

Casser le plafond de verre

Eco-emballages lance un plan de relance du recyclage et s'apprête à affronter la concurrence.

Entretien avec Aurélie Martzel *

À 67 %, le taux de recyclage des déchets d'emballages ménagers est-il perfectible ? Pourquoi stagne-t-il depuis trois ans ? Quel taux souhaitez-vous atteindre et comment faire pour briser le « plafond de verre » ? Quel est votre plan de relance ?

Aurélien Martzel : En 1992, le taux de recyclage des emballages était de 18 %. Nous sommes aujourd'hui à 67 %, le chemin parcouru est considérable. C'est un vrai succès, que l'on doit aux entreprises de la grande consommation et de la distribution. Elles sont 50 000 à s'être mutualisées au sein d'Eco-Emballages, qui ont investi sept milliards d'euros en vingt ans pour financer le tri et le recyclage. On le doit aussi aux collectivités territoriales et aux acteurs du recyclage, qui se mobilisent dans les territoires ; et bien sûr au consommateur qui chaque jour fait son geste de tri. Mais comme dans toute progression, les derniers points sont les plus difficiles à gagner. Le taux de recyclage stagne depuis quelques années et, pour casser le « plafond de verre », Eco-Emballages a lancé un plan de relance du recyclage, autour de deux grands axes d'amélioration : la collecte, notamment dans les villes – on recycle deux



fois moins en ville qu'à la campagne –, et le recyclage des emballages en plastique, qui stagne à 23 %.

Pour la collecte en ville, 110 collectivités ont été retenues dans le cadre de l'appel à candidatures lancé par Eco-Emballages, ce qui va permettre de mobiliser vingt millions de Français avec un budget de quarante millions d'euros. Parmi les lauréates, on compte Paris, Nanterre, Saint-Denis, Lyon, Marseille, Bordeaux, Nice, Montpellier, Strasbourg, Nancy, Nîmes, Bastia, Ajaccio, Toulouse, Le Havre, Pau, Saint-Étienne, Clermont-Ferrand, sans oublier de nombreuses

* Directrice de la communication et de la sensibilisation des publics, Eco-Emballages.

villes dans les DOM COM. Les projets vont permettre de développer la collecte en apport volontaire – un dispositif moins coûteux que le porte-à-porte –, la sensibilisation des habitants, et la collecte en centre-ville et en habitat collectif – où les performances sont les plus faibles aujourd’hui. Au total, un objectif de six kilos d’emballages ménagers recyclés en plus par an et par habitant, soit plus de 130 000 tonnes supplémentaires chaque année d’ici 2018. Sur l’axe du recyclage des emballages en plastique, 160 collectivités ont été sélectionnées dans le cadre de l’appel à candidatures, ce sont ainsi plus de quinze millions de Français qui pourront, fin 2016, trier tous leurs emballages, ce qui est une étape importante dans la simplification du geste de tri. Sur une année pleine, cette nouvelle phase d’extension devrait permettre de recycler environ 20 000 tonnes par an d’emballages ménagers en plastique supplémentaires. Préalablement à l’élargissement des consignes, les centres de tri retenus devront améliorer leurs équipements et leur organisation pour trier les films, automatiser le tri des différentes résines et adapter les conditions de travail des opérateurs. Pour cela, Eco-Emballages va les accompagner financièrement à travers des aides directes à l’investissement, et payer les collectivités pour chacune des nouvelles tonnes de plastiques triées et recyclées. L’ensemble de ces financements représente un budget de 45 millions d’euros d’ici fin 2016.

Pourquoi le plastique est-il le matériau le moins bien recyclé ?

A. M. : C’est un matériau complexe. Il y a sept résines plastiques différentes, nous savons recycler les bouteilles et les flacons faits de PET et de PEHD, mais pas les barquettes, pots de crème et pots de yaourt... Nous incitons et accompagnons les entreprises à éco-concevoir des produits pour qu’ils soient plus faciles à recycler. Des entreprises comme Herta, Bel, Elle&Vire, Albéa ou Kerméné ont été sélectionnées dans le cadre d’un appel à projets lancé par Eco-Emballages pour améliorer la recyclabilité de leurs emballages. L’enjeu est de préserver les propriétés de conservation de l’emballage, ce qui est sa fonction essentielle, tout en en simplifiant la composition pour mieux le recycler ensuite.



© Eco-Emballages/William Alix/Sipa Press

Le centre de tri et de valorisation énergétique de la CNIM Thiverval-Grignon.



Eco-Emballages a lancé en 2014 le premier Observatoire du geste de tri. Qu’a-t-il observé pour activer les bons leviers de sensibilisation et augmenter les performances de recyclage ?

A. M. : Nous avons mis à jour le fait que le point de tri, c’est-à-dire la poubelle, est très important, au même titre que l’information et la communication pour savoir ce qu’il faut trier. Le bac est-il propre, suffisamment grand, accessible ? Notre plan de relance propose donc de transformer les modes de collecte avec des équipements modernes, qui donnent envie de trier et facilitent le geste de tri. Il faut également répondre aux questions des habitants : « est-ce vraiment recyclé ? », « où vont mes déchets ? » ces doutes sur l’utilité du tri peuvent fragiliser le geste. Notre campagne #suivez-moi permet de répondre à toutes ces questions et a d’ailleurs reçu un accueil très positif du public, avec plus de cinq millions de vues de nos web-documentaires. Cette campagne s’est d’ailleurs vue décerner le 23 novembre dernier un prix Effie d’argent, en récompense de son efficacité !

Sur le plan européen, les nordistes sont-ils plus performants que les sudistes ? Est-ce une question de culture ?

A. M. : Oui, ils le sont, pour des raisons culturelles, car ils

sont plus proches de la nature, plus sensible à la notion de gaspillage et de protection de l'environnement. Ils sont pionniers dans ces pratiques et sont donc plus en avance que les pays du Sud.

En France, des zones du territoire sont-elles sous-performantes? Comment les conduire à l'être davantage?

A. M.: Des régions trient très bien, comme la Bretagne, le Maine-et-Loire ou l'Alsace (60 kg/hab.), quand d'autres – le Sud-Est, l'Île-de-France... – le font moins (40 kg/hab.). Là aussi, certaines régions sont pionnières, avec des élus engagés. Le maire, les élus de proximité jouent un rôle important pour mobiliser les habitants. Les marques aussi sont un relais clé d'information et de sensibilisation auprès des consommateurs. Aujourd'hui, sur 35 milliards d'emballages, un espace est consacré au tri et comporte une consigne explicite sur ce qui se trie et ce qui se jette. Ce message pédagogique et harmonisé simplifie le geste du tri. Eco-Emballages encourage cette démarche, avec un bonus de 8 % pour les entreprises qui affichent cette consigne sur leurs emballages.

Votre association avec la Fédération française des industries du jouet et de la puériculture peut-elle être déclinée avec d'autres fédérations?

A. M.: Oui, nous travaillons avec de nombreuses fédérations, comme l'Alliance 7, avec laquelle nous avons édité un guide d'éco-conception; l'Ania, pour sensibiliser ses adhérents au



Consignes de tri au dos d'un emballage

tri et au recyclage; mais aussi la CSEM ou encore la FEBEA. Nous développons également des partenariats avec les entreprises telles que Henkel (Le Chat), Nespresso, Bel, Materne, McDonald's, Monoprix... sur des campagnes de sensibilisation au tri, des projets de collecte des emballages ou d'éco-conception.

Quelles actions, autres que le tri, menez-vous avec les collectivités territoriales sur le plan du développement durable et de la sensibilisation au réchauffement climatique?

A. M.: On agit sur la propreté, car le geste propre appelle le geste de tri et réciproquement. Quelqu'un qui trie ne jette pas ses papiers par terre et l'inverse est vrai! C'est pourquoi nous avons par exemple un partenariat avec Vacances Propres pour développer le geste propre sur les sites naturels et les lieux de villégiature.

En quoi le recyclage des emballages contribue-t-il à lutter contre le changement climatique?

A. M.: Ce petit geste de trois secondes, multiplié par soixante-cinq millions de Français, 365 jours par an, permet de recycler trois millions de tonnes chaque année et évite ainsi deux millions de tonnes de gaz à effet de serre, soit l'équivalent d'un million de voitures en moins chaque année sur les routes.

La lutte contre le réchauffement climatique ne s'arrêtant pas au soir du 11 décembre, jour de clôture de la Cop 21, la campagne pédagogique que vous avez diffusée du 7 au 21 octobre dernier est-elle appelée à être renouvelée? M. Papillon va-t-il de nouveau prendre la parole?

A. M.: M. Papillon revient à la télévision le 7 décembre pour faire la promotion de la consigne de tri sur l'emballage et sur le mobile via l'application du guide du tri. Cette application permet de géolocaliser les consignes de tri et donc de savoir si on se trouve dans une collectivité concernée par le recyclage de tous les emballages en plastique. Aujourd'hui, 3,7 millions de Français peuvent trier tous les plastiques, l'année prochaine dix millions de plus le feront.

À compter de janvier 2017, Eco-Emballages perd son monopole. L'émergence de nouveaux acteurs peut-elle être bénéfique?

A. M.: Nous avons un monopole de fait, faute de concurrents, excepté Adelphi, depuis filialisé. Nous accueillons favorablement l'arrivée des nouveaux acteurs, car la comparaison est toujours nécessaire pour distinguer les singularités, les spécificités. Le challenge est bénéfique, stimulant pour innover. Il faut cependant que la concurrence ne vienne pas déstabiliser, détruire de la valeur. Il faut s'assurer que le cadre fixé par l'État assure l'équité et l'équilibre financier. ■

