

Politique transversale de Lesieur pour le rPET

Initiée par Fleur de Colza, la présence de rPET dans tous les emballages Lesieur est programmée à hauteur de 20 % pour 2020 et 40 % en 2025. L'entreprise participe parallèlement à des travaux de recherche avec l'Ademe et Citeo.

Entretien avec Roberto Bellino*



Quels sont les différents matériaux d'emballage utilisés à ce jour par la société Lesieur ? Tous sont-ils recyclables ?

Roberto Bellino : Lesieur utilise principalement quatre matériaux d'emballage : le verre pour les huiles à goûts (Puget et Lesieur) – dont les huiles gourmandes Lesieur – et les pots de mayonnaise, le plastique PET pour les huiles de graines, les « squeeze » et les condiments, le plastique multicouche pour les tubes de mayonnaise, et le carton pour l'emballage secondaire. Tous sont recyclables, à l'exception du tube de mayonnaise multicouche, qui remplace depuis deux ans l'aluminium. Ce matériau permet d'assurer les mêmes capacités de conservation – barrière à l'air, fonctionnalité de l'emballage – que l'aluminium,

avec l'avantage d'un meilleur rendu. Le carton qui emballe le tube est bien sûr recyclable.

Combien de packagings portent des instructions de tri ? Celles-ci sont-elles lues et appliquées par les consommateurs ?

R. B. : Je m'efforce, avec le service réglementaire et marketing, d'intégrer des consignes sur tous les emballages, afin que toutes les étiquettes présentent le cartouche info tri (à jeter, à recycler). Sur le périmètre marque France, pour tout ce qui est sauces et condiments, 98 % des emballages ont

** Responsable du développement durable Lesieur*

l'info tri ; sur les huiles, on est autour des 95 %. Là où l'info tri ne figure pas sur l'étiquette, c'est lorsqu'il n'y a pas la place, comme par exemple sur des pots de tapenade, où la marque, la liste des ingrédients et les informations nutritionnelles laissent peu de place. Aussi bien, c'est sur les pages produits du site Internet que figure l'info tri.

La société Lesieur s'est fixé en 2015 comme objectif que tous les produits en emballage plastique – huiles, sauces et condiments – utilisent du rPET en 2020 : à ce jour, combien en utilisent, pour quel pourcentage et quelles marques ?

R. B. : Aujourd'hui, nous avons différents pourcentages de rPET en fonction des marques et des produits, et cela en raison de contraintes techniques. Par exemple, la bouteille d'Isio4 comme les squeezes de sauces de variété sont dans des plastiques transparents et contiennent 20 % de rPET quand Fleur de Coza en plastique vert est à 100 %. La teinte potentiellement bleu-vert du rPET – par rapport au PET vierge – peut avoir une influence sur le rendu final du produit. Sur des emballages opaques, notamment sur du vert, cette coloration ne se voit pas.

L'objectif est-il de l'augmenter à horizon plus lointain ?

R. B. : L'objectif est de lancer le programme pour 2020, avec pour objectif un minimum de 20 % de rPET dans tous les emballages. Conformément à l'initiative lancée par le gouvernement dans le cadre de la feuille de route économie circulaire, qui demande aux entreprises de prendre des engagements volontaires sur l'intégration de matières recyclées, Lesieur s'engage à doubler ses pourcentages de rPET en 2025, soit 40 %. Notre approche est transversale sur toutes les marques Lesieur.



Pourquoi la bouteille Fleur de Coza 1 litre a-t-elle atteint 100 % de rPET dès 2016, quand la société Lesieur compte également d'autres marques comme Lesieur, Isio 4, Puget, restées en-deçà de cet objectif ? Comment expliquer cette singularité ?

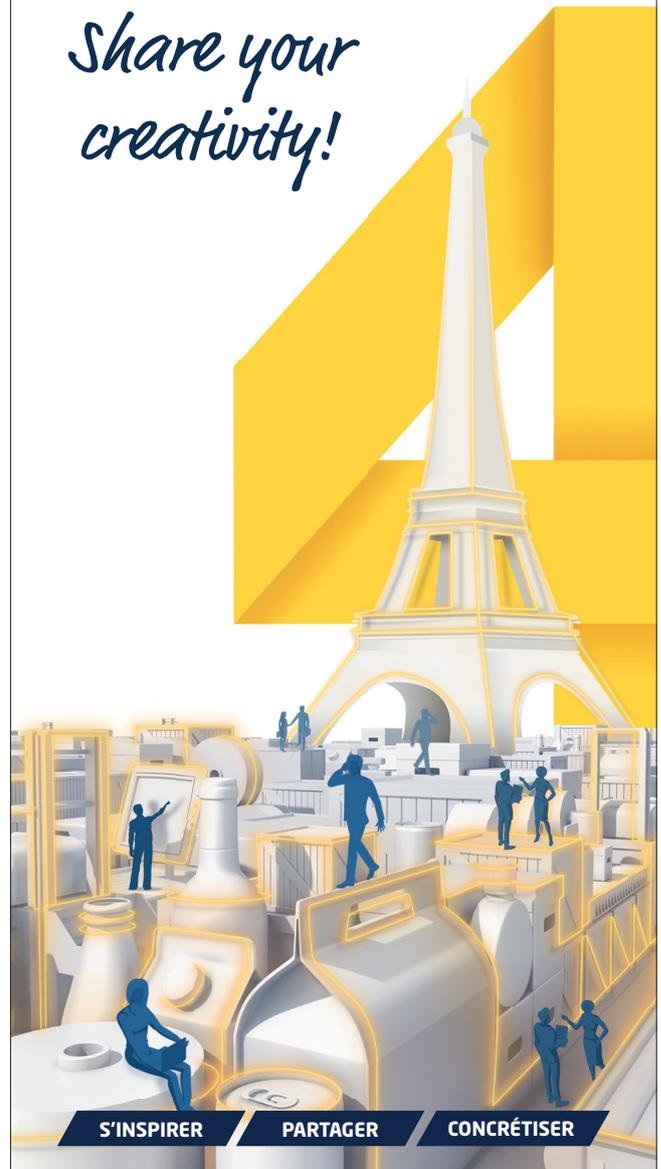
R. B. : Comme je l'ai mentionné précédemment, c'est en partie pour une raison de coloration. Mais le choix de la marque repose sur la volonté d'être conforme, cohérente sur le plan de l'emballage avec le discours de filière construit autour d'elle et qui la singularise en termes de RSE¹. La manière la plus directe d'éco-concevoir un emballage est d'y intégrer de la matière recyclée, parallèlement à son allègement.

all4pack^{*} Paris

THE MARKETPLACE FOR SUCCESS

PACKAGING PROCESSING PRINTING LOGISTICS

Share your
creativity!



26-29 NOV 2018
PARIS | FRANCE

Votre badge avec
le code
PPPA4PFRA
sur WWW.ALL4PACK.FR

(*) Le nouveau nom des salons EMBALLAGE & MANUTENTION

COMEXPOSIUM

#ALL4PACK



Les consommateurs en sont-ils conscients et témoignent-ils davantage de reconnaissance et de fidélité à la marque ?

R. B. : Lesieur a une approche globale qui fidélise les consommateurs. Ils n'achètent pas parce qu'il y a du rPET, mais parce que la marque est cohérente sur plusieurs axes qui les sensibilisent. C'est l'histoire globale qui les touche.

Le rPET a-t-il une incidence sur le prix de vente de la bouteille ?

R. B. : Non, il n'y a pas d'impact, car nous travaillons étroitement avec nos fournisseurs pour l'éviter.

Quels sont les objectifs sur le plan de la recyclabilité ? Les règles du Cotrep sont-elles contraignantes ?

R. B. : Sur le plan de la recyclabilité, nous n'avons pas à ce jour d'objectif public, mais nous intégrons les règles du Cotrep pour concevoir des emballages recyclables et bien connaître leur impact en fin de vie. Les règles ne sont pas contraignantes en soi, elles nous donnent des indices, des éléments pour identifier ce qui est compatible ou pas avec les procédés de recyclage actuels, en perpétuelle évolution.

Engagez-vous des travaux de recherche ?

R. B. : Nous menons des travaux de recherche sur deux axes,



correspondant à deux appels à projet publics. L'un vise à intégrer plus de rPET dans les emballages et fait suite à un appel à projet de l'Ademe. L'autre est issu d'un appel à projet lancé par Citeo sur le PET opaque. Nos bouteilles d'huiles de graines sont, à l'exception d'Isio 4, en PET opaque, qui a la particularité de comporter un opacifiant, le dioxyde de titane, qui rend le plastique moins recyclable : le PET opaque est plus cassant que le PET cristal, impliquant une moindre qualité du PET recyclé. Nous menons donc des travaux de recherche avec nos fournisseurs visant à remplacer cet opacifiant.

Réalisez-vous des tests de migration ?

R. B. : Oui, ils sont effectués par le service qualité en interne. Les emballages qui vont être mis sur le marché présentent des résultats de test favorables, c'est-à-dire qu'ils respectent les limites imposées par la réglementation, qui ont été établies de manière à protéger la santé du consommateur. Cela relève de la « compliance ».

Comment vous engagez-vous pour inciter les consommateurs à faire le bon geste de tri ?

R. B. : L'incitation provient principalement de l'inscription de l'info tri sur l'emballage et sur le site Internet. Dans le dernier rapport annuel de Citeo, il est signalé que 80 % des emballages en verre sont recyclés contre seulement 50 % des bouteilles en plastique. Nous travaillons en lien avec Citeo pour mieux sensibiliser les consommateurs.

Quel est l'avenir du verre recyclé chez Lesieur ?

R. B. : Les fournisseurs de Lesieur intègrent déjà du verre recyclé, en amont. Initialement, les recycleurs en intégraient uniquement dans le verre de couleur. Maintenant, grâce aux techniques de « démélange » (séparation des verres blanc et de couleur par un procédé de tri optique), le verre clair peut contenir également du verre recyclé. ■

1 - Cf. La Revue des marques, n° 102, page 30