



# S'engager pour l'éco-conception et une économie circulaire des emballages

## Contexte

Chaque année sont produites plus de 350 millions de tonnes de plastique<sup>(1)</sup>. Cette production, dont 40 % est imputable à la fabrication d'emballages<sup>(2)</sup>, augmente chaque année de manière constante. L'usage dispersif des emballages, leur faible valeur marchande et la défaillance des infrastructures de collectes dans plusieurs pays se traduisent, entre autres conséquences environnementales, par la prolifération des plastiques dans les océans.

Les emballages sont liés à l'essor de la grande distribution : ils facilitent le transport des produits et en allongent la conservation. Responsable de la mise sur le marché d'un grand nombre d'emballages à usage unique, la distribution est bien placée pour faire évoluer les pratiques, en s'appuyant sur des consommateurs toujours plus sensibles au sujet. Leur taux d'utilisation par les enseignes est en effet devenu un critère différenciant aux yeux du consommateur. Dans ce contexte, Carrefour souhaite mener la transition de la distribution vers une consommation plus sobre et mesurée des emballages et s'assurer de l'éco-conception des emballages utilisés pour ses produits. Un premier diagnostic réalisé en 2018 auprès de 800 fournisseurs de la marque Carrefour a permis de donner des ordres de grandeur sur l'utilisation d'emballages pour les produits aux marques de Carrefour : 123 000 tonnes d'emballages de marque Carrefour sont mis sur le marché en France, Espagne, Italie et Belgique, dont 57 000 tonnes de résines plastiques, 30 000 tonnes de verre, 18 000 tonnes de carton, 7 300 tonnes de métaux et 4 500 tonnes de papier<sup>(3)</sup>.

Pour adresser cet enjeu global et systémique, Carrefour souhaite valoriser les innovations d'éco-conception de ses fournisseurs, mobiliser ses clients et les ONG pour proposer des idées. Pour impliquer ses clients dans cette transformation et identifier les attentes des consommateurs, Carrefour a organisé en 2019 une consultation citoyenne [mission-zero-plastique.carrefour.com](https://mission-zero-plastique.carrefour.com) qui a recueilli plus de 11 000 votes et 5 000 répondants. Ainsi, pour les clients, les emballages au rayon fruits et légumes suscitent le plus de critiques, suivi des emballages des rayons épicerie et des sacs de transports des services livraison et drive. Parmi les initiatives déjà portées par Carrefour, le sac en coton réutilisable recueille le plus de votes positifs (403) suivi de la mise à disposition de fruits et légumes bio en vrac (338 votes), du remplacement des emballages plastiques des fruits et légumes par des bandeaux (283 votes) et le développement de l'offre vrac pour les produits secs (243 votes) et liquides (234 votes). Parmi les initiatives proposées spontanément, Carrefour s'engage à apporter une réponse quant à la faisabilité des 10 propositions les plus soutenues afin de tester les meilleures d'entre elles en 2020.

(1) <https://www.statista.com/statistics/282732/global-production-of-plastics-since-1950/>

(2) <https://www.nationalgeographic.com/news/2018/05/plastics-facts-infographics-ocean-pollution/>

(3) Le périmètre concerné est celui des produits à marque Carrefour gérés par le Groupe et distribués en France, Espagne, Italie et Belgique.

# Nos objectifs et notre performance

La politique de Carrefour sur les emballages vise à réduire la quantité d'emballages mis sur le marché mais aussi à améliorer l'usage et la fin de vie de ceux qui restent nécessaires en garantissant, par exemple, leur réutilisation ou leur recyclabilité. Ainsi, la politique de Carrefour s'appuie sur deux leviers :

- 1 Réduire la quantité d'emballages mis sur le marché** : Carrefour souhaite réduire à la source la quantité d'emballages mis sur le marché, en supprimant en priorité les emballages les plus irritants pour les clients et en proposant des modèles de vente sans emballages. L'enjeu pour Carrefour étant de faciliter l'adoption par les clients de solutions zéro déchets. Objectif : économiser 10 000 tonnes d'emballages mis sur le marché d'ici 2025 (en cumulé depuis 2017).
- 2 Développer les emballages réutilisables, recyclables ou compostables** : lorsqu'il est impossible de supprimer les emballages ou de les réutiliser, Carrefour souhaite garantir la recyclabilité ou la compostabilité effective des emballages des produits, en cohérence avec les filières de recyclage nationales. Objectif : 100 % d'emballages réutilisables, recyclables ou compostables en 2025, pour les marques de Carrefour.

## OBJECTIFS :

- **10 000 tonnes** d'emballages économisées mises sur le marché d'ici 2025 (en cumulé depuis 2017) ;
- **100 %** d'emballages réutilisables, recyclables ou compostables en 2025 pour les marques de Carrefour ;
- **80 %** des emballages de produits Carrefour BIO réutilisables, recyclables ou compostables à fin 2020 ;

## RÉDUCTION DES EMBALLAGES MIS SUR LE MARCHÉ DEPUIS 2017 (EN TONNES)



# Nos plans d'action

Pour atteindre les objectifs du Groupe à long terme, les différents engagements doivent être déclinés dans chaque pays par un plan d'actions qui suivra les axes de travail suivants :

1. TRANSFORMER L'EXPÉRIENCE CLIENT EN DÉVELOPPANT DES SOLUTIONS D'EMBALLAGES RÉUTILISABLES
2. RÉDUIRE ET SUPPRIMER LES EMBALLAGES PLASTIQUES EN MAGASIN EN ADOPTANT UNE APPROCHE CLIENT
3. S'ASSURER DE LA RECYCLABILITÉ DES EMBALLAGES ET FACILITER LA COLLECTE ET LE TRI PAR LES CONSOMMATEURS
4. INCORPORER DAVANTAGE DE MATIÈRE RECYCLÉE DANS NOS EMBALLAGES DE PRODUITS À MARQUE CARREFOUR

## 1. TRANSFORMER L'EXPÉRIENCE CLIENT EN DÉVELOPPANT DES SOLUTIONS D'EMBALLAGES RÉUTILISABLES

Des solutions d'emballages réutilisables sont déployées dans tous les formats, en magasins comme en e-commerce :

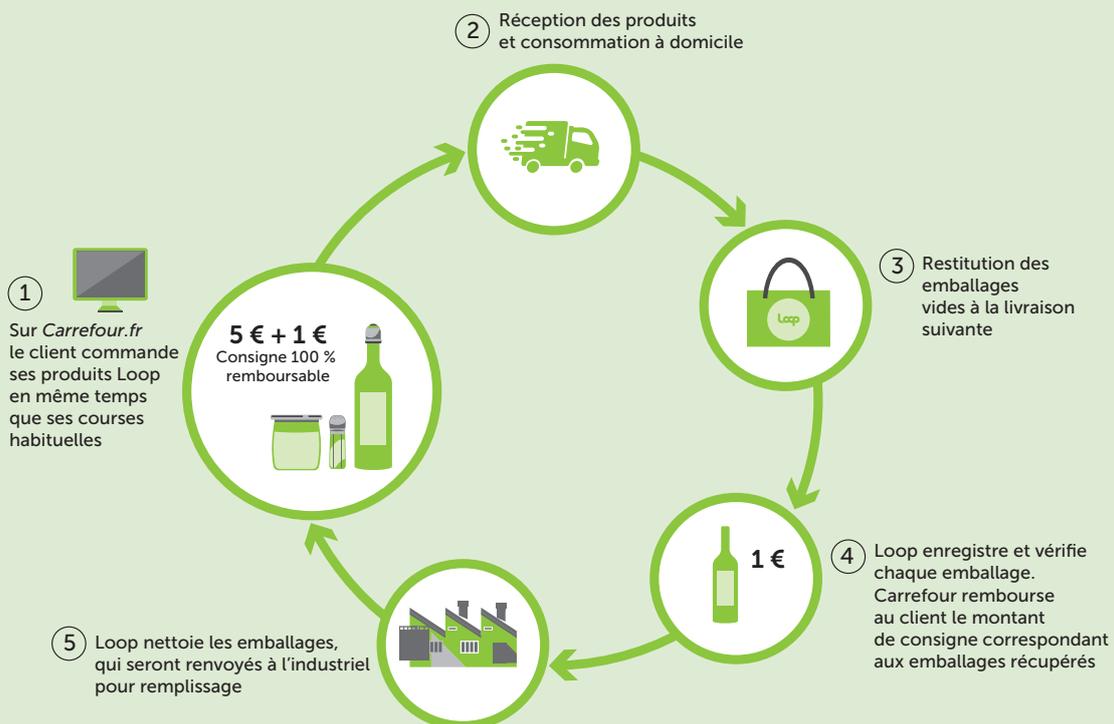
- le projet « Apporte ton contenant » a été déployé dans tous les pays d'Europe pour permettre aux clients d'utiliser leur propre contenant aux rayons traditionnels (poissonnerie, boucherie, traiteur, etc.) dans tous les hypermarchés et supermarchés. Des tests sont en cours pour proposer des contenants réutilisables à la vente aux stands frais ;
- afin de développer le vrac, nous avons démarré la vente de sacs en coton bio réutilisables et lavables, destinés à remplacer les sacs en plastique compostables du rayon Fruits et Légumes en France et en Espagne. Des tests ont été réalisés dans ces deux pays et la vente de ces sacs est déployée en 2020 dans tous les formats ;
- une boucle courte d'économie circulaire pour tous les sacs de livraison à domicile a été mise en place (environ 2 millions de sacs par an) : commande sur Carrefour.fr, livraison de la commande au client, récupération des sacs ayant servi aux anciennes livraisons, centralisation des sacs en entrepôt, nettoyage par un institut de réinsertion, réutilisation des sacs pour une nouvelle commande ;
- Carrefour et TerraCycle ont lancé Loop, le premier site d'e-commerce en Europe avec système de consignes et de contenants durables, pour réduire les emballages à usage unique. Ce service de livraison à domicile est d'ores et déjà accessible sur le site [maboutiqueloop.fr](https://maboutiqueloop.fr) et sera déployé sur Carrefour.fr et en magasins de proximité en 2020. Un assortiment de produits du quotidien vendus dans des emballages réutilisables consignés est proposé par Carrefour mais aussi par des fournisseurs de marques nationales. À fin 2019, plus de 100 produits étaient disponibles et le projet réunit une trentaine de marques.

## ÉTUDES DE CAS :

### Réduire les déchets avec Loop

En cohérence avec son engagement de réduction de la consommation d'emballages, Carrefour propose, depuis mai 2019, une alternative de consommation pratique et zéro-déchet à ses clients en Île-de-France avec Loop, une plateforme de livraison à domicile qui s'appuie sur un système de consignes et de contenants durables. Lancé avec TerraCycle, leader mondial dans le recyclage de déchets considérés difficilement valorisables, Loop permet aux consommateurs de passer commande d'une sélection de produits de marques de Carrefour et de marques nationales, dont une gamme de produits bio. Une fois les produits consommés, les clients placent leurs emballages vides dans un sac Loop prévu à cet effet et se rendent sur leur espace personnel web pour programmer leur retour. Les consommateurs ont alors le choix d'être à nouveau livrés ou d'être remboursés du montant de la consigne déposée initialement. Depuis début 2020, les produits proposés dans un emballage réutilisable sont directement disponibles sur Carrefour.fr, permettant aux clients de choisir des produits bénéficiant du système Loop et des produits conventionnels dans une seule et même commande. Par cette initiative innovante, Carrefour contribue à remettre la consigne au goût du jour et à réduire les déchets. Carrefour devient ainsi le premier grand distributeur en ligne à offrir une alternative aux emballages jetables par un nouveau circuit de distribution circulaire, fer de lance d'une solution durable.

### FONCTIONNEMENT CIRCULAIRE DU PROJET LOOP PAR CARREFOUR



## 2. RÉDUIRE ET SUPPRIMER LES EMBALLAGES PLASTIQUES EN MAGASIN EN ADOPTANT UNE APPROCHE CLIENT

L'approche de Carrefour combine à la fois des plans d'action complets pour atteindre les engagements fixés à moyen terme et une priorisation des actions en fonction de l'impact client à plus court terme. Carrefour a ainsi établi un diagnostic des irritants rencontrés par les clients lors de leur expérience en magasin en France et en Espagne. À partir de l'évaluation de l'attente client et de l'impact visuel sur le linéaire, différentes priorités ont été établies comme, par exemple :

## 2.1. Les emballages plastiques des fruits et légumes

Les rayons fruits et légumes bio sont prioritaires et font l'objet d'un objectif spécifique, 100 % zéro plastiques d'ici 2020.

- Développement du vrac : le vrac est déployé prioritairement dans l'ensemble des formats et rayons bio (Carrefour Bio, Bio Expérience etc.). 145 références sont disponibles dans tous les formats en France en 2019.
- Suppression progressive des emballages plastiques pour tous les fruits et légumes bio. Carrefour a pour objectif de supprimer le plastique des emballages de fruits et légumes bio en 2020. Exemples : sachet en plastique sur la banane bio (soit 23 tonnes de plastique économisées par an), film en plastique sur le concombre bio (3 500 000 UVC/an soit 6,5 tonnes de plastique économisées par an).

## 2.2. L'emballage des produits Boulangerie viennoiserie pâtisserie

Ils sont utilisés par les boulangers en magasin pour emballer les productions réalisées sur place. Ces sachets et boîtes donnent une impression de surabondance plastique dans les linéaires concernés.

- a) Nous testons des emballages sans plastique pour le rayon boulangerie : les sachets avec des fenêtres en plastique sont remplacés par des sachets en papier.

## 2.3. Les emballages individuels (suremballage)

L'écoconception des emballages de la marque Carrefour est un chantier important en vue de réduire la consommation de plastique à la source et d'améliorer la recyclabilité globale du portefeuille de produits. La lutte contre les « suremballages » des produits de grande consommation fait partie des principaux irritants clients, et constitue à ce titre le chantier prioritaire. Les sources du suremballage sont principalement le lottage promotionnel et les portions individuelles.

- Réduction des emballages sur les catégories jouets, piles et ampoules (plus de 238 tonnes en 2019).

### ÉTUDES DE CAS :

#### Réduction des emballages en magasin : exemple des fruits et légumes bio

Carrefour a mis en place de nombreuses actions pour réduire les emballages, à commencer par les rayons bio où les emballages plastiques sont particulièrement visibles et irritants pour ses clients. Le Groupe s'est engagé à ce que ses fruits et légumes bio soient vendus sans emballage plastique à l'horizon 2020 en France. Pour ce faire, il a développé en 2019 la vente en vrac dans les magasins Carrefour Bio et dans les espaces Bio Expérience de ses supermarchés et hypermarchés. Les emballages plastiques ont été remplacés par de simples bandeaux pour les bananes, les concombres, le fenouil, les poireaux, le potiron et le radis noir. De nouvelles solutions sont en cours de test : boîte carton pour les tomates en grappe, ruban pour les brocolis et les choux, barquette en carton pour les champignons, les pommes et les poires, étiquette pour les pomelos, impression laser sur les pommes et kiwis, et sac en papier pour les pommes de terre.

## 3. S'ASSURER DE LA RECYCLABILITÉ DES EMBALLAGES ET FACILITER LA COLLECTE ET LE TRI PAR LES CONSOMMATEURS

Des actions d'éco-conception sont mises en œuvre dans tous les pays pour augmenter la recyclabilité des emballages.

## ÉTUDES DE CAS :

### BRÉSIL

Un outil a été mis en place pour suivre la recyclabilité de chacun des composants de l'ensemble des :

- emballages primaires et secondaires des produits de marques Carrefour ;
- produits de marques Carrefour constitués de matières non recyclables (pailles en plastiques, cotons tiges, etc.).

Cela permet de suivre l'indice de recyclabilité des produits, adapté en fonction des filières de recyclage régionales existantes. En 2019, 100 % des fournisseurs de marques Carrefour ont fait l'objet d'un diagnostic de recyclabilité. Ce diagnostic a révélé que 39 % des composants des produits sont recyclables. Des plans d'action sont déployés pour remplacer les matières non recyclables sur l'ensemble des produits identifiés. Les actions menées en 2019 ont permis de substituer plus de 5 400 000 emballages et produits non recyclables.

Enfin, un logo est apposé sur tous les produits de marques Carrefour recyclés, recyclables, réutilisables ou compostables afin de valoriser la démarche auprès du consommateur et de sensibiliser les clients au geste de tri.

« Conçu pour avoir une seconde vie, maintenant à toi de jouer »



### FRANCE

Afin de faire évoluer des formats d'emballages complexes (biscuits, salades, pâtes à tarte, compotes, etc.) Carrefour a accompagné depuis Janvier 2019 le lancement d'un accélérateur d'innovations sur l'emballage baptisé « RESET Retail ». Le principe est de réunir certains fournisseurs de marque propre communs à Système U et Carrefour dans un consortium au sein duquel nous facilitons la rencontre avec des innovateurs de l'emballage. Les premiers pilotes ont été définis en octobre 2019 et les produits proposés en magasin en 2020.

Agir avec nos clients pour améliorer la collecte et le tri des emballages recyclables :

- installation de bornes RVM (Reverse Vending Machine) dans dix-sept magasins en France pour la collecte des bouteilles en PET ;
- élargissement de l'expérimentation sur la consigne boisson participative avec la startup YOYO (15 magasins en Île-de-France).

Engager les fournisseurs :

- Carrefour a lancé, en 2019, le Pacte Transition Alimentaire, un réseau de fournisseurs Carrefour, engagés dans la transition alimentaire pour tous, transformant les systèmes alimentaires en proposant aux clients des produits nutritionnels et durables à un prix raisonnable. Le Pacte offre une plateforme d'échanges, de partages des bonnes pratiques, de découvertes de nouvelles opportunités de collaboration avec Carrefour et de partage des progrès avec les consommateurs. Ouvert à tous les fournisseurs de Carrefour sur la base du volontariat, le Pacte Transition Alimentaire est l'occasion, pour eux, de prendre des mesures concrètes pour se distinguer en tant que leaders de la transition alimentaire pour tous. Les fournisseurs rejoignent le Pacte de Transition Alimentaire avec des engagements, un plan d'action sur 3 axes minimum du Pacte et font état de leurs progrès au Pacte Transition Alimentaire. Un des axes d'engagement du Pacte a pour objectif de limiter l'impact environnemental de l'emballage en supprimant les emballages de consommation inutiles et en réduisant le volume des emballages, ainsi qu'en utilisant un étiquetage qui indique de façon claire au public comment recycler les emballages.

## 4. INCORPORER DAVANTAGE DE MATIÈRE RECYCLÉE DANS NOS EMBALLAGES DE PRODUITS À MARQUE CARREFOUR

Carrefour a pour objectif d'atteindre 50 % des plastiques utilisés pour les bouteilles d'eau de marques Carrefour recyclés à l'horizon 2022 en France.

# Notre organisation



## PÉRIMÈTRE

La politique emballages du Groupe Carrefour concerne les 9 pays intégrés du groupe à savoir France, Espagne, Italie, Belgique, Pologne, Roumanie, Argentine, Brésil, Taiwan.

Les objectifs chiffrés de Carrefour s'appliquent à tous les produits contrôlés par Carrefour dans le pays. Les emballages concernés sont les emballages primaires, autrement dit l'ensemble des composants d'emballage (en contact direct et indirect avec le produit contenu) destinés à la vente.

Les produits de marques nationales sont intégrés au travers de projets collaboratifs, partenariats, coalitions ou plateformes d'innovation. La suppression des emballages plastiques aux rayons « fruits et légumes » et « fruits et légume bio » concerne l'ensemble des produits commercialisés, quelle que soit leur marque.



## GOUVERNANCE

Le développement du plan emballages est un axe stratégique majeur pour mettre en œuvre la transition alimentaire pour tous, raison d'être du Groupe Carrefour. La Direction RSE émet des directives sur les priorités du Groupe en matière d'emballages : les matériaux à favoriser, ceux sous surveillance et ceux à éviter. Les chantiers prioritaires de la politique font l'objet d'une appropriation par les pays, qui définissent leurs propres plans d'actions. Les priorités opérationnelles sont actées conjointement par les équipes marchandises, la marque propre et la RSE, par exemple :

- pour la catégorie « Fruits et Légumes », les plastiques sont retirés et remplacé lorsque nécessaire par un matériau cellulosique ;
- les blisters en PVC sont retirés pour les catégories « ampoules » et « piles ».

Ces directives sont relayées à l'ensemble des fournisseurs de produits de marques propres par les Directions marchandises et qualité.



## ÉVALUATION DE LA PERFORMANCE

L'indicateur actuel de performance permet de suivre la quantité d'emballages mis sur le marché évitée par an, suite aux actions d'écoconception (en poids). Cet indicateur est consolidé annuellement à l'échelle du Groupe. Il est inclus dans l'indice RSE et Transition Alimentaire. Cet indice est intégré à hauteur de 25 % comme critère dans un plan de rémunération à long terme des dirigeants.

Un outil de reporting partagé avec plusieurs distributeurs est en cours d'élaboration en France, afin de mesurer la part d'emballages réutilisables, recyclables ou compostables mis sur le marché.



## COLLABORATIONS ET PARTENARIATS

- **Global Declaration on Plastics & New Plastics Economy** : Carrefour a signé en décembre 2018, la Global Declaration on Plastics initiée par la Fondation Ellen Macarthur aux côtés de concurrents internationaux, de grandes marques et d'ONG pour faire de son objectif un standard du marché. Cela permet un partage d'expertises sur l'utilisation des plastiques. Budget alloué : 75 000 euros sur 3 ans.
- **Pacte national sur les emballages plastiques pour 2025** : en 2019, Carrefour a été signataire fondateur du « Pacte national sur les emballages plastiques pour 2025 » en France et est à l'initiative de plusieurs actions concrètes qui permettront d'économiser plus de 140 tonnes de plastique chaque année. Conçu dans un esprit de partenariat et de co-création avec un plan d'action concret au service des consommateurs citoyens et d'un futur plus durable, ce pacte a aussi été signé par Auchan Retail France, Biscuits Bouvard, Coca-Cola European Partners, Danone, L'Oréal, LSDH, Nestlé France, Système-U, Unilever, la Fondation Tara et le WWF® France.
- **RESET** : un accélérateur d'innovations en partenariat avec distributeurs et fournisseurs de produits « RE(SET) » pour substituer les standards d'emballages problématiques : plastiques non-recyclables, emballages nomades, etc.
- **Terracycle** : lancement du projet « Loop by Carrefour » (voir « Étude de cas 2019 »).



## POUR EN SAVOIR PLUS

- New plastics economy : <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/our-work/activities/new-plastics-economy>
- Pacte national sur les emballages plastiques : [https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/sites/default/files/2019.02.21\\_Pacte\\_National\\_emballages\\_plastiques.pdf](https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/sites/default/files/2019.02.21_Pacte_National_emballages_plastiques.pdf)
- Ma boutique Loop : <https://maboutiqueloop.fr/>