



RÉUTILISER - SEULE ISSUE À LA CRISE DU JETABLE

**Offre et demande de systèmes à plusieurs usages
dans le commerce de détail en Suisse**

GREENPEACE

IMPRESSUM

RÉUTILISER - SEULE ISSUE
À LA CRISE DU JETABLE

Auteur : Philipp Rohrer
Octobre 2019

Images : Page 1 : © Isabelle Rose Povey / Greenpeace ; Page 5 : © Marco Garcia / Greenpeace ; Page 7 : © Greenpeace / Miriam Künzli ; Page 8 : © Biel Calderon / Greenpeace ; Page 9/10 : © Isabelle Rose Povey / Greenpeace ; Page 11/14/15: © Greenpeace ; Page 17 : © Peter Caton / Greenpeace ; Page 18 : © Dennis Reher / Greenpeace ; Page 19 : © Fred Dott / Greenpeace ; Page 20 : © Lorenzo Moscia / Greenpeace ; Page 21 : © Dennis Reher / Greenpeace ; Page 22 : © Argelia Zacatzi / Greenpeace ; Page 23 : © Peter Caton / Greenpeace ; © Mitja Kobal / Greenpeace ; Page 24 : © Patrick Cho / Greenpeace ; Page 25 : © Pedro Armestre / Greenpeace ; Page 26 : © Mitja Kobal / Greenpeace ; Page 30 : © Francesco Alesi / Greenpeace

Greenpeace Suisse

Badenerstrasse 171
Case postale
CH-8036 Zurich

suisse@greenpeace.org
www.greenpeace.ch/reutilisation

Greenpeace finance son travail de défense de l'environnement uniquement par des dons de personnes physiques et de fondations.

Compte pour les dons: CCP 80-6222-8

TABLE DES MATIÈRES

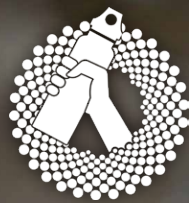
Résumé	4
Introduction	5
Plastique à usage unique - la situation sur toute la planète et en Suisse	6
Le commerce de détail n'est pas transparent	7
Réutilisation et consignes n'étaient-elles pas des solutions ?	7
Mauvaises solutions	8
Réutiliser pour sortir de la crise du plastique	10
Exigences à l'égard des systèmes de circulation	10
A quoi la population suisse est-elle prête - résultats du sondage représentatif	12
Disposition à acheter	12
Groupes de produits	13
Ce que propose le commerce de détail - résultats du sondage des détaillants	16
Bouteilles consignées pour les boissons (bière, eau minérale, boissons sucrées)	16
Bocaux consignés pour produits laitiers	16
Vente à la coupe de viande, de poisson et de fromage en contenants réutilisables.	17
Vente de fruits secs, de flocons de céréales etc. en contenants réutilisables	17
Vente en vrac de produits cosmétiques	18
Sachets réutilisables pour les fruits et légumes	18
Contenants réutilisables pour les plats à l'emporter	18
Autres systèmes de circulation	18
Développement à venir	19
Conclusion	21
Revendications	23
Commerce de détail et entreprises de biens de consommation	23
Politique	24
Population	24
Annexe et Sources	25
Annexe 1 - Disposition à acheter	26
Annexe 2 - Questionnaire commerce de détail	27
Sources	28

RÉSUMÉ

La grande majorité de la population suisse est prête à acheter des aliments et des biens de consommation dans des contenants réutilisables, et de contribuer ainsi à lutter contre les emballages à usage unique et à leurs effets nocifs sur l'environnement. Un sondage a montré que 95% des personnes questionnées se sont déclarées prêtes à acheter des produits dans des contenants réutilisables. Les fruits et légumes dans des sachets réutilisables (92%), les fruits secs, flocons de céréales etc. en vrac (75%) et les boissons en bouteilles consignées (73%) sont les produits que les gens sont le plus prêts à acheter dans des contenants réutilisables.

Une étude chez Migros, Coop, Volg, Aldi et Lidl a toutefois montré que les systèmes de circulations sont marginalisés dans la grande distribution en Suisse. Il est toutefois possible d'acheter et/ou utiliser des sachets réutilisables pour les fruits et légumes dans tous les commerces de vente au détail. Coop est par contre le seul grand détaillant à proposer la vente en vrac de fruits secs. L'offre est encore plus maigre dans le domaine des boissons. Les rares boissons vendues en bouteilles consignées sont de la bière (Coop) ou de la bière et du cidre (Volg). Toutes les autres boissons ne sont proposées qu'en bouteilles à usage unique en verre, en PET ou en canettes alu.

Greenpeace appelle les acteurs de la grande distribution à étendre de façon substantielle leur assortiment de produits dans des emballages réutilisables. Des systèmes qui ont fait leurs preuves (bouteilles consignées) ou des solutions innovantes sont nécessaires pour rendre des systèmes de circulation largement accessibles. C'est au monde politique de promouvoir des systèmes de circulation. Les consommateurs et les consommatrices peuvent aussi contribuer à la percée de systèmes de contenants réutilisables en demandant leur introduction auprès de leurs détaillants habituels.



LA CRISE GLOBALE DU PLASTIQUE ET SES SOLUTIONS

INTRODUCTION

En 2018, environ 359 millions de tonnes de plastiques ont été fabriquées dans le monde¹. Un peu plus d'un tiers de la production totale de matières plastiques est utilisée pour des emballages ; ceux-ci sont généralement jetés après un seul usage². La Suisse génère une bien plus grande montagne de déchets plastiques que ses voisins - chaque habitant génère environ 100 kilos de déchets plastiques par année. C'est près du triple de la moyenne européenne³.

En Suisse, la plus grande partie des déchets plastiques est « valorisée thermiquement » (incinérée en UIOM) et seulement un quart recyclé en tant que tel⁴. Le plastique a beau être pratique, il n'en constitue pas moins un problème notable pour l'environnement durant tout son cycle de vie. De grandes quantités de CO₂ sont émises lors de l'extraction des matières premières, de la fabrication et de l'élimination du plastique ; cela aggrave encore davantage la crise climatique. La fabrication de produits issus de la pétrochimie est le secteur dans lequel la consommation de ressources augmente le plus fortement⁵ - le plastique en fait partie. Pour ces prochaines années, l'industrie des plastiques prévoit un doublement de la production et même un quadruplement d'ici 2050⁶. Cette énorme montagne de plastique constitue une menace croissante contre le but commun de maintenir l'augmentation de la température moyenne en dessous de 1.5°C⁷.

Chaque année, environ 8 millions de tonnes de plastique finissent dans les océans, c'est presque un chargement de camion par minute. S'il n'y a pas de mesures contraires, en 2050, le poids du plastique dans les océans sera supérieur à celui des poissons⁸. Mais en Suisse aussi, plus de 5'000 tonnes de plastique sont déversées dans l'environnement - le littering est une des principales sources de macroplastique dans les sols et les eaux⁹. Des études scientifiques ont aussi trouvé du microplastique en de nombreux endroits, entre autres dans les lacs et les rivières, dans des zones alluviales protégées¹⁰ et même dans la neige tombée sur les Alpes¹¹. Les effets directs du plastique p. ex. sur les animaux marins suscitent une certaine attention de la part du public grâce à des comptes rendus réguliers. Les conséquences sur la santé humaine sont nettement moins thématiques. Les matières synthétiques nécessitent des additifs chimiques pour obtenir les caractéristiques souhaitées en termes de stabilité, de flexibilité et d'aspect. Ces additifs peuvent avoir des compositions chimiques qui provoquent des cancers ou perturbent le système hormonal ; c'est ce que font les phtalates¹².

Le plastique est partout. Il est grand temps d'inverser la tendance et de réduire la consommation de plastique.



Le commerce de détail n'est pas transparent

On ne connaît pas les quantités de plastique et d'emballages à usage unique utilisés dans le commerce de détail en Suisse. Le rapport « Optimisation écologique du gaspillage » de Greenpeace Suisse a montré que le commerce de détail en Suisse refuse de donner des informations sur son empreinte en matière de plastique et d'emballages, et n'a pas non plus l'intention de le faire à l'avenir. Ce manque de transparence fait qu'il n'est pas possible d'évaluer la pertinence et l'effet des mesures décrites par le commerce de détail pour réduire la consommation de plastique¹³.

Réutilisation et consignes n'étaient-elles pas des solutions ?

Les contenants réutilisables et la vente en vrac faisaient partie du quotidien avant l'utilisation massive de plastique comme matériel d'emballage dans le domaine alimentaire. Les marchés hebdomadaires, la tournée du laitier et les magasins de quartier fournissaient les articles nécessaires au quotidien. Les emballages jetables se sont progressivement imposés durant la seconde moitié du 20^e siècle. En 1978, Coca-Cola a marqué le début d'une nouvelle ère en remplaçant sa bouteille culte en verre par du PET¹⁴. Les bouteilles consignées et d'autres systèmes de réutilisation ont progressivement disparu des étagères. A la fin des années 1980, le Conseil fédéral a beau avoir soutenu des mesures pour conserver les bouteilles consignées : « Il faut donc faire en sorte en premier lieu grâce à des mesures et à des prescriptions que la part des boissons vendues en emballages consignés continue d'être aussi élevée que possible »¹⁵. Mais cela n'a pas suffi à empêcher la victoire des bouteilles en PET et d'autres emballages à usage unique.

Les emballages perdus sont devenus la norme. Ils sont généralement en plastique, mais aussi en alu et en verre.

Mauvaises solutions

Ces dernières années, les pressions de leur clientèle et du public ont fait que de nombreux fabricants d'aliments et de détaillants ont réalisé qu'ils ne peuvent pas continuer à faire des affaires comme par le passé¹⁶. Cette branche cherche à sortir de la crise du plastique et se focalise ce faisant souvent sur d'autres matières comme le papier, sur du « bioplastique », sur la recyclabilité des emballages ou sur le recyclage du plastique par des procédés chimiques. Migros a par exemple annoncé vouloir optimiser 6000 tonnes de matériel d'emballage d'un point de vue écologique d'ici 2020¹⁷. Lidl Suisse veut qu'à l'avenir, tous ses emballages synthétiques soient recyclables¹⁸.



Les analyses du cycle de vie permettent de déterminer quel matériel d'emballage a le moins d'effets sur l'environnement. Ces analyses sont à prendre avec précaution, car leurs résultats dépendent très fortement des hypothèses de départ et des informations disponibles (voir encadré *Analyses du cycle de vie*).

ANALYSES DU CYCLE DE VIE

De nombreuses entreprises affirment que les analyses du cycle de vie montrent que le plastique est la solution la plus écologique pour tout type d'emballage. Les bilans écologiques sont des aides à la décision qui permettent de comparer différents effets écologiques ou sociaux liés à toutes les phases du cycle de vie du produit, depuis l'obtention de la matière première jusqu'à la fin de la durée de vie en passant par la fabrication, la distribution et l'utilisation. Ils offrent souvent des éclairages intéressants, mais très sélectifs en fonction de l'hypothèse de départ et des données utilisées ou disponibles. Certains écobilans considèrent que le plastique est l'option la plus écologique, mais excluent souvent des éléments importants du cycle de vie du plastique, comme l'extraction des matières premières, la production, l'émission de produits chimiques dangereux, l'élimination à la fin du cycle de vie et la pollution des mers. Une étude danoise récente affirme ainsi que des sacs en plastique LDPE (Low-density polyethylene : polyéthylène basse densité) légers ont un effet environnemental moindre que le papier, le coton et d'autres matériaux considérés. Cette étude porte toutefois sur des usages uniques en ne tenant pas compte des avantages de la réutilisation de matériaux à plus longue durée de vie. Elle considère aussi de façon parfaitement irréaliste qu'il n'y a pas de déchets de fabrication et qu'aucun sachet n'échappe aux systèmes de recyclage et de gestion des déchets pour finir dans l'environnement¹⁹.



Il est bien sûr réjouissant que le commerce de détail réfléchisse à la réduction de son empreinte plastique. Mais une nouvelle étude Greenpeace montre clairement que beaucoup de stratégies de réduction ne font que déplacer le problème et ne contribuent en rien à se détourner de la culture du jetable²⁰ :

- L'utilisation accrue de **papier et de carton** peut avoir des effets dramatiques sur nos forêts. Notre planète n'a tout simplement pas assez de ressources pour satisfaire la demande supplémentaire d'emballages à usage unique basés sur de la cellulose.
- L'industrie des emballages présente le « **bioplastique** » ou **les matières synthétiques biologiquement dégradables resp. compostables** comme des alternatives écologiques au plastique conventionnel. Ce n'est généralement que de la poudre aux yeux. La plus grande partie des bioplastiques sont constitués de plantes cultivées qui sont en concurrence avec des plantes alimentaires, ce qui menace la sécurité alimentaire, accélère le changement de l'utilisation des sols et augmente les émissions de l'agriculture. Les matières synthétiques compostables ont été développées pour se décomposer entièrement dans certaines conditions. Mais ces conditions idéales ne se trouvent souvent même pas dans des compostières industrielles, et encore moins sur le compost domestique. Ces emballages finissent en fin de compte quand même souvent à l'incinération.
- **La crise du plastique ne se laisse pas non plus simplement recycler.** Plus de 90% du plastique produit jusqu'à aujourd'hui n'a pas été recyclé. La nouvelle technique dite de recyclage chimique n'est d'aucun secours. Ces systèmes n'ont pas fait leurs preuves au niveau industriel. L'utilisation de ressources et les émissions sont très élevées.
- Une des solutions les plus efficaces consiste à passer à des systèmes à plusieurs utilisations pour faire face au problème des emballages jetables. Ils comportent des avantages économiques, écologiques et sociaux concrets. Ceux-ci dépassent les avantages d'autres solutions comme l'optimisation, l'amélioration de la recyclabilité ou l'augmentation du taux de recyclage²¹.



Réutiliser pour sortir de la crise du plastique

Les systèmes d'emballages de circulation ou réutilisables contribuent à réduire les emballages en plastique jetables²². D'autres arguments plaident aussi pour une utilisation accrue de systèmes d'emballages de circulation^{23 24 25 26} :

- **Les emballages de circulation ont un énorme potentiel économique.** Remplacer ne serait-ce que 20% des emballages jetables par des alternatives réutilisables constitue une affaire à USD 9 milliards.
- **Les systèmes de circulation renforcent l'économie locale,** car ils font surtout sens dans les cycles régionaux.
- **Les systèmes de circulation augmentent la fidélité de la clientèle.** Les systèmes de consignes motivent les client-e-s à retourner dans le même commerce.
- **La vente en vrac dans des contenants réutilisables peut mieux satisfaire les besoins individuels.** Les client-e-s peuvent choisir la composition, la quantité exacte et l'emballage.
- **Les systèmes de circulation peuvent contribuer à réduire les émissions de gaz à effet de serre.**
- **Les systèmes de circulation aident les communes à réduire leurs coûts de nettoyage de l'espace public.** En Suisse, le littering génère des coûts d'environ CHF 200 millions par année.



Exigences à l'égard des systèmes de circulation

Il n'y a pas de solutions globales pour des emballages réutilisables et reremplissables applicables à toutes les entreprises ou à chaque produit. Les grands détaillants que sont Migros, Coop, Volg, Aldi et Lidl, ainsi que les grands groupes de biens de consommation comme Nestlé doivent donner la priorité aux emballages de circulation et réutilisables qui remplissent les critères suivants^{27 28} :

- **Abordable** : Il ne faut pas que des contenants réutilisables élégants pour la clientèle aisée, mais aussi des contenants abordables pour tou-te-s les client-e-s.
- **Standardisé** : La standardisation au-delà des groupes de produits et des entreprises contribue à réduire la complexité et donc aussi les coûts.
- **Durable** : Les contenants réutilisables doivent être réalisés en matériaux durables et robustes pour obtenir un nombre élevé de circulations. Cela contribue à réduire les effets sur l'environnement. Après la fin de l'utilisation, les contenants doivent pouvoir être recyclés avec une haute valeur ajoutée.
- **Non toxique** : Les contenants réutilisables doivent être exempts de produits chimiques nocifs pour la santé.



**A QUOI LA POPULATION SUISSE
EST-ELLE PRÊTE ?**



RÉSULTATS DU SONDAGE REPRÉSENTATIF

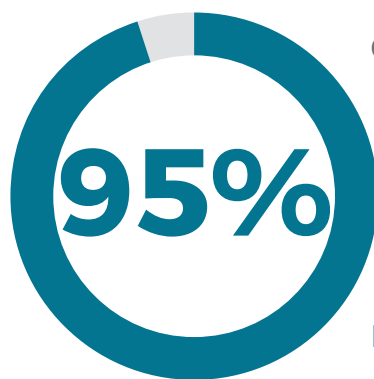
La population suisse est-elle seulement prête à privilégier les produits dans des contenants réutilisables ? Et si oui, quels groupes de produits sont-ils privilégiés dans ce cas ? Pour avoir des réponses à ces questions, Greenpeace Suisse a mandaté une agence (voir encadré *Méthodologie*) pour réaliser un sondage représentatif (questionnaire en Annexe 1).

MÉTHODOLOGIE

Le sondage représentatif Omnibus a été réalisé dans le cadre du Panel internet Link. Il a permis d'interroger 1'077 personnes en Suisse alémanique et romande entre le 25 septembre et le 1er octobre 2019.

Disposition à acheter

La disposition de la population suisse à acheter des biens de consommation dans des systèmes de circulation est énorme. Lors de ce sondage représentatif, 95% des personnes questionnées ont indiqué être en principe disposées à acheter des produits dans des systèmes de circulation.



**des personnes
questionnées ont
indiqué être
disposées à acheter
des produits dans
des emballages
réutilisables**

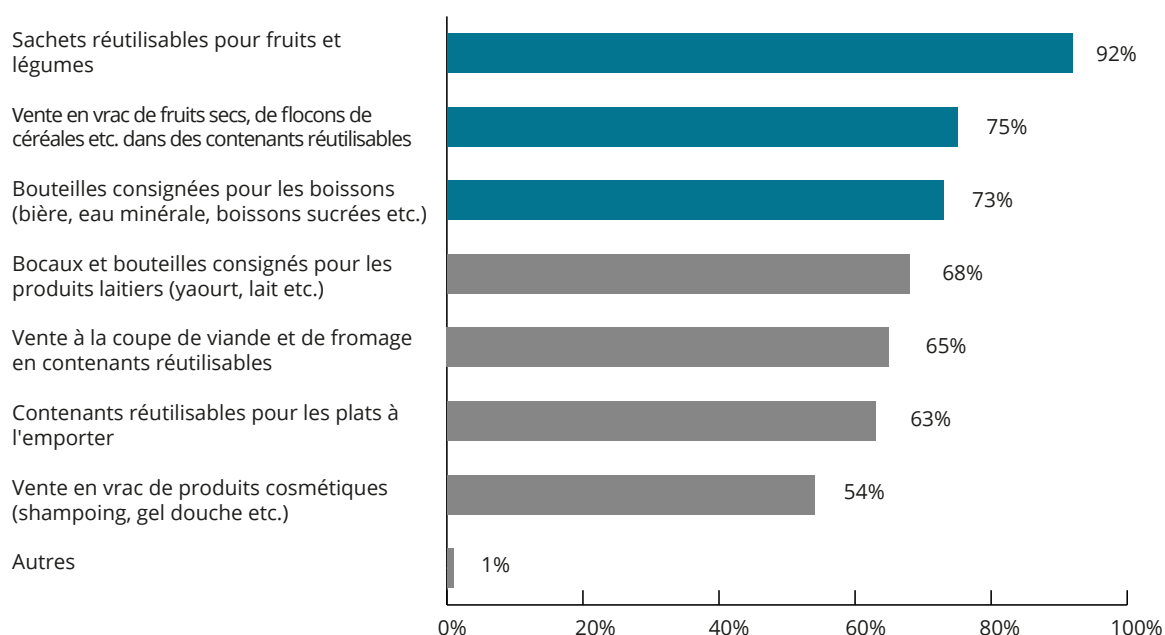
Une réponse positive à cette question est socialement souhaitée. Les résultats ont donc été vérifiés au moyen de pointages de vérité (voir encadré Pointage de vérité). Il en ressort qu'une grande partie de la population a concrètement l'intention d'utiliser des systèmes de circulation s'ils sont proposés dans des supermarchés.

POINTAGE DE VÉRITÉ

La question de la disposition d'utiliser des systèmes de circulation a été vérifiée par un pointage dit de vérité. Le pointage de vérité est un processus qui permet d'identifier des comportements de réponse stratégiques (en particulier la désirabilité sociale) pour en faire des résultats valides. Pour ce faire, le pointage de vérité utilise la connaissance empirique qu'il existe une relation entre l'opinion individuelle et l'estimation de l'opinion de la majorité. Par conséquent, les personnes sondées ont aussi été interrogées sur leur estimation de l'intention d'utilisation dans la population en plus de leur intention personnelle. Cette question supplémentaire permet ainsi de transformer les valeurs déclarées en intentions d'utilisation réalistes²⁹.

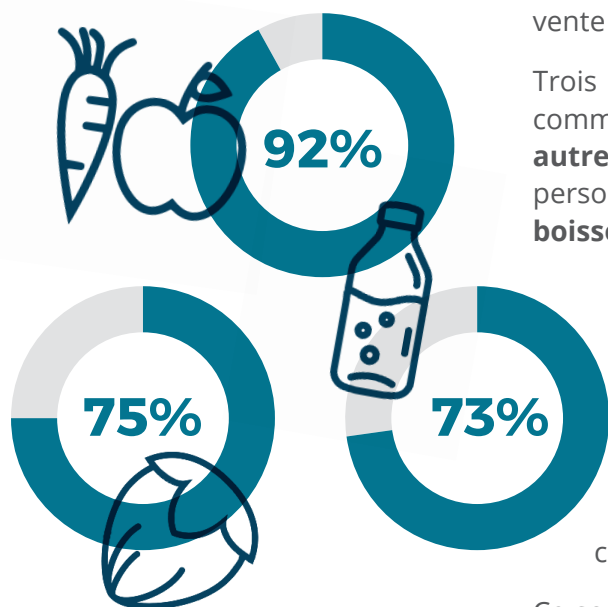
Groupes de produits

La disposition d'utilisation diffère selon les produits (voir graphique).





Les sachets réutilisables pour les **fruits et les légumes** sont les mieux acceptés par les personnes interrogées qui achèteraient en principe avec des systèmes de circulation. 92% des personnes indiquent qu'ils l'utiliseraient. C'est effectivement aussi le système le plus largement répandu (outre les sacs réutilisables en vente à la caisse). Tous les détaillants interrogés en proposent ou acceptent au moins leur utilisation à leurs points de vente (voir ci-dessous).



Trois personnes sur quatre achèteraient les aliments secs comme les **noix, les flocons de céréales, les fruits secs et autres** dans des contenants réutilisables. Presque autant de personnes (73%) achèteraient la bière, **l'eau minérale et les boissons sucrées** dans des bouteilles consignées.

Environ deux tiers des personnes interrogées sont prêtes à acheter **des produits laitiers** dans des bocaux consignés, ainsi que de **la viande et du fromage** à la coupe dans des contenants réutilisables. Dans **l'alimentation à l'emporter**, il y a une disposition relativement élevée à renoncer aux emballages jetables. 63% des personnes interrogées sont prêtes à utiliser des contenants réutilisables pour cela.

Ce sont les **produits cosmétiques** comme le shampoing ou le gel douche qui rencontre le moins de dispositions en faveur de contenants réutilisables. Mais plus de la moitié des personnes interrogées y serait prêtes si l'offre existait.

Ce sondage représentatif permet de conclure qu'en principe une proportion extrêmement élevée de la population suisse serait prête à acheter des produits dans des contenants réutilisables ou d'utiliser des systèmes de circulation.



CE QUE PROPOSE LE COMMERCE DE DÉTAIL





RÉSULTATS DU SONDAGE DES DÉTAILLANTS

Greenpeace Suisse a interrogé cinq grands distributeurs (Migros, Coop, Volg, Aldi Suisse et Lidl Suisse) pour déterminer quels systèmes de circulation sont actuellement proposés dans le commerce de détail en Suisse (pour le questionnaire, voir l'Annexe 2). Il y a aussi une question sur les développements à venir en plus des questions sur leur assortiment actuel de produits dans des contenants réutilisables ou vendus en vrac. Les résultats de ce sondage sont présentés ci-dessous.

Bouteilles consignées pour les boissons (bière, eau minérale, boissons sucrées)

Les bouteilles consignées ont généralement disparu de l'assortiment des supermarchés suisses. Quelques rares boissons alcoolisées sont encore vendues dans des bouteilles consignées. **Volg** propose dans toutes ses filiales de la bière et du cidre dans des bouteilles consignées ; **Coop** fait de même pour la bière dans une partie de ses filiales (généralement de la bière blonde d'une grande brasserie suisse). **Migros**, **Lidl** et **Aldi** ne vendent pas de boissons dans des bouteilles consignées.

Bocaux consignés pour produits laitiers

Aucune des cinq entreprises interrogées ne vend de lait ou de produits laitiers dans des bocaux consignés. Du lait dans des bouteilles consignées ou du yaourt et du séré dans des bocaux consignés constituent des produits de niche en Suisse qui ne sont disponibles que dans quelques fromageries/laiteries, magasins sans emballages ou petits magasins spécialisés. Les détaillants interrogés ne proposent rien de tel.



Vente à la coupe de viande, de poisson et de fromage en contenants réutilisables.

Chez **Migros** et **Coop**, il est possible d'acheter de la viande, du poisson et du fromage dans son propre contenant réutilisable dans les filiales qui proposent ces produits à la coupe³⁰. La clientèle est ouvertement informée de cette possibilité (p. ex. directement au comptoir ou dans le magazine pour les clients). Mais la proportion de produits qui sont réellement vendus dans des contenants réutilisables reste marginale.

Les filiales de **Lidl** et **Aldi** ne vendent pas de viande ni de fromage à la coupe. Chez **Volg**, la vente de ces deux produits est en fort recul et ne joue plus de rôle notable.

Vente de fruits secs, de flocons de céréales etc. en contenants réutilisables

Les fruits secs sont disponibles en vrac chez plusieurs des détaillants interrogés, mais avec des différences. Chez **Coop**, les fruits secs en vrac sont disponibles dans toutes les filiales. Ils se trouvent à proximité des fruits et légumes frais où ils peuvent être emballés dans des sachets réutilisables. Chez **Migros**, ces produits sont vendus dans les grandes filiales, mais ils ne peuvent être emballés que dans des sachets jetables. Chez **Lidl**, les noix sont disponibles en vrac lorsque c'est la saison.

Coop propose des flocons de céréales en vrac dans ses deux filiales Karma et Fooby qui n'existent toutefois qu'à deux emplacements en Suisse.

Volg et **Aldi** ne proposent pas ces produits en vrac.



Vente en vrac de produits cosmétiques

Aucune des entreprises interrogées ne vend de shampoings, de gels douche etc. en vrac ou en contenants réutilisables. Il n'est donc pas possible de remplir un tel contenant chez **Migros**, **Coop**, **Volg**, **Lidl** ou **Aldi**.

Sachets réutilisables pour les fruits et légumes

Les sachets réutilisables pour emballer les fruits et légumes sont largement répandus dans le commerce de détail en Suisse où ils complètent les sachets jetables qui restent gratuits. Depuis début 2017, Migros vend des « veggie bags » dans toutes ses filiales. Coop lui a emboité le pas avec ses « multi bags » à la fin de la même année. A partir de 2020, **Volg** introduira aussi un sachet réutilisable dans son assortiment, mais d'autres sachets réutilisables peuvent déjà y être réutilisés. **Aldi** prévoit aussi d'introduire un sachet réutilisable. Lidl n'a pas fourni d'informations à ce sujet.

Contenants réutilisables pour les plats à l'emporter

Parmi les entreprises interrogées, seules **Migros** et **Coop** vendent des plats à l'emporter dans leurs magasins et restaurants. Les deux proposent toutefois les contenants de reCircle³¹. Depuis janvier 2017, **Migros** propose sa propre version réutilisable dans tous les points de vente **Migros**. Depuis juillet 2019, **Coop** les propose dans la version « normale » qui peut être réutilisée dans tous les points de vente du réseau reCircle.

Autres systèmes de circulation

Les sacs payants (en papier ou en plastique résistants) en vente aux caisses sont les contenants réutilisables les plus répandus dans le commerce de détail. Ils existent déjà depuis longtemps. Ces sacs ont définitivement pu percer grâce à un accord sur la



réduction de l'utilisation de sacs en plastique jetables négocié par la Fédération suisse du commerce de détail (swiss-retail.ch). Cet accord prévoit qu'à partir de 2018, il n'y a plus de sachets en plastique gratuits à usage unique aux caisses. Il en a résulté une réduction de 86% de la consommation de sachets en plastique à usage unique³². Tous les détaillants interrogés ont signé cet accord et vendent de ce fait des sacs réutilisables aux caisses.

Lors du sondage, plusieurs détaillants ont indiqué que la logistique interne entre fournisseurs et centres de distributions, resp. entre centres de distribution et filiales se base très fortement sur des contenants réutilisables. **Migros** a particulièrement développé ce type d'efforts et économise 75'000 tonnes de matériel d'emballage par année.

Développement à venir

Les entreprises interrogées ont des stratégies différentes pour le développement de systèmes de circulation dans leur assortiment. **Volg** n'a pas prévu de proposer plus de systèmes de circulation à l'avenir. **Aldi** a par contre déjà des plans concrets en la matière. L'introduction d'un sachet réutilisable pour les fruits et légumes, ainsi qu'un gobelet à café réutilisable pour les machines à café (avec système incitatif : 20% de contenu en plus pour les gobelets réutilisables).

Migros considère les systèmes de circulation comme un objectif important pour réduire les emballages (plastique) évitables. **Migros** considère cet objectif comme stratégique. **Migros** aimerait en outre s'engager pour que sa clientèle utilise plus les systèmes de circulation existants. Des incitations sont utilisées pour que la clientèle s'y habitue.

Coop étudie au moyen d'études de faisabilité quels sont les produits qui devraient être plus vendus dans des systèmes de circulation à l'avenir. **Coop** ne communique pas de détails pour le moment.

Lidl n'a pas répondu à cette question



CONCLUSION





DIVERGENCE ENTRE L'OFFRE ET LES DEMANDES

Il y a une grande différence entre la disposition positive d'achat et l'offre en systèmes de circulation. Alors qu'une grande partie de la population suisse semble prête à acheter des produits dans des systèmes de circulation, le commerce de détail suisse ne les propose que de façon très limitée.

Cette différence est particulièrement grande pour les boissons. Une grande disposition d'achat se retrouve face à une petite offre. Dans les supermarchés, l'assortiment de bouteilles consignées est petit, voire inexistant. Presque toutes les boissons sont vendues en bouteilles ou canettes jetables. En ce qui concerne les boissons, le besoin d'innovation semble pourtant particulièrement faible. Dans les années 1980-90, les bouteilles consignées étaient en effet encore la norme. Aujourd'hui encore, de nombreuses brasseries proposent encore leurs bières dans des bouteilles consignées. Et même les producteurs de boissons sucrées misent de plus en plus sur les bouteilles consignées³³.

La disparité est tout aussi frappante chez les produits laitiers en contenants réutilisables. L'intérêt de la clientèle est clair, mais les détaillants interrogés ne proposent pas de lait, de yaourt ou de séré dans des bouteilles ou des bocaux consignés. Il n'y a pourtant pas si longtemps, ces produits étaient disponibles dans de tels contenants et aujourd'hui encore des laiteries (souvent petites) commercialisent leurs produits dans des contenants réutilisables.

Il y a par contre une grande différence entre la disposition de principe et l'utilisation effective de contenant réutilisable pour la vente de viande et de fromage à la coupe. Alors que deux tiers des personnes interrogées se déclarent prêtes pour ce système, il n'est que peu demandé dans les filiales Coop et Migros. Cela pourrait entre autres aussi venir du fait qu'aucun contenant réutilisable spécifique n'est proposé pour cela.

La différence entre l'offre et la demande montre que le commerce de détail se trouve devant un potentiel à exploiter.



REVENDICATIONS





LES EXIGENCES DE GREENPEACE

Greenpeace revendique un changement radical dans la façon de dont les biens de consommation sont fournis à la clientèle. Les systèmes de circulation peuvent constituer un apport important au changement de l'actuelle culture du jetable, qui se base en grande partie sur des emballages en plastique à usage unique, vers une économie basée sur des cycles fermés. Pour aider les systèmes de circulation à percer, il faut des mesures de la part du secteur de la vente au détail, des entreprises de biens de consommation, de la politique et des consommateurs et consommatrices.

Commerce de détail et entreprises de biens de consommation

Les entreprises doivent assumer leur responsabilité dans le sens de la responsabilité élargie de producteurs (Extended producer responsibility, EPR) et doivent cesser d'externaliser des coûts au détriment du bien commun. Pour cela, elles doivent complètement réviser la façon dont les produits alimentaires et autres biens de consommation sont produits, constitués, transportés et vendus. Il faut de nouveaux systèmes de livraison et de vente basés sur la circulation et le remplissage.

Greenpeace revendique de la part des détaillants et des entreprises de biens de consommation :



L'extension de l'assortiment de produits pour lesquels des systèmes de circulation éprouvés existent déjà, par exemple pour les boissons (bière et boissons sucrées), produits laitiers (lait, yaourt, séré etc.), vente en vrac de fruits et légumes ;

Des investissements dans le développement resp. l'introduction de systèmes de circulation et de remplissage abordables, standardisés, durables et exempts de produits chimiques dangereux ;

- Une inversion des incitations. Les emballages jetables ne doivent pas être la norme avec l'option de l'emballage réutilisable (avec rabais). Les emballages jetables doivent constituer une alternative payante à la vente en vrac resp. à la vente dans des systèmes de circulation.



- La transparence en ce qui concerne leur empreinte en matière d'emballages et des objectifs de réduction officiels et contraignants avec une renonciation aux fausses solutions que sont le papier, le bioplastique et le recyclage chimique ;
- La collaboration entre les fabricants de biens de consommation et d'aliments avec le commerce de détail pour développer et établir de nouveaux systèmes de livraison et de vente.

Politique

Les responsables politiques peuvent promouvoir les systèmes de circulation aux trois niveaux fédéraux :

- La Confédération doit prendre des mesures pour limiter les emballages jetables et promouvoir les systèmes de circulation. Cela peut comporter outre des incitations fiscales ou financières aussi une responsabilité étendue du producteur pour les emballages jetables (comme dans l'UE), ainsi que la définition de normes pour des emballages réutilisables ;
- Les cantons et les communes doivent édicter des prescriptions sur l'utilisation obligatoire de vaisselle réutilisable. Cela doit concerner leurs propres entreprises comme les restaurants du personnel de l'administration publique, les écoles, les universités etc. tout autant que les manifestations et activités sur le territoire public (p. ex. fêtes populaires, festivals, tournois etc.).

Population

En tant que consommatrices et consommateurs et citoyen-ne-s, nous pouvons tou-te-s contribuer à un changement. Les actes suivants peuvent y contribuer :

- L'utilisation conséquente des systèmes de circulation existant dans le commerce de détail en Suisse ;
- L'achat sur les marchés ou dans des magasins (en vrac) qui proposent une grande partie de leur assortiment en vrac ;
- Demander aux responsables des filiales qu'il y ait une plus grande offre de systèmes de circulation ;
- Lors des élections et des votations, soutenir les interventions et les candidat-e-s qui vont dans le bon sens.



ANNEXE ET SOURCES





Annexe 1 - Disposition à acheter³⁴

Supposons que les produits alimentaires et d'autres produits vendus en supermarché soient disponibles dans des emballages à usage multiple et que cela ne se fasse pas au détriment de l'hygiène ou de la durée de conservation des produits : seriez-vous en principe disposé/e à acheter des produits en emballages à usage multiple au supermarché ?

- Tout à fait
- Plutôt oui
- Plutôt non
- Pas du tout
- Ne sais pas

Pointage de vérité

À votre avis, quel pourcentage de la population suisse partage votre avis concernant l'achat de produits proposés en emballages à usage multiple ?

Champ de numéro en pourcentage

Groupes de produits

Quels produits achèteriez-vous dans des contenants à usage multiple si les supermarchés les proposaient ?

- Boissons en bouteilles réutilisables (bière, eau minérale, sodas, etc.)
- Produits laitiers en verres ou bouteilles réutilisables (yogourt, lait, etc.)
- Produits cosmétiques en vrac (p. ex. shampoing, gel douche)
- Viande ou fromage à la coupe dans un contenant réutilisable
- Noix, muesli et similaires en vrac dans un récipient réutilisable
- Fruits et légumes dans un sachet / filet fraîcheur réutilisable
- Repas à emporter (take-away) dans un contenant réutilisable
- Aucun de ces produits

Annexe 2 - Questionnaire commerce de détail

Question 1 : Etat de la situation

Quels systèmes de circulation votre entreprise propose-t-elle ?

Bouteilles consignées pour les boissons (bière, eau minérale, boissons sucrées etc.)

Bocaux et bouteilles consignés pour les produits laitiers (yaourt, lait etc.)

Vente à la coupe de viande et de fromage en contenants réutilisables

Vente en vrac de fruits secs, de flocons de céréales etc. dans des contenants réutilisables

Vente en vrac de produits cosmétiques (shampooing, gel douche etc.)

Sachets réutilisables pour fruits et légumes

Contenants réutilisables pour les plats à l'emporter

Autres

Possibilités de réponses : Oui, dans toutes les filiales ; oui, dans certaines filiales ; non, dans aucun cas

Question 2a : Développement à venir

Votre entreprise prévoit-elle d'introduire plus de systèmes de circulation à l'avenir ?

Possibilités de réponses : Oui ; plutôt oui ; plutôt non ; non

Question 2b :

Quels systèmes de circulation sont-ils prévus si la question 2a a reçu comme réponse « oui » ou « plutôt oui » :

Question 3 : Arguments contre les systèmes de circulation

Quels arguments plaident-ils selon vous contre les systèmes de circulation ?

Absence de demande de la clientèle

Absence de disposition de paiement de la part de la clientèle

Coûts plus élevés pour l'entreprise

Prescriptions légales concernant l'hygiène

Absence de solutions techniques / innovation

Nécessite plus de travail

Nécessite plus de place

Ne sont pas plus écologiques

Autres

Possibilités de réponses : Très approprié ; approprié ; pas approprié ; pas du tout approprié

SOURCES

- 1 PlasticsEurope (2019). Plastics - the Facts 2019. <https://www.plasticseurope.org/en/resources/market-data> (Consulté le 15 octobre 2019).
- 2 Caterbow A. et Speranskaya O. (2019). Fluch und Segen. Dans : Plastikatlas. Heinrich-Böll-Stiftung und Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland, p. 15.
- 3 Swissinfo (2018). Plastik in der Schweiz: Top beim Verbrauch, Flop beim Recycling. https://www.swissinfo.ch/ger/gesellschaft/ressourcen_plastik-in-der-schweiz--top-beim-verbrauch--flop-beim-recycling/44085230. (Consulté le 15 octobre 2019).
- 4 PlasticsEurope (2019). Plastics - the Facts 2019.
- 5 Feit S. et Muffet C. (2019). Plastik heizt das Klima an. Dans : Plastikatlas. Heinrich-Böll-Stiftung und Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland, p. 26.
- 6 Feit, S. et Muffet C. (2019). Plastik heizt das Klima an. Dans : Plastikatlas. Heinrich-Böll-Stiftung und Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland, p. 26.
- 7 CIEL (2019). Plastic & Climate: The Hidden Costs of a Plastic Planet.
- 8 Ellen MacArthur Foundation (2017). The new plastics economy: Rethinking the future of plastics & Catalysing action.
- 9 Communiqué de presse de la Empa du 12 juillet 2019. <https://www.admin.ch/gov/fr/accueil/documentation/communiqués.msg-id-75798.html>. (Consulté le 22 octobre 2019)
- 10 Scheurer, M., Bigalke, M. (2018). Microplastics in Swiss floodplain soils. Dans : Environmental Science and Technology.
- 11 Bergmann M, Mützel S, Primpke S., Tekman M.B., Trachsel J., Gerdts G. (2019). White and wonderful? Microplastics prevail in snow from the Alps to the Arctic. Dans : Science Advances, Volume 5, Number 8, eaax1157.
- 12 US Centers for Disease Control and Prevention Website (2017). https://www.cdc.gov/biomonitoring/Phthalates_FactSheet.html. (Consulté le 23 octobre 2019).
- 13 Greenpeace Schweiz (2018). Ökologisch optimierte Verschwendung. Die Schweizer Lebensmittel-Detailhändler und Einweg-Plastik und Verpackungen.
- 14 Duran, C. (2019). Müll für die Welt. Dans : Plastikatlas. Heinrich-Böll-Stiftung und Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland, p. 12.
- 15 Réponse du Conseil fédéral du 13.05.1986 à la question simple 86.607 « Es-sor des boissons en boîte » : https://www.parlament.ch/afs/data/f/gesch/1986/f_gesch_19860607_002.htm (Consulté le 25 septembre 2019)
- 16 Benson Wahlen, C. (2018) Over 290 Companies Sign Global Commitment on New Plastics Economy. International Institute for Sustainable Development (IISD) <https://sdg.iisd.org/news/over-290-companies-sign-global-commitment-on-new-plastics-economy/> (Consulté le 18 octobre 2019).

- 17 <https://generation-m.migros.ch/de/versprechen/verpackungen.html>
- 18 <https://www.bauernzeitung.ch/artikel/lidl-will-plastik-verpackungen-reduzieren>
- 19 Greenpeace USA (2019): Throwing Away the Future: How Companies Still Have It Wrong on Plastic Pollution "Solutions".
- 20 Greenpeace USA (2019): Throwing Away the Future: How Companies Still Have It Wrong on Plastic Pollution "Solutions".
- 21 Miller S., Bolger M. und Copello L. (2019) Reusable solutions. How governments can help stop single-use plastic pollution. 3Keel, Oxford, United Kingdom. A study by the Rethink Plastic alliance and the Break Free From Plastic movement.
- 22 Miller S., Bolger M. und Copello L. (2019) Reusable solutions. How governments can help stop single-use plastic pollution. 3Keel, Oxford, United Kingdom. A study by the Rethink Plastic alliance and the Break Free From Plastic movement.
- 23 Ellen MacArthur Foundation (2017). The new plastics economy: Rethinking the future of plastics & Catalysing action.
- 24 Ellen MacArthur Foundation (2019). Reuse – Rethinking Packaging.
- 25 Berger T., Sommerhalder M. (2011). Le littering a un coût. Coût du nettoyage par fractions de déchets en Suisse. Office fédéral de l'environnement, Berne.
- 26 Ellen MacArthur Foundation (2013). Towards a Circular Economy – Opportunities for the consumer goods sector.
- 27 Greenpeace USA (2019): Throwing Away the Future: How Companies Still Have It Wrong on Plastic Pollution "Solutions".
- 28 Miller S., Bolger M. und Copello L. (2019) Reusable solutions. How governments can help stop single-use plastic pollution. 3Keel, Oxford, United Kingdom. A study by the Rethink Plastic alliance and the Break Free From Plastic movement.
- 29 LINK (2019): Akzeptanz von Mehrwegverpackungen. Report zur Omnibus-Umfrage im Auftrag von Greenpeace Schweiz.
- 30 Chez Migros, pour des raisons d'hygiène, la viande de poulet vendue à la coupe n'est disponible que dans des emballages jetables.
- 31 Plus d'informations sur les plats réutilisables de l'association reCircle sur www.re-circle.ch
- 32 IG Detailhandel (2019): Plastiksackverbrauch um 86% gesenkt. Communiqué de presse du 5 juin 2019.
- 33 Feldges, T. (2019). Die gute alte Glasflasche hat es schwer. NZZ du 6 septembre 2019, p. 23.
- 34 Le questionnaire contenait également une question sur le commerce en ligne. Cette question ne figure pas dans le présent rapport.



GREENPEACE