

Communiqué de presse
Octobre 2014

Éco-conception : toujours plus de solutions d'allègement pour les emballages en verre

Maîtrise technique, adaptabilité, expérience... le verre a de nombreux atouts qui lui permettent de poursuivre ses avancées dans le domaine de l'allègement des emballages.

Il participe pour près de 40 % à l'effort national de réduction des emballages défini par le Grenelle de l'Environnement.

Champion de la neutralité, de la protection du goût et de la transparence, il met plus que jamais ses qualités immémoriales au service de l'éco-conception et de l'identité des produits qu'il contient.

Moins d'emballage, plus de recyclage : le verre agit et réussit

Le Grenelle de l'Environnement avait fixé un objectif ambitieux : entre 2007 et 2012, réduire de 100 000 tonnes le volume d'emballages utilisés en France, tous matériaux confondus. L'engagement collectif des entreprises, les metteurs en marché comme les fabricants d'emballages, a permis d'y parvenir.

Le verre totalise à lui seul 39 % des efforts de réduction, se positionnant comme le deuxième meilleur contributeur* parmi les matériaux d'emballage.

L'allègement des bouteilles et des pots de verre a gardé intacte leur praticité et, bien sûr, leur sécurité.

Quant à l'objectif de recyclage des emballages ménagers, fixé par les pouvoirs publics à 75 %, le verre y contribue déjà largement : plus de 7 bouteilles sur 10 sont collectées en France, et 100 % du verre collecté est recyclé (soit 2 millions de tonnes en 2013).

Rappelons que l'industrie du verre a mis en place sa filière de recyclage en 1974 et qu'elle a contribué activement à l'amélioration des techniques de tri, donc à la recyclabilité de son matériau.

* Juste après le plastique (44 %), favorisé par l'importante contribution du secteur de l'eau minérale et des sodas, et loin devant le carton, l'acier et l'aluminium.

La réduction à la source des emballages : une priorité qui profite à tous

- Une évolution souhaitée par les consommateurs.
- 68% des Français déclarent privilégier les produits qui ont le moins d'emballages*
- Une action bénéfique pour l'ensemble des filières.
- Amélioration du bilan carbone et baisse des coûts en réduisant les consommations de matière, d'énergie et la production de déchets.

* Source Eco-Emballages

Alléger au cas par cas : les réponses des verriers

Le verre travaille sur l'allègement de ses emballages depuis toujours et n'a cessé de progresser techniquement dans ce domaine, pour satisfaire des clients à la recherche de réductions de coût (dans un premier temps) et de solutions moins consommatrices de matière première.

Quatre exemples de ces allègements concertés :

La bouteille de champagne 75 cl → - 65 g

L'allègement de la bouteille de champagne est l'exemple même du défi technique verrier, directement lié à un enjeu fort pour les producteurs champenois : réduire l'empreinte carbone de la filière. Mise au point et expérimentée dès 1994, la bouteille champenoise allégée de 75 cl a été adoptée par la profession en 2010, à l'initiative du Comité Interprofessionnel des Vins de Champagne (CIVC). **Son poids est passé de 900 g à 835 g. Elle pesait 1 250 g au début du XX^e siècle !**



©Shutterstock / gresei

Cette bouteille allégée est le meilleur compromis possible entre la plus forte diminution de poids, la limitation au maximum des cotes de la bouteille et la conservation de ses propriétés mécaniques (la résistance à la pression, essentielle pour l'élaboration du vin de champagne). Ainsi, **20 000 tonnes de verre sont économisées chaque année sur un volume de près de 300 millions de bouteilles.**

La bouteille de vin 75 cl → - 170 g

Une bouteille de vin standard (tradition Bourgogne ou Bordelaise) pèse environ 570 g. Dès les années 1980, un modèle allégé de 450 g a été créé. Aujourd'hui, **les verriers proposent des gammes de bouteilles éco-conçues avoisinant les 400 g** (jusqu'à 300 g pour certains modèles) qui remportent un vif succès.



© O.I

La bouteille d'Huile de Pépin de Raisin U → - 62 g

En 2013, la bouteille d'Huile de Pépin de Raisin U a été allégée de 13,1 %, **soit un gain de 62 g de verre par bouteille.** Le design de la nouvelle bouteille est peu différent et surtout plus léger par rapport à l'ancien modèle. Par ailleurs, l'allègement de cette bouteille permet d'optimiser les frais logistiques puisque 6% de produits en plus peuvent être stockés par palette, soit un gain de **30 palettes par an, soit l'équivalent d'un camion.**



© Système U

Les bouteilles de bière Heineken (25 cl, 33 cl et 65 cl) → réduction du poids de plus de 14 %

Heineken a développé une nouvelle bouteille destinée à la grande distribution, adaptée à ses principaux formats : 25 cl, 33 cl et 65 cl. Plus légère et plus compacte, cette nouvelle bouteille permet **une économie de 6 550 tonnes de verre sur les formats 25cl, 33cl et 65cl**, suite au lancement de la nouvelle bouteille fin 2010.



© Heineken

Le défi de l'allègement : concilier protection, design et légèreté

L'emballage a pour vocation de protéger, conserver et transporter le produit qu'il contient. Quand cet emballage est en verre, il contribue dans de nombreux cas à valoriser le produit par sa transparence, et assure les meilleures conditions de conservation et de sécurité par son absolue neutralité.

Bien emballer, c'est emballer juste.

L'excès de précaution qui conduit à surestimer l'emballage aboutit à consommer trop de matériau d'emballage. Mais sous-estimer l'emballage, c'est prendre le risque de la fragilité, donc de la perte de produit dans le transport ou sur le lieu d'achat. Le juste emballage est celui qui réussit à réduire son impact environnemental en assurant parfaitement la fonction d'emballer.

La réponse technique des verriers : alléger en conservant les qualités et les fonctionnalités des bouteilles et pots.

À partir d'un matériau naturel dont la composition n'a pas changé, les industriels du verre ont travaillé sur de multiples paramètres (qualité des moules et du refroidissement, procédé pressé-soufflé, etc.) jusqu'à maîtriser leurs procédés et garantir des résultats constants.

Dans de nombreux cas, le poids de l'emballage est réduit sans que sa forme soit modifiée, ce qui rend cette action imperceptible pour le consommateur.

Léger mais... séduisant ! Car l'emballage est une composante essentielle du marketing produit. Son optimisation ne doit pas impacter le design, quand les marques de vins et spiritueux cherchent à se différencier toujours plus.

La bouteille allégée doit assurer à la marque qui l'a choisie la même présence en linéaire qu'une bouteille traditionnelle. C'est pourquoi l'allègement joue plus volontiers sur le diamètre, non appréciable à l'œil, que sur la hauteur.

La démarche d'éco-conception : simple et de bon sens

Concevoir un produit en se donnant comme objectif d'améliorer sa performance environnementale au cours de toutes les étapes de son cycle de vie, c'est éco-concevoir. Cette démarche ouvre aux entreprises des perspectives nouvelles (innovation, différenciation, coûts moindres), bien au-delà de la seule réduction des impacts environnementaux. Dans le domaine de l'emballage, elle conduit souvent à mettre en œuvre des actions simples et de bon sens (allègement, optimisation du volume, regroupement, etc.).

Les industriels du verre sont impliqués aux côtés de leurs clients dans une démarche d'éco-conception en apportant une réponse « emballage verre » personnalisée.

La démarche d'éco-conception a été formalisée dans un guide destiné aux entreprises, mis au point par le Conseil National de l'Emballage : ***Eco-conception et emballages - Guide méthodologique***. Paru en mars 2012, il est destiné à définir et à faciliter l'éco-conception des emballages. Les industriels du verre d'emballage, membres du Conseil National de l'Emballage au titre de la chambre syndicale des Verreries mécaniques de France (CSVMF), ont soutenu son élaboration.

L'industrie du verre, pionnière et engagée dans l'économie circulaire

Le modèle verrier d'économie circulaire, fruit de près de 40 ans d'engagement, est basé sur 5 principes :

- l'utilisation raisonnée des ressources non renouvelables ;
- le recyclage en boucle fermée ;
- la proximité ;
- l'éco-conception et la prévention ;
- produire proprement et sobrement.

Rapport annuel 2012 : http://www.verreavenir.fr/var/plain_site/storage/original/application/0ff96a0803ff8edd3c4a3d7daa704811.pdf

Conformité environnementale des emballages et réglementation

Le décret 98-638 du 20 juillet 1998 indique que l'emballage doit être conçu et fabriqué :

- de manière à limiter son volume et sa masse au minimum nécessaire pour assurer un niveau suffisant de sécurité, d'hygiène et d'acceptabilité.
- de manière à permettre sa réutilisation ou sa valorisation, y compris son recyclage, et à réduire au minimum son incidence sur l'environnement lors de l'élimination des déchets d'emballages ou des résidus d'opérations de traitement des déchets d'emballages.
- en veillant à réduire au minimum la teneur en substances et matières nuisibles et autres substances dangereuses des matériaux d'emballage et de leurs éléments, dans les émissions, les cendres ou le lixiviat qui résultent de l'incinération ou de la mise en décharge des emballages ou des résidus d'opérations de traitement des déchets d'emballages.

Enfin, le metteur sur le marché de produits emballés doit s'assurer du recyclage des emballages ménagers, en contribuant par exemple à une entreprise agréée.

Source : Eco-Emballages

A propos de Verre Avenir

Au sein de la Fédération des Industries du Verre, Verre Avenir a pour mission :

- d'informer le grand public sur le verre d'emballage et son recyclage.
- d'apporter aux collectivités et aux enseignants les outils de communication nécessaires pour une bonne information sur le recyclage du verre.

Depuis sa création, Verre Avenir a encouragé chez tous les partenaires du recyclage l'enthousiasme qui a conduit au développement de la collecte et au succès actuel puisqu'aujourd'hui plus 74% des emballages en verre sont collectés et recyclés. www.verre-avenir.fr

A propos de Friends of Glass

La communauté Friends of Glass réunit tous ceux qui apprécient les qualités du verre et qui veulent défendre leur liberté à choisir ce matériau d'emballage pour les aliments et les boissons qu'ils consomment sur le site www.friendsofglass.com/fr. En octobre 2014, Friends of Glass compte en Europe près de 57 000 supporters du verre sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Pinterest)