

TerraCycle, créateur d'une nouvelle filière de recyclage



Du mégot de cigarette au chewing-gum ou autre capsule de café, la société TerraCycle, fondée en 2001, s'est spécialisée dans le recyclage de déchets non acceptés par les filières de tri conventionnelles. Avec une dimension solidaire qui associe entreprises et citoyens.

En France, seulement 22 % des déchets plastiques sont recyclés¹. Plusieurs raisons peuvent expliquer ce faible pourcentage : en premier lieu, le geste de tri n'est pas toujours automatique, surtout dans les grandes villes. D'autre part, les consommateurs ne sont pas nécessairement au fait de ce qu'ils peuvent recycler à cause d'un étiquetage difficile à décrypter et d'un système de tri qui diffère selon les territoires. De nombreux déchets potentiellement recyclables ne parviennent donc malheureusement pas jusqu'aux filières de tri. Par ailleurs, certains déchets ne peuvent simplement pas être recyclés, car leur forme ou composition les rend trop coûteux à traiter.

Une très grande partie des déchets que nous produisons finissent donc malheureusement incinérés ou enfouis, ce qui n'est bien sûr pas sans impact sur l'environnement.

Quelles filières pour recycler davantage ?

Que faire pour recycler davantage, en complément des filières de tri ? C'est la complexe question à laquelle s'attache à répondre TerraCycle, qui s'est spécialisé dans le recyclage de

¹ - Selon une étude de l'association Plastics Europe.

* Directrice générale de TerraCycle Europe

déchets non acceptés par les filières de tri conventionnelles. Fondée en 2001 par l'entrepreneur Tom Szaky dans les sous-sols de l'université de Princeton alors qu'il était encore étudiant, la société s'est donnée pour mission « *d'éliminer la notion de déchet* ». Devenue aujourd'hui leader dans son secteur, TerraCycle collecte plusieurs milliards de déchets chaque année dans les 21 pays où elle est présente. Mégots de cigarettes, chewing-gums, gourdes de compote ou capsules de café, TerraCycle dispose d'une solution pour pratiquement tous les flux de déchets difficilement recyclables. Pour rendre l'équation possible et recycler le non recyclable tout en étant économiquement viable, TerraCycle s'associe avec des entreprises soucieuses de leur impact sur l'environnement, en proposant des programmes de recyclage nationaux sponsorisés par ces dernières. Entièrement gratuits, ces programmes ont de plus une dimension solidaire, puisqu'ils permettent aux personnes qui y prennent part de rassembler des dons pour l'association ou l'école de leur choix. Mais ils ont également une visée éducative avec un objectif : changer le regard des citoyens sur les déchets, afin qu'ils les considèrent comme une ressource, et que le geste de tri devienne automatique. Il est important de comprendre que tout ce que nous jetons peut avoir une seconde vie !

Des capsules de café aux stylos

En France, TerraCycle offre actuellement une quinzaine de programmes de recyclage. Au nombre desquels, par exemple, un partenariat noué avec la marque Tassimo pour recycler les capsules de café, avec la marque St Michel pour collecter les emballages de biscuits, avec la marque Febze pour les désodorisants et produits d'entretien ménager ou encore avec Materne pour les gourdes de compote. Tous les déchets collectés via ces programmes sont recyclés. Ils peuvent être transformés en matière recyclée, qui sera incorporée dans la fabrication d'objets d'usage courant, ou servir à fabriquer un objet spécifique si les marques le souhaitent. TerraCycle travaille par exemple avec Bic pour recycler stylos et instruments d'écriture, qui connaissent une deuxième vie en entrant dans la fabrication de mobilier d'extérieur de la gamme Ubicuity (cf. article page 34). Il est

également possible de réintégrer certains déchets collectés dans la fabrication d'emballages : nous avons ainsi établi un partenariat avec Procter & Gamble, pour créer une bouteille de shampoing Head & Shoulders à partir de plastiques ramassés sur les plages du monde entier, à l'aide de plusieurs centaines d'ONG.

Si la plupart de ces programmes sont ouverts à tous et permettent aux participants de collecter depuis chez eux – ou tout autre lieu de leur choix –, certaines marques préfèrent collecter directement en magasin, comme par exemple L'Occitane en Provence, avec qui TerraCycle s'est associé pour recycler les produits de beauté commercialisés par la marque. Nous prenons donc en compte les spécificités de chaque marque et travaillons ensemble pour proposer la solution la mieux adaptée à leurs consommateurs. Cette année, trois nouveaux programmes ont été lancés : un programme de recyclage d'emballages de pains spéciaux et viennoiseries, en partenariat avec Harrys, et un programme avec Nescafé Dolce Gusto pour collecter les capsules de café de la marque. Nous nous sommes de plus associés à la marque d'adhésifs UHU, pour permettre aux écoliers de recycler leur emblématique tube de colle jaune et noir.

Un système de collecte nationale à grande échelle

Pour créer ces filières de tri, TerraCycle a besoin de l'engagement des citoyens, qui repose sur la mise en place d'un système de collecte efficace à grande échelle. Un tel système est essentiel à la mise en œuvre de nouvelles filières de recyclage. En France, on estime que plus de quatre millions de personnes participent actuellement à une collecte de déchets avec TerraCycle. Nous sommes parvenus à mobiliser un ensemble de citoyens qui s'engagent pour l'environnement et collectent des milliers de déchets chaque année. Notre système de collecte est simple et accessible à tous : chacun peut s'inscrire à un programme gratuit, rassembler ses déchets dans n'importe quel carton, puis nous les faire parvenir gratuitement.

La dimension solidaire du programme constitue de plus une incitation à recycler davantage. Pour tout déchet envoyé à TerraCycle, les collecteurs reçoivent en effet un ou plusieurs points convertibles en dons pour l'association ou l'école de leur choix. Les participants aux programmes de TerraCycle, qu'ils soient écoliers, enseignants, simples particuliers, associations, magasins ou encore entreprises, deviennent donc nos meilleurs ambassadeurs et se chargent de sensibiliser leur entourage

Pas loin de 85 millions de déchets ont été collectés en France via TerraCycle, permettant de reverser plus de 750 000 euros à des associations et établissements scolaires.



Quelques exemples de produits fabriqués à partir de déchets recyclés par TerraCycle

aux problématiques liées au recyclage, les encourageant à recycler toujours plus. Nos programmes ont également une dimension pédagogique : nous travaillons avec plusieurs milliers d'écoles en France, notamment via les programmes de recyclage des instruments d'écriture ou des gourdes de compote, très populaires parmi les écoliers. Cette initiative leur enseigne dès leur plus jeune âge l'importance du geste de recyclage. Il est pour nous essentiel de sensibiliser les enfants, qui seront les citoyens de demain ! À ce jour, pas loin de 85 millions de déchets ont été collectés en France, permettant de reverser plus de 750 000 euros à des associations et établissements scolaires.

Un circuit de recyclage innovant

Après la collecte, le processus de recyclage constitue bien sûr une étape clé. De par la nature des déchets que nous collectons, notre circuit de recyclage diffère de celui des filières de tri conventionnelles. TerraCycle dispose d'une équipe recherche et développement en interne – composée d'ingénieurs experts dans la revalorisation des déchets –, qui se penche sur les emballages que nos partenaires souhaitent rendre recyclables. Une fois les procédés de traitement définis, nous identifions des partenaires pour mettre en œuvre un circuit de recyclage. Si elles sont importantes, les quantités de déchets que nous recevons sont cependant relativement minimales par rapport à celles que collectent les services municipaux. Tout processus de recyclage nécessite de faire tourner de grosses machines industrielles, qu'il faut paramétrer spécialement pour chaque flux de déchets. Cette étape peut prendre jusqu'à une journée !

Il est donc techniquement compliqué de transformer des quantités de déchets limitées, et il faut attendre d'avoir les volumes suffisants pour lancer le processus de recyclage. Avant de recycler les déchets, il faut alors les stocker. Tous les colis expédiés par les collecteurs sont envoyés dans les entrepôts de notre partenaire Suez, qui a acquis 30 % des parts de TerraCycle en 2016 et aménagé un ensemble d'infrastructures pour trier et stocker les déchets collectés. Une fois les volumes nécessaires réunis, les déchets sont envoyés vers un ou plusieurs partenaires pour être recyclés. La matière obtenue sert ensuite à fabriquer de nouveaux objets, tels que du mobilier d'extérieur, ou bien des objets spécifiques, selon les souhaits des marques qui travaillent avec nous.

Quelle valeur ajoutée pour les marques ?

Pour développer et faire vivre ces filières, nous avons besoin du soutien des marques. C'est grâce à elles que nous pouvons proposer des programmes de recyclage, afin que les consommateurs désireux de faire un geste pour la planète puissent collecter de plus larges catégories de déchets. En France, TerraCycle aimerait nouer des partenariats avec des marques pour recycler les emballages de cosmétiques et produits de beauté ou emballages alimentaires de produits laitiers, pâtes ou riz, ou encore paquets de chips ou confiseries, afin de mettre en œuvre une solution de recyclage nationale pour ces flux de déchets. Prendre part à l'aventure du recyclage peut de plus constituer une véritable valeur ajoutée pour les marques, qui de cette façon se distinguent auprès de leurs consommateurs. Ces derniers, de plus en plus sensibilisés à l'impact des déchets sur l'environnement, souhaitent agir en citoyens responsables, et deviennent très attentifs à leurs comportements d'achat. Ils accordent ainsi leur confiance aux marques qui s'engagent pour la planète et offrent une solution de recyclage pour les produits qu'elles mettent sur le marché. Le lancement d'un programme de recyclage national peut véritablement changer la façon dont les consommateurs perçoivent les marques, et leur donner une vraie visibilité dans les médias. Nous pouvons de plus créer une histoire forte autour de nos marques partenaires, grâce à des événements ciblés pour les consommateurs, centrés sur le recyclage et le développement durable. Aujourd'hui, nous souhaitons nous inscrire en tant qu'acteur du changement, et accompagner un large nombre de marques dans leur transition vers une logique d'économie circulaire, tout en sensibilisant les citoyens à l'importance du recyclage. ■