

# La chasse aux derniers emballages non recyclables est lancée

Il ne reste que quelques mois à l'industrie pour respecter sa promesse : ne plus mettre d'emballages non recyclables sur le marché d'ici fin 2025. Pour accélérer le mouvement, les pénalités financières pour les emballages perturbateurs ne cessent d'augmenter.

JEAN-FRANÇOIS MUNSTER

C'est un engagement ferme des grands distributeurs et de l'industrie des produits de grande consommation. D'ici la fin 2025, il n'y aura plus que des emballages recyclables ou réutilisables sur le marché. Les autres devront avoir disparu des assortiments. Fidèle à son rôle de leader en matière de recyclage, la Belgique veut ainsi prendre une longueur d'avance sur la législation européenne qui n'imposera 100 % d'emballages recyclables qu'en 2030.

Un an et demi avant l'échéance, où en est-on ? Plus très loin, à en croire les chiffres de Fost Plus, l'organisme émanant de l'industrie, en charge de la gestion des déchets d'emballages ménagers. En 2022, on était à 98 %. A titre de comparaison, ce chiffre était de 82,6 % en 2018. Reste que les derniers pourcents sont parfois les plus difficiles à arracher... « Nous sommes en bonne voie pour atteindre cet objectif », rassure Lieven Capon, directeur de programme pour les emballages durables chez Fost Plus. « Des projets sont en cours pour remplacer les derniers emballages qui posent problème. Ils devraient aboutir dans le courant de 2025. Si ce n'est pas en 2025, ce sera 2026. »

## Des emballages perturbateurs

Quels sont ces emballages dits « perturbateurs », qui sont non seulement non recyclables, mais perturbent aussi le tri ? On retrouve dans la liste essentiellement des produits multimatériaux, mélangeant plastique et carton (gobelets...) ou plastique et aluminium (petites gourdes de compote, sachets

de café, sachets de jus de fruit, nourriture pour animaux...). Au bout du processus de tri, ils finissent soit dans les plastiques, soit dans l'aluminium, soit dans le carton, mais les recycleurs n'en veulent pas, car le produit n'est pas pur.

Les emballages plastiques de couleur noire (barquettes...) font aussi partie de cette catégorie : les séparateurs optiques utilisés dans les centres de tri sont incapables de les reconnaître. Ils finissent donc dans les résidus, et au final, dans l'incinérateur. Il y a enfin les plastiques biodégradables (à ne pas confondre avec les bioplastiques) : ils ne sont acceptés ni dans les sacs PMC, car ils ne sont pas reconnus comme du plastique, ni – la plupart du temps – dans les sacs de déchets organiques.

## La carte de « l'écomodulation »

Pour accélérer le mouvement et pousser les marques à changer leurs derniers emballages non recyclables, les Régions – via la Commission interrégionale de l'emballage – ont choisi de frapper là où ça fait mal : au portefeuille. Elles ont joué la carte de « l'écomodulation », qui permet de pénaliser financièrement les emballages non recyclables. Explications.

Dans le système Fost Plus, chaque marque paie une redevance – appelée « point vert » – en fonction de la quantité et du type d'emballage qu'elle met sur le marché. Cet argent sert à financer le système de collecte, de tri et de recyclage des déchets d'emballage. Le tarif est calculé sur base du coût de la collecte et du tri du matériau (plastique, carton, alu...), mais aussi de la valeur de revente de celui-ci aux recycleurs. Certains flux se revendent très



bien. Les recettes permettent de diminuer le prix du point vert. A l'inverse, d'autres ont une valeur négative. Il faut payer les recycleurs pour qu'ils les traitent. Cela alourdit la facture.

Au final, ce sont les emballages en aluminium (22,4 euros la tonne) et en acier (59,1 euros) qui coûtent le moins cher aux marques, parce que le métal se recycle facilement et se revend bien. Le PET transparent (64,6 euros) est aussi relativement bon marché, tout comme le verre (68,7 euros). A l'inverse, le point vert pour les films plastiques est très élevé (1.382 euros la tonne), parce que leur valeur sur le marché du recyclage est pour l'instant négative et que la filière de tri est récente.

## Un tarif dissuasif

Les emballages non recyclables et perturbateurs se voient, eux, imposer un tarif particulièrement dissuasif, équivalant à plus du double du tarif point vert le plus élevé (film plastique) : 4.000 euros la tonne. « Ce tarif a systématiquement augmenté ces der-

nières années », relève Lieven Capon. « Il y a cinq ans, on était à 1.000 euros. En 2019, le surcoût pour un emballage non recyclable était de 20 %. Aujourd'hui, c'est le double. » Dans un contexte de marché hautement concurrentiel, il y a de quoi faire réfléchir les marques...

Cette politique du bâton porte ses fruits. En 2019, il y avait encore 20.000 tonnes d'emballages non recyclables par an. « Fin 2023, on était à 9.000 tonnes et actuellement, on est presque à 5.000 tonnes explique Wim Geens, directeur général de Fost Plus.

Pour certains emballages, le problème de la non-recyclabilité peut être rapidement résolu. Pour d'autres, cela peut prendre beaucoup de temps. Il faut faire de la recherche, effectuer des tests, puis investir pour adapter les lignes de production, écouler les stocks d'emballages anciens... « Dans la plupart des dossiers problématiques, la période de recherche/test – la plus longue – est derrière nous et on entre dans la phase de mise en place », explique Lieven Capon. Il prend pour

**chez Colruyt** En 2023, près de 2.000 tonnes d'emballages ont été rendus recyclables

J.-F.M.

Les marques nationales ne sont pas les seules à devoir modifier leurs emballages en vue de les rendre plus durables. Cette tâche revient aussi aux distributeurs, qui sont responsables pour leurs marques propres et les produits importés (bouteilles de vin...) vendus dans leurs rayons. Chez Colruyt, on prépare depuis de nombreuses années la disparition des emballages non recyclables dans l'assortiment des marques Everyday et Boni. « Seul 0,6 % de notre volume d'emballage posait encore problème en 2023 », explique Nelle Thyssen, experte en emballage durable. « Rien qu'en 2023, nous avons amélioré le design de 1.990 tonnes d'emballages pour qu'ils

soient mieux recyclables. »

Contrairement aux marques nationales qui ont toutes les cartes en main pour agir, les distributeurs ne produisent pas eux-mêmes et doivent donc convaincre leurs sous-traitants de changer. « En général, ça se passe bien », explique Sara Stas, *project manager* pour les emballages des marques propres. « Ce sont des fournisseurs avec qui nous entretenons des relations long terme. Quand on les interpelle, bien souvent ils viennent avec leurs propres alternatives. C'est parfois plus compliqué lorsque nous ne sommes que le petit client d'un grand groupe international. Il n'a pas toujours envie de changer juste pour nous. »

Parmi les avancées engrangées par Colruyt ces dernières années, citons : la

**0,6 %**

seulement du volume d'emballage chez Colruyt posait encore problème en 2023, explique Nelle Thyssen, experte en emballage durable.

suppression des bouteilles en PET bleu et vert au profit d'un PET incolore, afin de faciliter le recyclage en boucle (de bouteille à bouteille) ; le remplacement des emballages combinant plastique et aluminium pour sauces et aliments pour animaux par des emballages monomatériaux (plastique) ; l'abandon du noir de carbone pour les barquettes de viande (lire par ailleurs).

## Mieux vaut la réduction

Le distributeur a aussi remplacé le plastique de ses bouteilles de lait (HDPE) par du PET opaque, car cette matière offre plus de circularité. Le PET est en effet le seul plastique recyclé autorisé pour le contact avec les aliments. Cette modification s'inscrit dans la volonté de Colruyt d'augmenter la

part des matériaux durables (matériaux recyclés, mais aussi biosourcés, certifiés FSC...) dans la composition de ses emballages.

Même recyclable, l'emballage constitue toujours un coût environnemental. Mieux vaut pas d'emballage du tout. C'est pourquoi les efforts des distributeurs portent aussi sur la réduction. Chez Colruyt, le couvercle des barquettes de noix ou de fromages a été supprimé au profit d'un simple film plastique. Economie : 68 tonnes de plastique par an. L'épaisseur du film autour des fromages prédecoupés a aussi été réduite. Economie : 29 tonnes. D'autres projets sont à l'étude. Tout bénéfique pour l'environnement, mais aussi pour le distributeur puisque sa facture point vert diminue.