actions à entreprendre selon les quatre grandes stratégies d'optimisation et d'écoconception.

STRATÉGIE 1 - Intégrer des critères d'approvisionnement responsable

Engagez vos fournisseurs dans votre démarche de recherche de solutions écoresponsables.



Choisir des matériaux plus écologiques



Utiliser des matières recyclées

STRATÉGIE 2 - Concevoir de manière optimale

Utilisez la bonne quantité de matières pour protéger vos produits, en considérant les emballages primaire, secondaire et tertiaire.



Optimiser le rapport emballage/produit



Optimiser la logistique



Réduire les impacts de la consommation d'énergie



Améliorer l'expérience du consommateur et réduire le gaspillage



Optimiser l'emballage pour le transport

STRATÉGIE 3 - Améliorer la gestion de fin de vie de vos produits

On vise à minimiser, et même à éviter, les impacts environnementaux associés à la fin de vie des emballages et imprimés.



Concevoir pour la réutilisation



Optimiser la recyclabilité

STRATÉGIE 4 - Communiquer sa démarche

Pour un processus d'écoconception réussi, la communication est un élément clé.



Communiquer à l'interne



Communiquer avec les consommateurs



Communiquer avec les fournisseurs

3 DÉVELOPPER un nouveau concept d'emballage

Pas besoin de chercher très loin pour revoir vos emballages: parfois, quelques changements simples font toute la différence! La révision d'une ligne de produits ou le développement d'une nouvelle gamme, par exemple, constituent des occasions à saisir pour y intégrer une démarche d'écoconception et générer de nouvelles idées!

4 COMMUNIQUER pour faire connaître vos améliorations et vous différencier

Il est temps de présenter vos nouveaux emballages et imprimés, revus selon les stratégies d'écoconception choisies. Pour valoriser vos emballages améliorés, mettez de l'avant vos initiatives et leurs retombées pour informer et fidéliser votre clientèle.