



Storm Communications

T: 020 7240 2444

E: procarton@stormcom.co.uk

Le consommateur est essentiel pour parvenir à l'économie circulaire – nous devons donc être à l'écoute de ses besoins

Winfried Muehling, directeur marketing et communication, Pro Carton

Ce samedi, nous célébrerons samedi la Journée de la Terre 2023, un événement annuel fixé au 22 avril qui vise à soutenir la protection de l'environnement. Toute discussion sur la protection de l'environnement ne serait pas complète sans mentionner l'économie circulaire - un système dans lequel les produits, les services et les systèmes sont conçus pour maximiser leur valeur et minimiser les déchets¹ - un concept auquel nous devons nous efforcer d'adhérer pour le bien de la planète.

Le consommateur est l'élément clé de l'économie circulaire.

L'engagement des consommateurs joue un rôle essentiel dans ce sens, et les politiques qui favorisent l'économie circulaire seront plus efficaces si elles prennent en considération les facteurs qui influencent le comportement des individus et tiennent fortement compte de leurs exigences. Dans l'ensemble, les consommateurs souhaitent faire le bon choix, mais ce sont d'abord les législateurs et les entreprises qui leur doivent leur fournir la plateforme leur permettant d'agir.

Cette dynamique s'est manifestée à la suite de la proposition de la Commission européenne visant à modifier le règlement sur les emballages et les déchets d'emballages (PPWR), qui portait sur la mise en œuvre des emballages réutilisables. Bien que les objectifs de la proposition soient bien intentionnés, et qu'il existe de bons arguments en faveur d'un emballage réutilisable comme moteur de l'économie circulaire, le tableau global est plus complexe. Un nouveau rapport de McKinsey intitulé « [The Potential impact of Reusable packagings](#) » ([L'impact potentiel des emballages réutilisables](#)) a révélé que l'imposition d'objectifs stricts en matière d'emballages réutilisables d'ici 2030 aura un impact considérable sur l'empreinte environnementale de l'UE, la compétitivité et la résilience de l'économie européenne, et, surtout, soulèverait des questions quant au niveau de respect de ces objectifs par les consommateurs.

Comme pour tout modèle d'économie circulaire, l'acceptation par le consommateur est essentielle. Or, en plaidant pour le modèle réutilisable, on risque d'aliéner les consommateurs, avec un certain nombre de considérations sociétales. Tout d'abord, on leur demande un changement d'habitude. Par exemple, en Allemagne, les restaurants de restauration rapide comme [McDonald's et Burger King ont installé des systèmes de dépôt d'emballages réutilisables](#) en réponse à la proposition. Mais cela exige

¹ <https://www.zerowastescotland.org.uk/circular-economy/about>



PRO CARTON
PACKAGING FOR
A BETTER WORLD

Storm Communications

T: 020 7240 2444

E: procarton@stormcom.co.uk

que les consommateurs stockent, rincent et retournent les contenants réutilisables au magasin afin de récupérer leur consigne. La question se pose donc de savoir si l'emballage réutilisable constitue vraiment la meilleure solution pour tous les plats à emporter en Allemagne.

Deuxièmement, l'ajout d'une consigne pourrait dissuader les consommateurs en augmentant le prix d'un repas bon marché. Troisièmement, elle crée une incertitude concernant l'hygiène alimentaire, un point non négociable. Les consommateurs peuvent-ils être sûrs que leur emballage réutilisable sera lavé efficacement, notamment celui qui aura été retourné non-nettoyé après avoir passé plusieurs jours au domicile du consommateur ou dans sa voiture ?

Les consommateurs veulent également être sûrs que les nouvelles politiques soient effectivement meilleures pour l'environnement et économiquement viables à long terme. Le rapport de McKinsey suggère cependant que ce n'est pas le cas pour le modèle réutilisable, en prévoyant une augmentation des émissions de CO₂ de 140 à 160% et une augmentation potentielle des coûts de 80 à 130%, en grande partie du fait du transport et du nettoyage.

En réalité, de nombreux éléments indiquent que le système à usage unique est en train de gagner le cœur et l'esprit des consommateurs. Parmi les conclusions de [notre étude menée auprès des consommateurs en 2022](#), qui comparait les attitudes de plus de 5 000 consommateurs européens à l'égard de l'environnement et des emballages, figurait la « facilité de recyclage » (85 %) et la « fabrication de matériaux renouvelables » (81 %). Elles constituaient les deux principales considérations en matière d'emballage. Cela expliquerait la préférence des consommateurs pour le carton (à 86 %), en hausse par rapport aux 81 % de 2019, plutôt que pour le plastique. Le carton est un matériau d'emballage économiquement et écologiquement équilibré qui présente un taux de recyclage impressionnant de 82 %² et, puisqu'il provient de forêts gérées de manière durable, qui s'impose comme véritable leader de la circularité, et comme le matériau d'emballage le plus souhaitable aux yeux du consommateur.

L'étude montre également le niveau élevé de confiance accordé par les consommateurs aux producteurs de matériaux d'emballage et aux propriétaires de marques pour assurer l'avenir des solutions d'emballage circulaires. 92% des consommateurs européens estiment que cette responsabilité incombe aux fournisseurs d'emballages et aux propriétaires de marques, et seulement 8% au gouvernement. L'instauration d'un système de réutilisation obligatoire compromet la capacité des parties prenantes à innover pour parvenir à la circularité.

² Eurostat, EU27, 2020



PRO CARTON
PACKAGING FOR
A BETTER WORLD

Storm Communications

T: 020 7240 2444

E: procarton@stormcom.co.uk

Si nous voulons atteindre la circularité, il est essentiel que nous écoutions le consommateur. Les matériaux d'emballage à usage unique, étant donné leur préférence que leur accordent les consommateurs, joueront un rôle crucial parallèlement au système réutilisable. Complémentaire, non exclusif. La Commission européenne ferait bien de le reconnaître.

Fin