



RÉEMPLOI DES EMBALLAGES MÉNAGERS

Le guide pour se lancer
Méthodologie, ressources
et enseignements
Édition février 2025

> Le réemploi, levier essentiel dans la stratégie 3R des entreprises

Le réemploi des emballages s'impose désormais comme un levier central pour réduire les impacts environnementaux des entreprises, encouragé par l'évolution des réglementations et des attentes des consommateurs. Il peut aussi permettre de se démarquer de la concurrence en démontrant une volonté de proposer des alternatives plus respectueuses de l'environnement.

Alors que le recyclage et la réduction challengent principalement les processus industriels, le réemploi va plus loin en modifiant également le parcours du consommateur.

Le réemploi existe sous trois types : le préemballé réemployable, le vrac avec réemploi par le professionnel ou par le consommateur et l'emballage parent avec recharge.

Pour mener à bien votre projet, il est important de procéder par étapes, en questionnant les caractéristiques principales de la démarche (choix du produit, type de réemploi, conception de l'emballage, parcours du consommateur, production, réglementation, etc.). Pour sa deuxième édition, ce guide a été revu pour vous accompagner à chaque étape, vous inspirer et vous aider à prendre les bonnes décisions.



Commencer
le guide



Source : Uzaje

Ce que vous trouverez dans ce guide

Une méthodologie
pour vous guide
dans votre projet
de réemploi.

**Des explications
complémentaires**
au fil des pages.

**Des exemples
inspirants.**

Des ressources et exemples inspirants à chaque
étape pour faciliter votre compréhension et vous guider
dans la mise en place de vos actions de réemploi.

**Des outils pour
aller plus loin**
dans vos démarches
de réemploi.

**Un tableau de
bord à compléter**
pour vous préparer
à passer à l'action.

**Des questions
interactives**
pour vous guider
pas à pas dans la
structuration
de votre projet.



État des lieux du réemploi en France



Passer à la suite

Un cadre réglementaire en faveur du réemploi

Depuis l'adoption de la loi Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire (AGEC) en 2020, la France s'est dotée d'objectifs clairs pour promouvoir le réemploi. Des obligations de réemploi se sont ainsi imposées aux entreprises. Ces objectifs ont été transposés dans le cahier des charges des éco-organismes et s'imposent à l'ensemble des metteurs en marchés.

Les prochaines étapes réglementaires en matière de réemploi



Les textes de référence

- [La loi AGEC article 67](#)
- [Le décret 3R](#) relatif aux objectifs de réduction, de réutilisation et de réemploi, et de recyclage des emballages en plastique à usage unique pour la période 2021-2025.
- [Le décret n° 2022-507 du 8 avril 2022](#) relatif à la proportion minimale d'emballages réemployés à mettre sur le marché annuellement.

Pour aller plus loin



le campus circulaire

Module loi AGEC : nouvelles obligations REP (responsabilité élargie du producteur) pour les entreprises

Module PPWR : nouvelles obligations fixées par l'Union européenne



Des ressources et des contenus sectorisés

Conçu pour accompagner la mise en œuvre de projets de réemploi dans différents secteurs d'activité, ce guide propose des conseils pratiques et des exemples illustrés, adaptés aux spécificités de chaque secteur.

Épicerie

Le réemploi dans ce secteur présente différents niveaux de maturité du fait de la variété de produits concernés. Les principaux produits : biscuits sucrés et salés, céréales, pâtisseries, pains et assimilés, lait non frais, cafés, thés et autres boissons instantanées, confitures, compotes, miels et pâtes à tartiner, épices et condiments, pâtes, riz, féculents, conserves et les sucres, confiseries, chocolat et assimilés.



Hygiène beauté et détergence

Le réemploi dans ce secteur propose des solutions adaptées à chaque type : recharges, vente en vrac ou emballages préemballés réemployables. Les emballages concernés incluent ceux des produits d'hygiène et de beauté (comme les cosmétiques, les soins ou le maquillage) ainsi que ceux des produits d'entretien (comme les nettoyeurs, les produits pour le linge ou les désodorisants).



E-commerce

Le e-commerce, en pleine croissance, concerne de nombreux secteurs, dès lors que les produits sont vendus en ligne. Les actions de réemploi envisageables se concentrent autour des emballages de colissage et/ou d'expédition (principalement les colis réemployables).



Boissons

Le réemploi n'est pas une nouveauté dans ce secteur, notamment avec le préemballé réemployable et le vrac. Le réemploi est bien connu d'une partie des consommateurs grâce à l'offre de bouteilles consignées. Les principaux produits : les eaux, les sodas, les boissons aux fruits, le lait, les bières, les vins et les spiritueux.



Produits laitiers

Le réemploi dans ce secteur, particulièrement sensible aux risques microbiologiques commence tout juste à se développer. Les principaux produits sont les yaourts et assimilés, les desserts lactés, les crèmes et fromages blancs.



Viandes, charcuterie, poissons, traiteur frais

Le réemploi dans ce secteur se développe à travers différentes solutions, telles que la vente en vrac ou l'utilisation d'emballages réemployables, avec ou sans système de consigne. Ces solutions concernent principalement trois grandes catégories de produits : les viandes et charcuteries (charcuterie, salaison, pièces de viandes...), les produits préparés (sandwichs, plats cuisinés, produits traiteurs...) et les poissons/mollusques (produits de la mer, escargots, poissons...).



Bien ménagers

Le secteur des biens ménagers concerne tout type de produits et commence à se développer. Certains acteurs du bricolage proposent, par exemple, des solutions de vrac. Si certaines références du secteur (dans le textile, par exemple) proposent leur offre en ligne, il est envisageable de se référer aux solutions proposées par le secteur du e-commerce.



Restauration

Le secteur de la restauration concerne la vente de plats à emporter par les restaurateurs. Le réemploi se traduit, par exemple, par la possibilité pour le consommateur de se faire servir dans un contenant qu'il apporte.





Un fort potentiel d'adoption par les consommateurs à concrétiser

Entre 2022 et 2024, Adelphi a réalisé un programme d'études afin de développer la connaissance des consommateurs autour du réemploi. Des perceptions aux usages en passant par les comportements, ces études ont permis d'identifier le potentiel d'adhésion des consommateurs français aux trois formes de réemploi : le vrac, la recharge et le préemballé (consigné ou non).

Une compréhension inégale des types de réemploi par les consommateurs

Le réemploi n'est pas envisagé de la même façon sous ses trois formes par les consommateurs. En effet, le vrac est considéré comme une façon de se servir plutôt que de consommer ; la recharge représente davantage une gestuelle qu'un produit et l'offre de produits préemballés réemployables induit des évocations spontanées liées à un imaginaire des consommateurs autour de la consigne.

83 % des Français déclarent acheter des recharges, ce qui en fait le type de réemploi le plus répandu.

De son côté, l'offre de produits préemballés réemployables (qu'ils soient consignés ou non) reste encore insuffisamment développée pour permettre à l'ensemble des consommateurs français d'adopter ce geste comme une habitude, sauf dans certains territoires et pour certaines catégories de produits.

Réemploi en France : comprendre l'imaginaire autour du réemploi

Ce sont moins les catégories de produits, que les textures qui vont avoir un impact sur la perception du consommateur vis-à-vis du réemploi. En effet, nous avons pu constater dans les études que ce qui est liquide (alimentaire ou nettoyant) et solide/sec est bien envisagé sous format réemployable. À contrario, les textures molles, humides et visqueuses peuvent provoquer des réticences a priori chez les consommateurs – principalement fondées sur des croyances et non sur l'expérience industrielle – notamment liées à une peur de perte de goût ou d'intoxication.

Dans l'esprit des consommateurs, le verre est spontanément privilégié pour le réemploi car perçu comme un matériau fiable et facile à nettoyer, bien que son poids constitue parfois un frein pour un usage quotidien. En revanche, le plastique suscite des remontées contradictoires.

Malgré une mauvaise réputation dans la perception du consommateur, liée à son impact environnemental et à la présence de particules qui pourraient être nocives pour la santé, les consommateurs réutilisent régulièrement et spontanément des emballages plastiques pour leurs aliments du quotidien. Ainsi, il existe un écart entre les intentions déclarées et les pratiques réelles des consommateurs.

Les pratiques de réutilisation, terreau fertile au réemploi préemballé

Aujourd'hui, le réemploi au sens institutionnel du terme n'est pas ancré dans les habitudes des Français. En revanche, on observe qu'il préexiste certaines formes de « réutilisation » (via l'usage détourné des emballages notamment) qui permettent d'identifier les contours de l'acceptabilité d'un système de réemploi plus organisé dans le futur. D'une certaine façon, certaines pratiques sont déjà formalisées, installées. Des leviers d'usage qui s'opposent de facto aux freins qui peuvent s'exprimer (vis-à-vis de certains matériaux notamment).

Lorsqu'on les projette dans un dispositif de réemploi à l'échelle industrielle, les Français le perçoivent positivement à condition qu'il respecte certaines attentes. Il ne doit pas s'appliquer à tous les produits en même temps ; les contenants doivent être faciles à identifier via un système standardisé ; le retour des contenants doit être simple avec un remboursement rapide (58 % préfèrent un bon d'achat immédiat). Enfin, le prix du produit consigné ne doit pas être plus élevé que sa version classique, 62 % des Français attendent un prix final équivalent après restitution de la consigne.



Pour en savoir plus,
visionnez le replay
des webinaires



Un potentiel d'adoption du réemploi inégal selon les profils de consommateurs

Les études menées par Citeo, la maison mère d'Adelphe, et IPSOS* ont permis d'identifier 6 profils type de consommateurs (personae) vis-à-vis du réemploi, chacun ayant des comportements, des motivations et des freins spécifiques. Ces profils présentent des niveaux de maturité variés vis-à-vis du réemploi, nécessitant des approches différenciées pour encourager l'adoption ou le développement de ces pratiques.

Les détachés

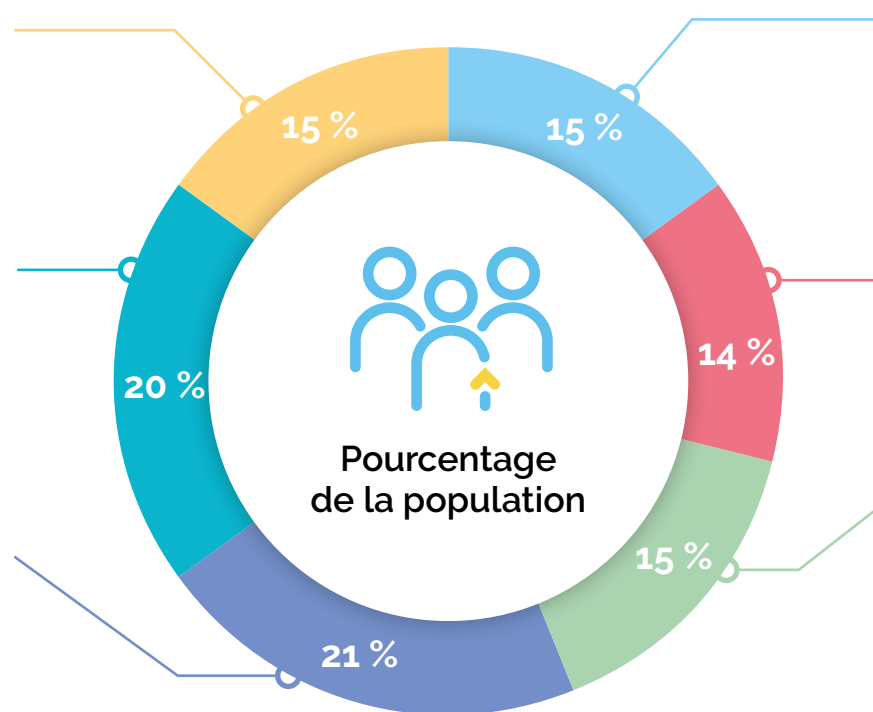
Ils privilégient le plaisir de consommer, découvrir de nouveaux produits des marques qu'ils apprécient. Ils sont assez sensibles à l'esthétique des emballages. Même si le réemploi ne fait pas partie de leur référentiel et que les gestes écologiques du quotidien sont très limités, dû à un certain manque d'intérêt, ils sont sensibles à la norme et aux effets de groupe.

Les vigilants

Ils privilégient les grandes marques, pour les garanties de qualité et d'hygiène qu'elles leur apportent. Ils sont dans une routine de consommation et d'achat et ont tendance à cuisiner maison pour un contrôle qualité de bout en bout. Le réemploi leur évoque aujourd'hui un manque de confiance dans l'hygiène.

Les économes contraints

La recherche d'économies est le principal moteur de leur consommation. Le réemploi est intéressant seulement s'il permet de faire des économies : ils peuvent notamment acheter du bio ou en vrac si les prix sont intéressants.



Les engagés

Les critères environnementaux et la qualité des produits sont très importants dans leur consommation et dans leur vie en général. Le réemploi est très attendu. Ils se renseignent et connaissent très bien les enjeux écologiques et environnementaux, y compris les différents systèmes de « consigne ». Ils sont eux-mêmes consommateurs via des commerces de proximité ou producteurs en direct mais le réemploi à échelle industrielle peut susciter des doutes et une certaine distance.

Les équilibristes

Ils aiment se faire plaisir tout en essayant de consommer de manière plus responsable. Ils ont déjà installé un certain nombre de pratiques écologiques au quotidien. Le réemploi leur évoque une démarche positive qu'ils pourraient ponctuellement mettre en place, mais un manque de temps et de praticité, ainsi que la perception de produits plus chers les freinent sur la fréquence.

Les ANTIGASPIS (écriture officielle du ministère de l'Agriculture)

Ils sont adeptes d'une consommation maligne et ont déjà mis en place un certain nombre de pratiques antigaspillage en mode « récup », principalement dans une logique économique. Le réemploi fait partie de leur quotidien dans le sens 'réutilisation'. Ils font beaucoup plus que les autres dans une forme de « normalité », le critère environnemental n'est pas le moteur premier mais un bénéfice collatéral.

Trois profils forment le cœur de cible pour le réemploi : les engagés, les équilibristes et les antigaspis. Pour capter l'attention de ces trois cibles, vos communications pourront mettre en avant les bénéfices environnementaux du réemploi, tout en insistant sur le caractère pratique et facile de cette démarche pour le consommateur. Par ailleurs, l'ensemble des profils doit être adressé dans une logique de massification, en veillant à ne pas exclure par défaut les profils à moindre potentiel comme les détachés, les vigilants et les économes contraints.

* « Représentations et potentiels d'adhésion au réemploi » Citeo/IPSOS 2023 & « Réemploi : leviers et freins du parcours consommateur en GMS et circuits spécialisés » Citeo/IPSOS 2024.



Adelphe, partenaire de vos projets de réemploi

Adelphe vous accompagne tout au long de votre démarche que ce soit par l'intermédiaire de l'appel à projet « Encore plus de Réemploi » ou du projet « ReUse » qui permet de concrétiser sur le terrain toutes les avancées en la matière.

Appel à projet « Encore plus de Réemploi »

Depuis 2023, Citeo et Adelphe consacrent annuellement 5 % des contributions qui leur sont confiées au développement du réemploi des emballages ménagers. Plus de 50 millions d'euros ont été engagés en 2023 avec une prévision de 350 millions d'ici 2029. Tous les types de projets dédiés au réemploi peuvent être financés : études, expérimentations, passages à l'échelle, campagnes d'influence et campagnes de communication.

En 2023, 144 projets lauréats ont pu être financés à hauteur de 35 millions d'euros. Derrière ces projets, nous constatons une diversité du réemploi en France avec une multitude d'acteurs représentés (metteurs en marché, collectivités, apporteurs de solutions ou encore groupements de metteurs en marché), tous les types de réemploi (préemballé réemployable, vrac et recharge) et enfin de nombreux secteurs impliqués puisqu'on retrouve des projets sur l'alimentaire, la boisson mais également le non-alimentaire avec la cosmétique et le e-commerce.

Pour être tenu informé de la sortie du prochain appel à projet, remplissez le formulaire ici :

<https://www.citeo.com/financer-le-developpement-du-reemploi-o>

Ils ont été financés

Nous avons eu le plaisir cette année d'accompagner Eric Langlet, apiculteur, qui commercialise ses produits depuis septembre 2020 uniquement en emballages réemployables consignés sous la marque "Nos abeilles ont du pot". Ce financement lui a permis de travailler sur le remplacement des couvercles à usage unique de sa gamme actuelle par une capsule réemployable adaptée à ses bocaux, puis de la tester en magasin auprès des consommateurs.



« ReUse » : une démarche collective pour accélérer le réemploi des emballages alimentaires

Citeo et Adelphe ont lancé la démarche « ReUse » fin 2022, à la suite de l'identification d'un certain nombre de freins à lever pour envisager un développement à grande échelle du réemploi des emballages alimentaires : Quel modèle économique pour le réemploi ? Quel financement pour la montée en puissance des boucles de réemploi ? Quelle organisation pour assurer le suivi des prestataires et apporter les garanties nécessaires aux industriels (mise à disposition d'emballages réemployables et réemployés en quantité et en qualité satisfaisantes) ? Comment embarquer la distribution et les consommateurs pour assurer les volumes d'emballages nécessaires aux économies d'échelle ? Au cours de consultation d'experts, d'ateliers de co-construction thématiques rassemblant 60 acteurs du réemploi et d'événements réguliers (les « ReUse Days »), Citeo et Adelphe ont entrepris d'imaginer les solutions d'un dispositif qui serait national et mutualisé avec : l'offre de produits et les emballages éligibles au dispositif mutualisé, le parcours consommateur en magasin, les opérations de collecte, de tri et de lavage, la traçabilité et les systèmes d'information pour la gestion des flux physiques et financiers liés à la consigne.

En 2025, la démarche « ReUse » passe une étape clé : l'activation opérationnelle de la boucle de réemploi des emballages sur une partie du territoire national, soit 4 régions administratives pilotes : Pays de la Loire, Bretagne, Normandie, Hauts-de-France et potentiellement 16 millions de Français.

Objectif : propositions des produits conditionnés dans des emballages réemployables et mis en rayon avant l'été 2025 !



Pour plus d'informations
et pour retrouver le replay
des événements ReUse



Les 4 étapes, pour le lancement d'un projet de réemploi

Après avoir exploré le cadre réglementaire et les attentes des consommateurs autour du réemploi, il est temps de passer à l'action !
Pour cela, suivez ces étapes qui vous guideront dans la définition et le déploiement de votre projet de réemploi.

01

Identifier
le produit et le type
de réemploi adaptés
à mon projet

02

Déterminer
l'emballage adapté
à mon produit et mon type
de réemploi

03

Valider
les conditions propices
au lancement
d'un projet de réemploi

04

Comprendre et agir
à chacune des étapes
du réemploi et s'assurer
d'une chaîne continue



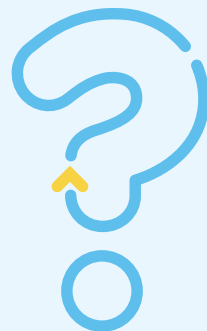
Étape 1

Identifier le produit et le type de réemploi adapté à mon projet

Tous les produits ne peuvent pas se prêter à un projet de réemploi.
De plus, le type de réemploi à mettre en place diffère selon le projet envisagé.
Cette étape permet d'identifier les caractéristiques et facteurs à considérer dans chaque cas.



Commencer
l'étape 1



Ai-je déjà identifié le produit que je souhaite
utiliser dans mon projet de réemploi ?



Je passe à la
question suivante



J'identifie mon produit et
l'emballage adapté à partir
de facteurs à évaluer

Quel(s) produit(s) choisir ?

La première étape pour lancer un projet de réemploi consiste à choisir le ou les produits concernés. Tous les emballages à usage unique ne disposent pas encore d'un équivalent réemployable. De nombreuses solutions émergent mais elles n'ont pas toutes le même niveau de maturité pour un déploiement à grande échelle.

Plusieurs critères peuvent aider à identifier les produits les plus adaptés :

Mode de consommation



Certains produits sont plus ou moins bien adaptés au réemploi.

- Pour les produits de consommation nomade, le modèle de retour de l'emballage sera probablement plus complexe.
- Pour des produits dont l'emballage va subir des contraintes spécifiques (réfrigérateur, congélateur, micro-ondes consommation à même l'emballage), les options de matériaux et de formes d'emballages actuels seront plus ou moins adaptés.

Consommateur cible



Le consommateur visé est clé dans le choix du produit. Selon l'étude menée avec IPSOS, trois profils forment le cœur de cible pour le réemploi : les engagés, les équilibristes et les antigaspis. Ces trois personae représentent environ 44 % des Français. D'autres profils peuvent également être engagés en activant les bons leviers. Pour plus de détails, voir la [page 8](#) du guide.

Perception du consommateur



On constate que passer d'un emballage à usage unique à un emballage réemployable peut perturber le consommateur. Ainsi, il peut être judicieux de choisir un produit connu de ce dernier afin de ne pas bousculer ses repères. Une différenciation autre que le prix (format, contenance, etc.) serait pertinente pour éviter que le prix ne soit le seul critère de comparaison pour le consommateur.

Temps de consommation du produit et fréquence d'achat



La durée de consommation du produit impacte le délai de retour et donc la vitesse de concrétisation du réemploi. Exemple : du vin de garde conservé plusieurs mois voire années dans une cave ne se prête pas bien au réemploi. Un produit dont la fréquence d'achat est élevée et régulière peut, quant à lui, permettre de créer plus rapidement de nouveaux comportements de la part du consommateur.

Comportement de la concurrence



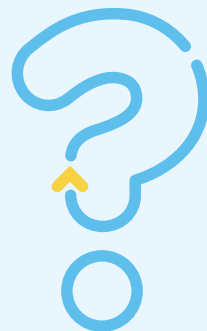
L'existence de réemploi sur un produit peut encourager les entreprises concurrentes à lancer des projets similaires. En effet, si certains l'ont déjà expérimenté, celui-ci est probablement apte au réemploi. Toutefois, aller sur d'autres produits peut permettre de se différencier pour capter un nouveau marché.

Caractéristiques du produit



Si le produit a des propriétés organoleptiques* facilement altérables ou si le produit est fragile, cela peut compliquer la mise en place du réemploi (ex : l'intégrité des chips rend difficile le réemploi sauf à travailler en amont sur un emballage spécifique/adapté).

* Propriétés qui stimulent la sphère sensorielle (goût, flaveur, odeur).



Je connais le type de réemploi que je souhaite
utiliser dans mon projet ?



Je passe à la
question suivante



J'identifie le type
de réemploi adapté

Quel type de réemploi choisir ?

Après avoir choisi le produit, il faut ensuite choisir le bon type de réemploi parmi le préemballé réemployable, le vrac ou l'emballage parent avec recharge. Découvrez en détail ces trois types de réemploi, les secteurs dans lesquels on les retrouve et identifiez le type qui se prête le plus à votre projet.

Présenté avec emballage primaire

Réemploi par le professionnel

Préemballé réemployable



Source : Météor, Blédina, Endro

Réemploi par le consommateur

Emballage parent avec recharge



Source : l'Arbre vert, Lush

Présenté sans emballage primaire

Réemploi par le professionnel

Vrac avec réemploi par le professionnel



Source : Cozie

Réemploi par le consommateur

Vrac avec réemploi par le consommateur



Source : Algramo

Pour aller plus loin

[Fiche Réflexe Vrac](#)

[Fiche Réflexe Préemballé Réemployable](#)

[Fiche Réflexe Emballage parent avec recharge](#)

[Module Campus Circulaire](#)



> Le préemballé réemployable

Le consommateur achète le produit préemballé et une fois le produit consommé, il rapporte son emballage. L'emballage est alors pris en charge par un professionnel, puis nettoyé afin d'être rempli à nouveau et réemployé. Cela exige de mettre en place un dispositif complet : récupération auprès du consommateur, transport, processus industriel de nettoyage et de re-remplissage par les industriels.



Les avantages de ce type de réemploi

- **Geste familial et facilement assimilé par les consommateurs :** le système de consigne, réalisé avec des emballages préemballés réemployables, est généralement connu des consommateurs*.
- **Le préemballé réemployable** évite au producteur de fabriquer des emballages en grande quantité.
- Possibilité de **mutualiser le système d'emballages préemballés réemployables** en ayant par exemple recours à des emballages standardisés.

* Programme d'étude IPSOS x Citeo 2023.



Les points d'attention clés dans la mise en place de ce type de réemploi

- **Mutualiser les emballages pour maximiser les rotations et limiter certains effets de saisonnalité**, c'est-à-dire des périodes où la demande est variable (par exemple plus de bouteilles en verre de vin rosé en été).
- **Concevoir des emballages et des étiquettes avec des colles hydrosolubles**, permettant un détachement facile lors du lavage tout en garantissant une adhérence optimale chez le consommateur.
- **Faciliter le retour de l'emballage** par le consommateur en point de vente.
- **Favoriser un maillage national des centres de lavage** pour diminuer les distances entre points de collecte et usines de lavage ainsi qu'entre usines de lavage et lignes de conditionnement.
- **Optimiser la collecte** pour limiter le nombre de camions.
- **Mutualiser les emballages** pour réduire les distances de transport.

Secteurs d'activités les plus adaptés à ce type de réemploi (non exhaustifs)



Secteur
Boisson



Secteur
Produits laitiers



Secteur
Hygiène beauté
et détergence



Secteur
Viande, charcuterie,
poisson et traiteur frais



Secteur
Restauration



Secteur
E-commerce
(dont bien ménagers)



Secteur
Épicerie

Le préemballé réemployable : approche par secteur

> le secteur restauration



Dans la restauration, les offres d'emballages réemployables consignés se développent en France pour la vente à emporter et la livraison. Le restaurateur propose un emballage réemployable (en général consigné) lors de l'achat, le client consomme son plat, puis rapporte l'emballage pour qu'il soit ensuite lavé directement sur place lorsque le restaurateur a la possibilité de le faire ou par un laveur pour être ensuite remis en circulation.

> le secteur produits laitiers



Le préemballé réemployable peut être envisagé dans le secteur des produits laitiers en tenant compte de plusieurs points de vigilance notamment en matière de sécurité sanitaire. Pour éviter toute contamination, le producteur doit pouvoir tracer ses produits et suivre les lots, comme c'est le cas pour les emballages à usage unique. Par ailleurs, les pots en polystyrène actuels, conçus pour un usage unique, ne sont pas adaptés au réemploi. Il est donc nécessaire de repenser l'emballage dans son intégralité et donc de modifier le procédé industriel de conditionnement.

Exemple inspirant



Uber Eats et Bioburger ont testé un système de consigne à Paris. Les deux contenants consignés étaient facturés 4 € en cumulé. Lors de la commande, le client avait le choix entre un emballage consigné ou un emballage biodégradable. Il pouvait récupérer sa consigne en rapportant les contenants dans l'un des deux restaurants parisiens.

Source : Uber & Bio Burger



> le secteur e-commerce



Chaque Français reçoit en moyenne environ 25⁽¹⁾ colis par an. Afin d'atteindre les objectifs de réemploi, le secteur se doit de proposer des colis réemployables permettant d'éviter la fabrication de nouveaux colis à usage unique. La mise en place d'une solution de colis réemployables peut permettre de diminuer de 57 %⁽²⁾ en moyenne les émissions de carbone par cycle comparativement aux colis conventionnels.



Si vous êtes dans le secteur des biens ménagers et que vous proposez la vente de vos produits en e-commerce, la solution du colis réemployable peut-être adaptée.

Exemple inspirant



Balzac Paris, entreprise du secteur de la mode, propose à ses consommateurs la possibilité d'opter pour un emballage réemployable. S'il choisit cette option, le consommateur devra payer 1 € de consigne. Ce montant lui sera remboursé dès qu'il aura retourné son colis réemployable.

Source : Balzac Paris

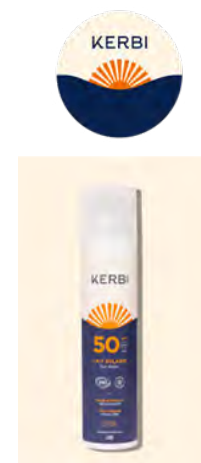


> le secteur hygiène beauté et détergence



Sur ce secteur, nous constatons majoritairement des solutions de vrac et de recharge mais plusieurs acteurs commencent à se lancer également dans le préemballé réemployable. La mise en place de ce type de réemploi est un vrai challenge puisque c'est un secteur avec des contraintes sanitaires fortes (protection microbiologique), des formules complexes voire sensibles comme pour les parfums (conservation des propriétés olfactives, stabilité dans le temps...) et pour lequel l'esthétique de l'emballage et le standing du produit ont un vrai impact sur le consommateur. Un autre point à prendre en compte sont les rotations de produits qui sont plus longues que celles sur l'alimentaire. Pour autant ces freins sont levés petit à petit par les marques.

Exemple inspirant



Kerbi propose certains de ses produits dans des emballages réemployables consignés : c'est le cas de leur sérum Horizon conditionné dans un flacon en verre et de leur crème solaire famille conditionnée dans un flacon en aluminium. Après avoir utilisé le produit, le consommateur rince l'emballage vide et le rapporte en boutique partenaire ou via un retour postal. L'emballage est ensuite soigneusement nettoyé et reconditionné pour être réemployé.

Source : Kerbi



(1) Pitney Bowes, Parcel shipping index, 2023.

(2) Paris Good Fashion, 2022.

➤ le secteur viande, charcuterie, poisson et traiteur frais



Contrairement au vrac, ce type de réemploi reste encore marginal dans ce secteur. Plusieurs points de vigilance concernant l'utilisation des emballages nécessitent l'attention des acteurs. Par exemple, dans le cas des plats préparés, le consommateur peut abîmer le contenant s'il mange directement dans l'emballage réemployable avec ses couverts. Du point de vue de la sécurité sanitaire, certains produits, comme la charcuterie, présentent un risque plus élevé de contamination en raison de leur forte teneur en humidité, de leur richesse en nutriments, et de leur sensibilité à la prolifération bactérienne. Enfin, au niveau technique il faut organiser toute la partie récupération post-consommation de l'emballage. Néanmoins, ce type de réemploi commence à se développer avec un service fourni par des opérateurs de réemploi.

Exemple inspirant



Source : Hyper U x Berny

Le magasin Hyper U de Chapelle sur Erdre expérimente la solution de réemploi Berny : un système de réemploi avec des barquettes en acier inoxydable consignées. La solution est testée depuis 2021 dans les rayons boucherie et poissonnerie en libre service.

Les barquettes sont livrées sur le point de vente pour un conditionnement des produits sur place. Les produits sont proposés en rayons avec un montant de consigne de 2 € ou 3€. Une fois le produit consommé, le client rapporte la barquette au magasin et récupère son montant de consigne en bon d'achat.

Les barquettes sont ensuite collectées par Berny pour être lavées avant leur retour en magasin.



➤ le secteur épicerie



Du fait de la grande variété de produits dans ce secteur, le type de réemploi varie selon la typologie de produits.

Par exemple, les produits de type snacks salés/sucrés (biscuits, graines) sont des produits de consommation nomade, ce qui peut compliquer la récupération de l'emballage. Pour des produits qui ciblent des consommateurs plus jeunes comme les confiseries, les emballages doivent pouvoir s'ouvrir et être manipulés facilement. L'emballage réemployable doit aussi être facile à nettoyer, ce qui peut s'avérer compliqué pour des produits comme les pâtes à tartiner, en raison de leur texture visqueuse ou des résidus de colle des opercules qui peuvent persister.

Exemple inspirant



Source : Michel & Augustin

L'entreprise Michel & Augustin s'est associée à Bocoloco pour tester la consigne comme nouvel acte d'achat responsable pour le consommateur. Les bocaux sont préparés dans l'entrepôt de Bocoloco puis livrés et installés en rayon. Une fois qu'il a utilisé son bocal, le client le rapporte en magasin, le dépose dans le collecteur et récupère 1 € en bon d'achat.

Le taux de retour était de l'ordre de 40 % lors de l'étude pilote menée dans les magasins Monoprix entre février et juin 2022. Les bocaux sont ensuite réexpédiés chez Bocoloco, lavés et reemplis avant leur retour en magasin. Un QR code figure sur les bocaux afin de retrouver toutes les informations liées aux produits (origine, ingrédients...).



> le secteur boissons



Le préemballé réemployable de type consigne est historiquement le type de réemploi le plus adapté au secteur des boissons. Les consommateurs connaissent bien le système et l'associent justement aux bouteilles consignées*. Il s'agit donc de la forme de réemploi à privilégier si votre produit fait partie de ce secteur.

Exemple inspirant



Dès leur premier millésime, 2019, le domaine a décidé de mettre en place la consigne non monétaire pour réemploi de ses bouteilles verre. Début 2021, le domaine a collecté avec leur partenaire, La Consigne de Provence, un retour d'environ 20 % de ses bouteilles commercialisées, autant de bouteille à usage unique non produites.

Des casiers sont disponibles à l'entrée du domaine, et au sein d'autres points partenaires, comme des cavistes et des Biocoop locaux. Sur chaque bouteille une mention « Cette bouteille est consignée, pensez à la ramener au Domaine Roustan » est ajoutée. Un dispositif que le domaine a mis en place de la même manière pour ses jus de raisin.



Adelphe a identifié trois systèmes de bouteilles consignées existant :

> **Les iconiques** : ce sont des bouteilles uniques spécifiquement adaptées à une boisson et une marque, elles nécessitent une gestion du parc par l'industriel lui-même.



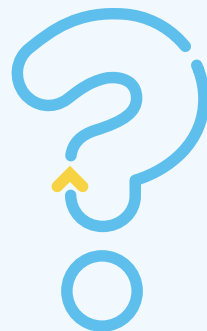
> **Les mutualisées** : ces bouteilles nécessitent une gouvernance et une gestion collective impliquant plusieurs acteurs. Leur forme et leur design, adaptés à la boisson qu'elles contiennent, permettent de se distinguer d'autres bouteilles tout en préservant une identité propre.



> **Les standardisées** : ce sont des bouteilles standards interchangeables entre les différents acteurs. Elles permettent d'optimiser les coûts de la boucle et la gestion peut être faite par un fournisseur de service. En raison du format standard, elles ne peuvent être différenciées que par les étiquettes.



* « Représentations et potentiels d'adhésion au réemploi » Citeo/Ipsos 2023.



Est-ce que je souhaite mettre en place une offre
de préemballé réemployable ?



Je passe
à l'étape 2



Je passe à
l'emballage parent
avec recharge

> L'emballage parent avec recharge

Le système d'emballage parent avec recharge est l'une des trois typologies de réemploi existantes. L'emballage parent est rerepli à domicile par le consommateur à l'aide de recharges conçues spécifiquement à cet effet. La recharge, également appelée « emballage intermédiaire », permet de remplir à nouveau un emballage parent avec un même produit, mais n'est pas conçue pour être utilisée seule. Ce type de réemploi s'adapte bien à différents produits (shampooing, lessive, cacao en poudre, thé, etc.).



Les avantages de ce type de réemploi

- **Réduire** la quantité de matière d'emballage.
- **Le réemploi** du contenant est directement effectué par le consommateur, il n'y a donc pas de processus de lavage à mettre en place.
- **La recharge** engage le consommateur à être fidèle au produit. Il est incité consommer de nouveau le produit de la marque pour le rerepli.



Les points d'attention dans la mise en place

- **L'emballage parent et la recharge** doivent être proposés sur le même lieu de vente. Un contenant vendu vide ou non destiné à être rempli au point de vente n'est pas considéré comme un emballage réemployable mais comme un produit.
- **La recharge** ne peut pas être utilisée sans l'emballage parent et ne doit pas remplir la même fonction. L'emballage intermédiaire doit être soit non refermable, soit réutilisable pour plusieurs remplissages ou nécessiter un accessoire spécifique sur l'emballage parent.
- **Il faut informer clairement le consommateur** sur le système de recharge et cultiver son engagement grâce à une communication en magasin ou sur le produit.
- **L'emballage parent et l'emballage intermédiaire (ou recharge) doivent être recyclables ou intégrés à une filière de recyclage.** [L'outil Tree vous permet d'évaluer la recyclabilité de vos emballages.](#)

Secteurs d'activités les plus adaptés à ce type de réemploi (non exhaustifs)



Secteur
Hygiène
beauté et
détergence



Secteur
Épicerie

L'emballage parent avec recharge : approche par secteur

> le secteur hygiène beauté et détergence



Dans le secteur de l'hygiène beauté et détergence, la mise en place d'un système d'emballage parent avec recharge est assez répandu. Dans la cosmétique, 77,5 %* des entreprises indiquent l'avoir mis en place. Les recharges proposées concernent de nombreux types de produits (crèmes, lessives, produits d'entretiens...).

Exemple inspirant



Mir propose des recharges souples en mono-PE de 150 ml à diluer, destinées à ses gammes de flacons Mir Vaisselle de 450 ml qui sont réemployables.



> le secteur épicerie



Dans le secteur de l'épicerie, le système d'emballage parent avec recharge est encore assez peu répandu. Pourtant ce type de réemploi est tout à fait possible pour certains types de produits (chocolat en poudre, épices...) et présente des avantages.

Par exemple en matière de sécurité alimentaire, contrairement au vrac, le conditionnement du produit dans une recharge permet de conserver la barrière de protection. Ce système permet également des économies contrairement au préemballé réemployable, car il n'y aura pas de lavage à mettre en place pour le metteur en marché, c'est le consommateur qui devra se charger de laver l'emballage parent.

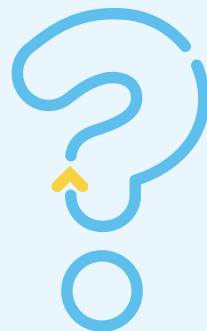
Exemple inspirant



Nestlé propose un système de recharge en papier recyclé, pour sa poudre cacaotée Nesquik qui permet de remplir de nouveau la boîte (emballage parent). Ce système permet de réemployer les boîtes en plastique et donc d'éviter d'en produire de nouvelles.



* PLASTIC ACT FEBEA : feuille de route 4R du secteur cosmétique.



Est-ce que je souhaite mettre en place une offre
d'emballage parent avec recharge ?



Je passe
à l'étape 2



Je passe
au vrac



Le vrac

La vente en vrac est l'une des trois typologies de réemploi existantes. Elle désigne la vente au consommateur de produits présentés sans emballage, en quantité choisie par le consommateur et avec des contenants réemployables fournis par le professionnel ou directement apporté par le consommateur. La vente en vrac peut être proposée en libre-service ou en service assisté par un opérateur du point de vente. En revanche, la vente en libre-service de denrées alimentaires à emporter en vue d'une consommation immédiate (par exemple, les « bars à salade » proposés dans certains supermarchés) n'est pas considérée comme de la vente en vrac.



Les avantages de ce type de réemploi

- **Éviter le gaspillage** alimentaire en rayon et chez le consommateur.
- **Limiter les emballages** dans la phase logistique de prévente.
- **Optimiser la logistique** des différents flux de produits.
- **Proposer une offre variée** (espace multimarque, produits biologiques) avec la possibilité pour le consommateur de choisir la quantité voulue.



Les points d'attention dans la mise en place

- **Former la force de vente** afin de limiter les pertes et de lever les doutes des éventuels consommateurs.
- **Garantir la bonne information du consommateur**, depuis le meuble de vrac jusqu'à son domicile.
- **Veiller à proposer des emballages réemployables** à proximité du meuble et/ou encourager les consommateurs à utiliser leurs propres contenants.
- **Assurer la maintenance du meuble** et informer le consommateur de l'hygiène des produits proposés en vrac.
- **S'assurer des bonnes pratiques de conditionnement**, transport, stockage et traçabilité des produits sur toute la chaîne de valeur pour garantir leur qualité en point de vente.

Secteurs d'activités les plus adaptés à ce type de réemploi (non exhaustifs)



Secteur
Boisson



Secteur
Produits laitiers



Secteur
Hygiène beauté
et détergence



Secteur
Viande, charcuterie,
poisson et traiteur frais



Secteur
Épicerie



Secteur
Biens ménagers

Le vrac : approche par secteur

➤ le secteur épicerie



Le vrac dans le secteur de l'épicerie peut être aisément mis en place selon le type de produits.

Par exemple les produits secs comme les pâtes, le riz ou les épices peuvent facilement être proposés sous forme de vrac dans les supermarchés et être facturés au poids.

En revanche d'autres produits du secteur comme la confiture ou la purée ne pourront être proposés en vrac en raison des contraintes sanitaires et de la praticité pour le consommateur.

➤ le secteur boissons



Le vrac dans le secteur des boissons est possible mais peut être plus compliqué à mettre en place que le préemballé réemployable.

En effet, le système nécessite de revoir la disposition du produit sur le point de vente en mettant en place des fontaines/robinets pour que le consommateur remplisse lui-même son contenant. Le metteur en marché peut soit proposer au consommateur d'apporter sa propre bouteille ou mettre en place un système de bouteilles réemployables, consignées ou non, à proximité des fontaines.

Exemple inspirant

**Inter
marché**



Source : Intermarché

Les magasins Intermarché proposent depuis 2021 une offre étendue de produits d'épicerie en vrac. Les références proposées sont soit de la MDD (Marque Distributeur) ou de la marque nationale allant des pâtes Barilla aux biscuits apéritifs Ben Et Nuts. Les rayons vracs sont situés à proximité des références emballées pour faciliter le repérage par le consommateur afin de faciliter son adoption.



> le secteur produits laitiers



Dans le secteur des produits laitiers, les producteurs commencent à mettre en place des solutions de vente en vrac. Néanmoins le développement de ce système est freiné par des contraintes sanitaires. La vente en vrac est aujourd'hui interdite pour les produits laitiers liquides traités thermiquement. C'est notamment le cas pour le lait cru lorsqu'il est remis en vrac directement au consommateur par le vendeur, qui réalise directement le conditionnement devant lui ou par l'intermédiaire d'un distributeur automatique de liquide.

Exemple inspirant



Source : Danone

Danone a testé le modèle de la vente en vrac sur sa référence de yaourt brassé dans le Carrefour Market de Paris-Sèvres pendant trois mois. Le distributeur recevait des cartons contenant des poches en plastique souple de 5 L qui permettaient de recharger les fontaines réfrigérées conditionnant le yaourt. Le consommateur pouvait se servir du produit dans son propre contenant ou dans des pots proposés.



> le secteur viande, charcuterie, poisson et traiteur frais



Contrairement au vrac la solution reste encore marginale dans ce secteur. Plusieurs points de vigilances nécessitent l'attention des acteurs concernant l'utilisation des emballages. Par exemple, dans le cas des plats préparés, le consommateur peut abîmer le contenant s'il mange directement avec ses couverts. Du point de vue de la sécurité sanitaire, certains produits comme la charcuterie peuvent être sujets à risque de contamination. Enfin au niveau technique il faut organiser toute la partie récupération post-consommation de l'emballage. Néanmoins, cette forme de réemploi commence à se développer avec un service fourni par des opérateurs de réemploi.

Exemple inspirant



Depuis octobre 2021, Aoste expérimente la vente en vrac à l'aide d'un meuble vrac composé de trois trémies pour trois variétés de mini saucissons secs : nature, noix et chorizo. Les trois références de mini saucissons secs y sont vendues dans des bacs avec pelles pour le self-service. Le consommateur a la possibilité d'apporter son propre contenant en le pesant avant de faire ses achats, il a aussi la possibilité de mettre ses achats dans des sachets kraft ou des boîtes cartons recyclables fournis par le magasin.

Source : Aoste



> le secteur hygiène beauté et détergence



Dans le secteur de l'hygiène beauté, la vente en vrac existe depuis longtemps, notamment pour les produits d'entretien comme les savons proposés en vrac par certains distributeurs. Pour les autres produits, comme les cosmétiques ou la parfumerie, de nouvelles solutions de vente en vrac voient le jour mais sont confrontées à des contraintes réglementaires (risques bactériologiques) et techniques (système qui prend de la place sur le lieu de vente).

Exemple inspirant



Source : Expanscience

Cinq acteurs majeurs de la dermocosmétique (Expanscience, Garancia, La Rosée Cosmétique, Naos et Pierre Fabre) s'associent pour proposer un mobilier commun (Pharma recharge) dans six pharmacies. Ce dispositif met à disposition, en libre-service, 15 produits d'hygiène du quotidien, rechargeables dans un flacon en verre commun.



> le secteur biens ménagers



Le secteur des biens ménagers, qui inclut divers sous-secteurs non alimentaires comme le textile, l'automobile, le bricolage et les jouets, peut également adopter des solutions de vrac. Certaines initiatives, notamment dans le bricolage et dans l'outillage d'automobile et des pièces de rechanges, se sont développées au fil des années et commencent à se généraliser.

Exemple inspirant



Les magasins L'Entrepôt du Bricolage proposent l'achat de visserie en vrac dans des contenants réemployables. Le consommateur doit apporter sa propre boîte pour la remplir des vis dont il a besoin. En choisissant cette modalité d'achat plutôt que le préemballé classique, il bénéficie d'une remise de 10 % sur sa carte de fidélité.



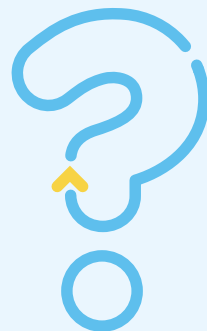
RÉUTILISEZ VOTRE BOÎTE ET CRÉDITEZ
10 % sur votre CARTE SOURIRE

1 RAPORTEZ
 votre boîte " vis / chevilles vrac "

2 REMPLISSEZ
 avec votre sélection de vis / chevilles en vrac

3 CRÉDITEZ
 10% de la valeur de la boîte sur votre Carte Sourire

Source : L'entrepôt du Bricolage



Est-ce que je souhaite mettre en place
une offre de vrac ?



Je passe
à l'étape 2



Je revois tous les types
de réemploi existants



Étape 2

Déterminer l'emballage adapté à mon produit
et au type de réemploi choisi

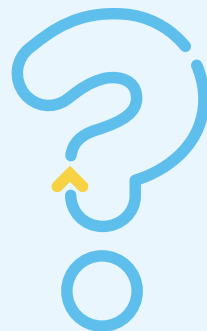
Cette étape permet de déterminer l'emballage adapté en analysant les caractéristiques
et facteurs à considérer dans chaque cas.



Je mets à jour mon tableau de bord
en renseignant le produit et le type
de réemploi sélectionné



Commencer
l'étape 2



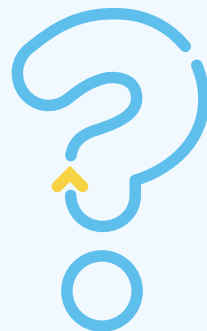
J'ai déjà déterminé l'emballage que je souhaite
utiliser dans mon projet de réemploi ?



Je passe
à l'étape 3



Je passe à la
question suivante



Quel type de réemploi ai-je choisi ?



Le préemballé
réemployable

Accéder au prochain point :
[Déterminer mon emballage
pour le préemballé](#)



Vrac avec réemploi
par le professionnel ou
par le consommateur

Accéder au prochain point :
[Déterminer mon emballage
pour le vrac](#)



L'emballage parent
avec recharge

Accéder au prochain point :
[Déterminer mon emballage
parent avec recharge](#)

> Quel emballage choisir pour le préemballé ou le vrac ?

Si vous optez pour le préemballé réemployable ou le vrac dans votre projet de réemploi, il est essentiel de réfléchir à l'emballage que vous mettrez à disposition du consommateur.

L'emballage : un élément clé du réemploi

Pour rappel, l'emballage à usage unique remplit un certain nombre de fonctionnalités essentielles tout au long de la chaîne de valeur d'un produit, de sa fabrication à sa consommation telles que :

- Protéger le produit
- Faciliter son transport et son stockage
- Informer le consommateur

Mais aussi des fonctionnalités additionnelles comme :

- Permettre son identification par le consommateur
- Ajouter de la valeur au produit

...avant d'être trié puis recyclé.

Dans le cas du réemploi, l'emballage doit assurer toutes ces fonctions mais sur plusieurs cycles.

Il doit être ramené, stocké, transporté et lavé avant d'être reconditionné sur ligne industrielle ou manuellement. Pour s'assurer que l'emballage puisse réaliser un maximum de rotations tout en préservant son intégrité et ses propriétés, plusieurs aspects de l'emballage sont à considérer dès sa conception.

Il doit aussi être recyclable conformément aux exigences de la loi AGEC*.

*Article 9 loi AGEC - Décret n° 2022-507 du 8 avril 2022.
**Article L120-1 - Code de la consommation - Légifrance).

Les exigences essentielles

L'emballage doit être en mesure de répondre à certaines contraintes ou exigences essentielles.



➤ Interaction produit/emballage

Contrôler les échanges entre la matière et le produit qu'elle contient (migration, couleur, goût et odeur) de manière à assurer l'aptitude au contact alimentaire sur plusieurs boucles.



➤ Intégrité de l'emballage

Faire en sorte que l'emballage ne se déforme, ne se fissure ou ne rompe pas.



➤ Capacité de préservation du produit

Le produit contenu doit conserver ses propriétés physiques et garantir des DLC similaires à celles de l'usage unique.



➤ Ergonomie et acceptabilité consommateur

L'aspect de l'emballage doit rester attractif pour le consommateur et ce, même après plusieurs boucles (déformation, coloration, odeur).

À noter

- Si vous avez décidé de mettre en place un projet de réemploi en vrac, vous devez obligatoirement proposer un emballage ou un contenant réemployable ou réutilisable au consommateur.**

> Déterminer mon emballage réemployable

1. L'emballage standardisé réemployable

Un emballage standard réemployable a la particularité, contrairement à un emballage signature/spécifique, d'être utilisable indifféremment par plusieurs metteurs en marché, et ce, plusieurs fois. Cela implique que lors de sa conception, des critères de design, matériau, contenance et fermeture doivent être définis pour assurer sa compatibilité avec différents produits et différents outils industriels de conditionnement.

L'emballage standardisé de demain sera le résultat d'une concertation avec les différentes parties prenantes (industriels, fabricants d'emballages, laveurs, acteurs du réemploi, etc.) pour répondre au mieux aux besoins de tous. Une fois, cette phase de concertation terminée, les emballages standards seront produits et commercialisés. Des travaux continuent d'être menés par Adelphe et différentes parties prenantes afin de mettre en place cette gamme. Pour plus d'informations rendez-vous sur www.adelphe.fr



Les avantages des emballages standards réemployables :

Ces emballages contribuent à optimiser le bilan économique et environnemental du dispositif de réemploi en permettant :

- > la massification des emballages afin d'optimiser les processus de retour, de tri, de lavage et de logistique ;
- > la création d'un maillage territorial complet permettant d'améliorer le bilan environnemental de chaque emballage ;
- > l'accès de tous les metteurs en marché à une gamme d'emballages adaptée au réemploi, même ceux qui n'ont pas les moyens pour les développer ;
- > un dispositif/une offre de réemploi plus simple et compréhensible par les consommateurs.

Au-delà de la standardisation, un système de « *pooling* » (système mutualisé où plusieurs entreprises partagent des emballages standardisés, gérés par une entité externe, qui s'occupe de leur collecte, nettoyage et redistribution, pour réduire les coûts et les déchets) est souvent mis en place pour assurer la coordination entre les utilisateurs des emballages.

Exemple inspirant



- > La bouteille en PET réemployable commercialisée par les marques du groupe Coca-Cola en Amérique Latine.



- > Citeo et Adelphe ont développé un système d'emballages standards interchangeables entre différents acteurs, visant à optimiser les coûts. La gestion pourrait être assurée par un prestataire, et ces bouteilles ne se distinguent que par leurs étiquettes en raison de leur format unique.

« Un système de réemploi fonctionnel doit être coordonné par un gestionnaire, et l'utilisation des bouteilles est conditionnée par l'appartenance des producteurs au système ». **Judith Hausner de la société VdF (Verband der deutschen Fruchtsaft-Industrie)**



2. Le design



➤ La forme

La forme utilisée peut engendrer des difficultés à certaines étapes de la boucle notamment lors du lavage en cas d'angles ou arêtes trop prononcés.

Au même titre que l'usage unique, **le choix de la forme doit aussi tenir compte des produits que l'emballage contiendra.**

À titre d'exemple, dans le cas d'emballages mutualisés dans la restauration, des boîtes trop rondes pourraient être compliquées à dresser par les restaurateurs.

Des normes peuvent aussi imposer des contraintes sur l'emballage et doivent donc être prises en compte lors du choix de la forme.

En cosmétique par exemple, le goulot des flacons est soumis à des standards.



➤ La résistance

La résistance permet d'assurer **un maximum de rotations effectuées par l'emballage**, élément capital pour un impact environnemental minimal.

Comme pour l'usage unique, certaines parties de l'emballage sont soumises à des contraintes plus fortes (exemple : la bague du pot lors de sa fermeture ou encore l'ensemble de l'emballage soumis à des chocs thermiques ou des montées de température lors du conditionnement).

La robustesse des emballages réemployés est d'autant plus importante que le nombre de rotations augmente.



➤ La différenciation

La différenciation de l'emballage par son design est clé pour **faciliter sa distinction de l'usage unique par le consommateur**. Selon le programme d'étude mené par Citeo avec IPSOS en 2023, les Français souhaitent que les emballages réemployables soient clairement identifiables en rayon, soit par l'introduction d'une gamme standard comme celle initiée par Citeo, soit grâce à des informations explicites sur le produit (comme le logo R Coeur de Citeo sur la gamme d'emballages standards) ou *via* une indication en magasin (montant de la consigne, affichage type kakémono harmonisé proposé aussi par Citeo).

Cette différenciation peut être assurée par :

➤ La forme



Coca-Cola 33 cl
en CHR
(Cafés, Hôtels
et Restaurants)

Jus de fruits
en Allemagne

➤ Une gravure ou embossage



Gravure en perles en Allemagne
(« Perlenflasche »)

3. Le matériau

Il existe aujourd'hui **trois principaux matériaux** utilisés pour du réemploi : le verre, le PET et l'inox.

Tous présentent des avantages spécifiques.

Le choix du matériau devra se faire en fonction de l'utilisation de l'emballage et des produits contenus.

D'autres matériaux pourraient à terme trouver leur place dans l'univers du réemploi. Des expérimentations sont en cours à plus ou moins grande échelle (ex : certaines résines plastiques non utilisées dans l'usage unique). L'important est d'attester que le matériau respecte les exigences essentielles de l'emballage sur toutes les boucles de réemploi.



VERRE

- Risque de casse
- Inerte*
- Lourd
- Bon marché
- Le verre peut se recycler à plusieurs reprises. Selon l'étude menée avec IPSOS, le verre est perçu comme idéal pour le réemploi (facile à nettoyer, fiable, et traditionnellement associé à la consigne), mais son poids peut être un frein pour certains consommateurs.



PLASTIQUE (PET)

- Risque de déformation
- Migration à étudier
- Léger
- Très bon marché
- Il existe de nombreuses résines plastiques (PET, PP, copolyester et bien d'autres) qui ont des propriétés différentes. L'étude avec IPSOS montre que les consommateurs sont moins enthousiastes à l'idée d'utiliser le plastique pour le réemploi, contrairement au verre. Cependant, si le plastique devenait plus robuste, il pourrait être davantage perçu comme réemployable.



INOX

- Risque de déformation
- Inerte*
- Poids moyen
- Prix modéré
- Résiste à la chaleur et aux changements de température.

* Ici, on parle de matériau inerte pour un matériau provoquant peu de migration entre l'emballage et le produit.

4. La contenance



Lorsque l'on met au point un projet de réemploi, il peut être utile de repenser son emballage pour le rendre réemployable. Au-delà du matériau envisagé, il peut être pertinent de reconsidérer la contenance de son emballage.

En effet, la rentabilité économique d'un petit format pouvant être plus complexe à tenir en version réemployable, envisager des emballages d'un volume supérieur (avec du multiportion par exemple) peut permettre à la fois une **structure de coûts plus viable** mais également une certaine **différenciation vis-à-vis de ses propres produits en usage unique ou vis-à-vis de la concurrence**.



En créant des multiportions Blédina réduit encore plus la quantité d'emballage mise sur le marché par rapport à ses pots classiques permettant d'aller un cran plus loin dans une démarche vertueuse. Cela permet aussi un repère pour le consommateur qui, sur cette catégorie ne pouvait acheter du gros volume avant cette nouvelle offre.

5. Le système de fermeture



À ce jour, les systèmes de fermeture sont majoritairement conçus à usage unique, et **il existe peu de solutions de fermeture réemployable garantissant une étanchéité totale et une DLC satisfaisante sur plusieurs rotations**.

Dans la restauration à emporter, les produits étant consommés le jour même pour la plupart, des systèmes de fermeture, moins étanches mais réemployables, sont utilisés.

Pour certains produits en GMS conditionnés sous atmosphère modifiée ou contrôlée, un operculage totalement hermétique est nécessaire.

Pour résoudre ce problème, certains acteurs réfléchissent déjà à des solutions permettant d'operculer à plusieurs reprises un même emballage.



6. L'étiquette



Aujourd'hui, l'étiquetage des emballages à usage unique se fait majoritairement avec de l'adhésif et du papier couché, qui ont l'avantage de garantir une bonne résistance aux contraintes extérieures (humidité, chaleur, par exemple) ainsi qu'une grande liberté dans le design de l'étiquette.

Toutefois, ces techniques ne sont pas très adaptées au réemploi car elles engendrent des complications lors de la phase de lavage en rendant plus difficile le retrait de l'étiquette.

Un facteur fondamental à prendre en compte pour assurer l'enlevabilité des étiquettes est [le stockage des emballages](#) : si ces derniers sont exposés de manière prolongée à des contraintes climatiques comme la pluie ou les rayons UV, l'étiquette sera d'autant plus difficile à retirer.



À noter



L'association Bout' à Bout' a réalisé un rapport d'étude sur l'enlevabilité des étiquettes au lavage de bouteilles en testant plusieurs combinaisons de paramètres (type d'adhésif, traitement du papier, encrage...) sur des bouteilles stockées 3, 6 et 12 mois en extérieur afin de déterminer quelles combinaisons garantissaient le meilleur décollage possible.

Les principaux résultats sont les suivants :

Facteurs significatifs par ordre décroissant

- Le traitement du papier
- La référence de l'adhésif
- La technique d'impression

Facteurs à significativité variable⁽¹⁾

- La présence d'une couche de vernis
- La couverture d'encre⁽²⁾

Facteurs peu significatifs⁽²⁾

- La taille de l'étiquette
- La présence modérée de dorures

⁽¹⁾ Ces facteurs sont impliqués dans des interactions (notamment le traitement du papier et du vernis) ; il n'est donc pas possible de conclure sur leurs effets individuels sans prendre en compte l'effet des facteurs combinés.

⁽²⁾ Dans l'expérimentation réalisée par Bout' à Bout, la couverture d'encre prise était faible afin de ne pas masquer l'impact des autres facteurs.

Afin de contourner le problème de l'étiquette qui reste après le lavage, plusieurs leviers d'action sont possibles.

Les moyens d'actions pour les bouteilles : optimiser la solution d'étiquette existante

Il est possible de conserver un étiquetage à l'adhésif en agissant sur les différents paramètres du processus.

- En diffusant les **bonnes pratiques de stockage** des emballages auprès des consommateurs, des distributeurs et des prestataires (conserver à l'abri des intempéries, et limiter le plus possible la durée de conservation).
- En optant pour du **papier non couché**, on perd légèrement en qualité de rendu des couleurs, mais on gagne en porosité, ce qui permet à la solution sodée de mieux s'infiltrer dans l'étiquette lors du lavage et d'atteindre plus facilement la couche adhésive à dissoudre. Toutefois, avec certains adhésifs, le papier couché peut être utilisé si tous les paramètres sont favorables.
- En **priviliégiant certains adhésifs**. Il existe aujourd'hui sur le marché des adhésifs dits lavables qui peuvent être employés. Toutefois des tests d'enlevabilité doivent être menés car des problématiques d'adhésion ou des échecs systématiques peuvent être rencontrés.

À noter : des facteurs type vernis ou traitement couché du papier accentuent les écarts d'enlevabilité entre les deux références d'adhésifs.

Concernant la **technique d'impression**, l'étude a montré que l'impression numérique donnait de meilleurs résultats que la flexographie et l'offset.

Dans les tests réalisés par Bout' à Bout', il a été constaté que si l'adhésif et le papier choisis ont des propriétés d'enlevabilité satisfaisantes (ex : adhésif lavable et papier non couché), l'ajout d'un vernis est moins problématique, mais il reste recommandé d'effectuer des tests pour s'en assurer.

Changer de solution

Il est également possible d'utiliser un système d'étiquetage traditionnel avec du papier et de la colle froide qui présente certains avantages tels que :

- **solution moins coûteuse sur des grandes séries ;**
- **enlevable très facilement au lavage ;**
- **plus écologique** (car produit moins de déchets et contient moins de produits chimiques).

Ses principaux défauts sont qu'elle offre moins de liberté dans le choix des formes d'étiquette et qu'elle résiste moins bien aux contraintes extérieures (humidité, chaleur). Pour une utilisation en restauration par exemple, l'étiquette a tendance à se décoller lors d'un passage au micro-ondes ou au frais (ex : seau à champagne).

> Déterminer mon emballage parent avec recharge

Un emballage parent contenant le produit lors de la première mise sur le marché peut être rerepli plusieurs fois grâce à un emballage intermédiaire. Pour être défini comme un système de recharge, ces deux emballages sont nécessaires. On parle bien du couple emballage parent - emballage intermédiaire (ou recharge).

Les conditions nécessaires pour pouvoir dire d'un emballage qu'il est rechargeable :



1

L'existence d'un couple « emballage parent et emballage intermédiaire ».

Ils doivent être proposés sur le même lieu de vente. Un contenant vendu vide ou non destiné à être rempli au point de vente n'est pas considéré comme un emballage réemployable mais comme un produit.

2

L'emballage intermédiaire ne peut pas être utilisé sans l'emballage parent et ne doit pas remplir la même fonction.

Pour que ce critère soit validé, au moins l'une de ces conditions doit être remplie :

- **Emballage intermédiaire non refermable** (une fois ouvert, le produit n'est plus protégé) ;
- **Emballage intermédiaire refermable** mais permettant un remplissage multiple de l'emballage parent ;
- **Présence d'un élément additionnel sur l'emballage parent** pour pouvoir utiliser la recharge (exemple : présence d'une pompe pour un savon ou d'une boule pour un déodorant).

3

L'emballage parent est recyclable

Un emballage parent doit être recyclable afin de réduire son impact environnemental en facilitant sa réemployabilité ou son recyclage après utilisation.

La mise en place d'un emballage parent

Lorsque l'on souhaite mettre à disposition de ses consommateurs un couple emballage parent – emballage intermédiaire (ou recharge), il faut s'assurer que ce premier soit réemployable. Vous devez donc réfléchir à un matériau réutilisable qui puisse être lavé par le consommateur.

Si une grande partie des projets sur ce type de réemploi ont été conçus à partir des emballages à usage unique originaux (par exemple les bidons de lessive en plastique ou les boîtes en plastique de chocolat en poudre), la mise en place pour d'autres produits nécessite de revoir l'emballage parent. De plus, il faudra établir une forme qui permettra un lavage et un remplissage facilité pour le consommateur.

À noter



Il est important de noter que l'emballage parent et intermédiaire doivent être recyclables ou dans une filière de recyclage en cours de développement.

Exemples d'emballages parent

Les bidons/bouteilles :

Bouteilles réemployables en plastique épais ou en verre avec bouchon, souvent vendues avec des recharges. Elles sont robustes et faciles à remplir, compatibles avec des *doypack* ou sachets concentrés, et parfois avec des capsules en carton à dissoudre dans l'eau.



Les boîtes métalliques ou en verre :

Petites boîtes réemployables, souvent en métal ou en verre, qui permettent de stocker des pastilles ou poudres. Les pastilles de recharge sont généralement fournies dans des sachets en carton ou en papier recyclable. La boîte parent protège les pastilles et les maintient au sec.



Les boîtes en plastique rigide :

Boîte avec capuchon en plastique réemployable, utilisée par exemple pour stocker des produits secs.



La mise en place de la recharge

Un des éléments structurants pour déterminer si un couple emballage parent/ emballage intermédiaire peut être considéré comme un système de recharge est le partage de fonctionnalités entre les deux emballages.

Si l'emballage intermédiaire présente les mêmes fonctionnalités que l'emballage parent, l'emballage intermédiaire peut être utilisé seul et ne peut alors pas être considéré comme une recharge. Trois cas de « fonctionnalité limitée de l'emballage intermédiaire » permettent au couple d'être considéré comme une recharge :

- **Pas de protection du produit une fois ouvert** : ne protège plus le produit une fois ouvert, cette fonctionnalité est assurée par l'emballage parent.
- **Pas d'utilisation directe par le consommateur** : l'emballage de recharge nécessite obligatoirement l'utilisation de son emballage parent, par exemple avec une pompe ou une bille.
- **Difficulté d'utilisation directe de l'emballage intermédiaire par le consommateur** : la recharge doit être difficilement utilisable seule. Par exemple, dans le cas de recharge liquide, l'emballage doit être souple, difficilement refermable, ne permettant pas d'ajuster la dose nécessaire. De ce fait, l'utilisation de l'emballage parent est indispensable.

Bon à savoir

Facilitez le remplissage pour le consommateur : l'emballage de recharge doit permettre de transvaser facilement le contenu dans l'emballage parent. Si le système de recharge est mal conçu, le consommateur risque de perdre une partie du produit, ce qui peut entraîner une hausse des impacts environnementaux.



Exemples d'emballages recharges

Les recharges en plastique souples :

- Les recharges, pochettes souples fines et légères sans bouchon, pour recharger par exemple des distributeurs de savon liquide pour les mains.
- Les sacs souples pour recharger des flacons de shampoing ou de gel douche, réduisant ainsi la quantité de plastique utilisée.
- Les *doypack*, sachets équipés d'un soufflet et parfois munis d'un bouchon pour faciliter le versement notamment pour les lessives liquides.



Les recharges en plastique rigide :

- Le système pot/cupule : cupules de recharges en plastique rigide qui s'insèrent directement dans le pot de crème d'origine, évitant le gaspillage de plastique en remplaçant seulement la partie intérieure.
- Les recharges de déodorant : capsules ou tubes de déodorant en plastique rigide qui se clipsent ou se glissent dans le boîtier réutilisable.
- Les recharges de parfum : les recharges de parfum sont en plastique rigide (ou verre dans certains cas) et permettent de recharger un flacon original sans jeter ni la pompe ni le flacon.



Les recharges en papier-carton :

- Les sachets papier-carton : les emballages en carton ou papier sont souvent biodégradables, compostables, ou faciles à recycler. Ils sont utilisés par exemple pour les systèmes de recharge de chocolat en poudre.





Étape 3

Valider les conditions propices au lancement d'un projet de réemploi

Maintenant que votre type de réemploi et son emballage ont été déterminés,
vous allez pouvoir évaluer la faisabilité de votre projet.

Cette étape mentionne les principaux leviers pour lancer son projet
ainsi que les éléments sur l'aspect environnemental.



Je mets à jour mon tableau
de bord en renseignant
mon emballage



Commencer
l'étape 3

La structuration du projet de réemploi dans l'entreprise

Le réemploi est fortement mis en avant dans le contexte réglementaire actuel. Cependant, plus qu'une contrainte, c'est aussi une grande opportunité pour les marques ! Structurer ce type de projet nécessite une vision à long terme et un engagement transversal, permettant d'intégrer les enjeux économiques, environnementaux, et organisationnels.

Le lancement d'un projet de réemploi touche à de nombreuses thématiques. Nous vous recommandons de vous assurer d'un fort soutien en interne et de vous entourer d'une équipe projet aux compétences variées (emballage, vente, QSE, production, juridique, ...).

La rentabilité économique n'étant pas immédiate, il est capital de chercher à évaluer des indicateurs de performance (KPI) spécifiques au réemploi et non purement économiques dans un premier temps. La rentabilité du système pourra être mesurée dans un second temps, lorsque les différents maillons de la chaîne auront été optimisés.

Nos recommandations en bref

- Raisonner et travailler en mode projet.
- Avoir une équipe engagée, aux compétences transverses et bien identifiée dans l'entreprise.
- Définir des KPI adaptés pour permettre le suivi à chaque étape du projet.

Exemple inspirant



Blédina, qui a mené la première expérimentation de pots de nourriture infantile en réemploi : « Il faut bien choisir le profil lead, et faire en sorte d'avoir une équipe dédiée sur le projet, forte de compétences multiples. »



Attention toutefois, réemploi ne veut pas systématiquement dire impact environnemental réduit par rapport à l'usage unique. Pour s'en assurer, il est utile quand cela est possible de réaliser une Analyse de Cycle de Vie (ACV) de son emballage ou de s'inspirer d'ACV existantes.



J'ai réalisé une analyse du cycle de vie comparative pour évaluer la pertinence de mon projet de réemploi ?



Je commence
l'étape 4



Je réalise
mon ACV

➤ Évaluer la performance environnementale du réemploi grâce à l'ACV

La performance environnementale d'un dispositif de réemploi est un paramètre incontournable pour évaluer sa pertinence.

L'analyse de cycle de vie (ACV) est une méthode d'évaluation de la performance environnementale très utilisée pour comparer plusieurs produits. Cette méthodologie, cadrée par les normes ISO 14040 et ISO 14044, permet d'évaluer les impacts environnementaux d'un produit à chaque étape de son cycle de vie (de l'extraction des matières premières à la fin de vie du produit). L'ACV permet une analyse fine sur plusieurs critères (émissions de gaz à effet de serre, consommation d'énergie, etc.).

Une ACV s'appuie sur un scénario avec un certain nombre d'hypothèses. Dans le cas d'une ACV comparative entre un emballage réemployable et un emballage à usage unique, on considère généralement un scénario prospectif pour l'emballage réemployable car le dispositif de réemploi en France est naissant et n'est pas optimisé (sauf en Alsace). Il ne permet donc pas une comparaison juste avec l'usage unique qui existe depuis de nombreuses années.

Les principaux paramètres impactant le bilan environnemental du réemploi sont le nombre de rotations de l'emballage, les distances de transport, la performance du lavage ou encore le taux de recyclage de la solution à usage unique.

Mener une ACV est un process exigeant et parfois long mais il est possible pour débuter de se baser sur les ACV déjà réalisées, ou d'utiliser des outils pour réaliser des ACV simplifiées qui permettent d'obtenir des ordres de grandeur.

Pour aller plus loin

Cadre de référence – ACV comparatives entre différentes solutions d'emballages

Ce document propose un cadre de référence pour comparer des solutions d'emballages à usage unique avec des emballages réemployables.

État des lieux des ACV existantes sur le réemploi par l'ADEME

Ce document présente l'analyse de 39 ACV réalisées sur la comparaison d'emballages à usage unique et d'emballages réemployables.

Deroche et Ademe (2009) sur la bouteille en verre réemployable en Alsace

Cette étude, bien que relativement ancienne, fait encore office de référence. Elle compare la performance environnementale de deux bouteilles en verre, l'une consignée pour réemploi et l'autre recyclée.





Étape 4

Agir à chacune des étapes du réemploi et s'assurer d'une chaîne continue

Pour assurer la réemployabilité de l'emballage, il est important de considérer son design, son matériau, sa contenance, son système de fermeture et son procédé d'étiquetage.

Nous avons également introduit les notions d'emballages standardisés et d'exigences essentielles, deux éléments intéressants à considérer dans le cadre du lancement d'un projet de réemploi.

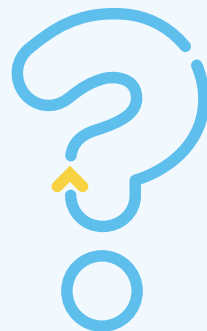
Maintenant que le type de réemploi a été établi, que le produit et l'emballage sont adaptés, comment l'emballage s'intègre-t-il au sein du dispositif de réemploi ?



Je mets à jour mon tableau
de bord en indiquant
si l'ACV a été concluante



Commencer
l'étape 4



Dans le cadre de mon projet, je souhaite agir à chaque étape pour :



Le préemballé
réemployable

Accéder à :
Agir à chaque étape pour
le préemballé réemployable



Le vrac

Accéder à :
Agir à chaque étape
pour le vrac



L'emballage parent
avec recharge

Accéder à :
Agir à chaque étape
pour l'emballage parent
avec recharge

> Agir à chaque étape du réemploi : le préemballé réemployable

Pour assurer le succès du projet de réemploi, chaque étape de la boucle du préemballé réemployable est essentielle. Cet état des lieux vise à présenter les étapes clés ainsi que les points de vigilance à considérer lors de la mise en place d'un projet de réemploi.



1 Conditionnement du produit dans un emballage réemployable

L'intégration d'emballages réemployables dans le processus de conditionnement industriel peut nécessiter certaines adaptations (voire une création de ligne s'il s'agit d'un nouveau matériau). Il est toujours pertinent de réaliser un état des lieux des équipements et des modes de fonctionnement existants pour identifier à chaque étape quels éléments seront impactés par le passage au réemploi.

> État des lieux de l'existant

Les éléments à analyser :

- les caractéristiques de chaque équipement (capacité, outillage, maintenance,...) ;
- les normes d'hygiène en vigueur ;
- les indicateurs de performance suivis ;
- tous process/norme/autres spécifiques à l'entreprise.

Exemple inspirant



Lorina conditionne ses boissons pétillantes dans des bouteilles en verre, conçues pour être réutilisées plus de 10 fois grâce à un système de retour et de consigne. Elles peuvent servir pour leur usage initial ou être détournées en objets pratiques ou décoratifs, comme des vases ou des contenants alimentaires.

Source : Lorina

> Identification des points de vigilance



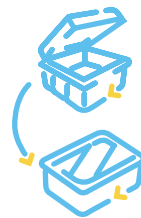
L'augmentation de la masse des emballages engendre une adaptation nécessaire des machines et un risque de troubles musculosquelettiques plus important pour le personnel.



Les palettes d'emballages réemployables en verre pourraient comprendre des emballages provenant de moules différents, donc potentiellement avec des légères disparités de format. Des tests peuvent être nécessaires pour voir ce que ces disparités (de hauteur notamment) peuvent engendrer sur les lignes (temps de réglage, taux de casse).



Les standards de qualité et les pratiques de lavage sont en cours d'harmonisation : il peut être nécessaire d'effectuer en amont du conditionnement un contrôle supplémentaire sur les emballages reçus afin de s'assurer que les emballages lavés présentent les mêmes garanties que les emballages neufs.



Les emballages réemployables peuvent prendre plus de place que de l'usage unique surtout s'il y a un changement de matériau. Il faut donc bien faire attention à avoir l'espace suffisant pour les stocker, notamment dans le milieu de la restauration.

2 Attractivité de l'offre pour embarquer le consommateur

Le consommateur, du fait de son geste d'achat et de retour, est un maillon indispensable de la chaîne du réemploi. En effet, le fonctionnement d'une boucle de réemploi va de pair avec un geste de retour bien assimilé et un parcours consommateur le plus intuitif possible. L'enjeu est donc de trouver les bons leviers d'activation (en communication notamment) qui permettront d'embarquer le consommateur et de mettre en avant l'attractivité et le bénéfice de l'offre de réemploi.

La partie qui suit fait état des observations autour du réemploi et s'appuie sur :

- les éléments constatés par les porteurs de projet de l'AMI du verre et plus récemment l'appel à projet « Encore plus de réemploi » ;
- l'étude « Réemploi : leviers et freins du parcours consommateur en GMS et circuits spécialisés », Citeo/IPSOS 2024 ;
- la veille sur les acteurs du réemploi.

➤ Les éléments de langage

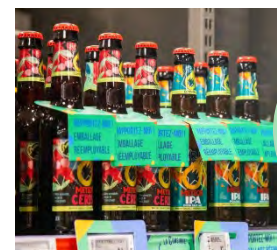
Quelle terminologie et quels éléments de langage peut-on utiliser et développer pour être les plus compréhensibles par les consommateurs ?

On constate aujourd'hui que différents termes sont utilisés par les marques et les distributeurs pour désigner les offres de réemploi. Le terme « consigne » peut prêter à confusion, car il ne désigne pas le réemploi mais fait référence à un montant avancé lors de l'achat du produit et récupéré lors du retour de l'emballage. A noter par ailleurs qu'un emballage réemployable n'est pas systématiquement consigné. Dans l'optique de rendre le parcours consommateur plus intuitif, il sera utile d'avoir un langage commun pour les différents systèmes de réemploi.

Dans toutes vos communications sur les emballages préemballés réemployables, Adelphe recommande d'utiliser les termes « réemploi » et « emballages réemployables » plutôt que « consigne », « emballage consigné » ou « réutilisation ». En effet, le code de l'environnement et la loi AGEC^{*} imposent l'utilisation du terme « emballages réemployables » dans le cadre des communications.

Exemple inspirant

Exemples d'éléments de langage observés



Source : Meteor, Coalition cosmétique consigne, Maison Gaborit/Biocoop

Les messages clés à communiquer au consommateur

➤ La réduction de l'impact environnemental grâce au réemploi

On peut rassurer le consommateur quant à la pertinence de la solution lorsque son bénéfice environnemental est avéré : dans les bonnes conditions, une bouteille en verre réemployée 20 fois émet lors de sa conception jusqu'à 80 % de CO₂ en moins que son équivalent à usage unique.^{**} Cela contribue à faciliter la mobilisation du consommateur et son adhésion à la démarche de réemploi.

➤ L'accompagnement des consommateurs

Adelphe recommande de privilégier une communication concrète et pratique, qui explique le dispositif de manière claire et met en avant les gestes et usages (retour en magasin d'un emballage vide, fonctionnement du système de consigne...). En fonction des profils de consommateurs ciblés, il faudra utiliser les leviers les plus pertinents et lever les freins pour favoriser l'adoption d'une nouvelle habitude, un nouveau mode de consommation. Lorsque les consommateurs ne sont pas familiarisés avec le réemploi, ils peuvent avoir besoin d'un accompagnement humain sur le lieu de vente pour accomplir la démarche, et notamment être rassurés sur la facilité du geste de retour.

^{*} Loi AGEC et décret n°2022 748 du 29 avril 2022.

^{**} Ademe / ZeroWasteFrance.

La communication sur l'emballage et en magasin

➤ Sur l'emballage

La signalétique Info-réemploi (figure à droite) est obligatoire sur l'étiquette produit afin de donner la règle d'apport de l'emballage (Art. 17 loi AGECE) et peut être positionnée en dos de pack.

Pour aller plus loin

[Découvrez le guide Info-réemploi](#)



Un marquage additionnel

Il est essentiel de prévoir une communication directement sur l'emballage, car cela garantit que les informations resteront accessibles au consommateur à tout moment, y compris une fois rentré chez lui, notamment pour les produits à longue durée de consommation. Pour cela, l'ajout d'un marqueur distinctif peut être une solution efficace :



Intégré à l'emballage



Intégré à l'étiquette



Ajouté via une vignette spécifique

Source : emballages réemployables standards R Coeur Citeo, L'incassable, Boxeaty

L'espace disponible étant souvent réduit, particulièrement pour la communication on-pack, opter pour un message simple et efficace est indispensable pour la bonne compréhension. L'utilisation du terme réemployable doit être privilégiée.

➤ En magasin

Pour encourager l'adhésion des consommateurs à la pratique du réemploi, il est essentiel de combiner une communication sur le lieu de vente avec des marqueurs visuels directement intégrés à l'emballage. Les messages et les supports peuvent être variés, afin d'attirer l'attention des consommateurs, qu'ils soient déjà sensibilisés ou non à cette démarche.



Kakémono



Vignette sur les vitrines



Fond de panier



Stop-rayon

Source : Alpes consigne, Yves Rocher, Lorina

> L'intégration du réemploi dans le parcours consommateur : bonnes pratiques - 1/2

Le préemballé réemployable soulève de nombreuses questions sur la compréhension de l'offre par le consommateur. Adelphe vous recommande quelques pratiques afin de bien intégrer le réemploi dans le parcours consommateur.

1

Avant la visite en magasin

Faire connaître l'offre (son existence, sa disponibilité en magasin, les rayons et produits concernés). Pour cela, on pourra utiliser des canaux tels que l'e-mail, l'affichage et les réseaux sociaux.

2

En magasin, faciliter le repérage de l'offre et des points de retour des emballages (visibilité, clarté, proximité) grâce à des repères harmonisés d'un magasin à l'autre

Guider le consommateur en magasin en mettant en place des éléments de communication tout au long de son parcours : en entrée de magasin, en rayon, près de la borne réemploi.



Exemple de PLV mise en place en magasin afin de guider le consommateur dans le cadre de la coalition « La consigne pour le réemploi »

3

Faciliter la compréhension du parcours dès la phase de projection sur un achat

Pour se projeter, les consommateurs ont besoin d'une vision claire des étapes de A à Z (modalités d'achat et de retour).

Il est recommandé de présenter les informations relatives aux prix de manière explicite et claire, en indiquant par exemple sur l'étiquette :

- > Le prix unitaire du produit ;
- > Le prix au volume (kg / litre) ;
- > Le montant de la consigne, précisant qu'il sera remboursé sous forme de bons d'achat lors du retour de l'emballage.



Une indication à côté de l'étiquette qui précise « 0,50 € de consigne remboursée en bons d'achats à la borne réemploi » (Système U)

Les éléments de PLV (stop-rayon, kakémono) contribueront également à informer le consommateur sur l'étape de déconsignation.

> L'intégration du réemploi dans le parcours consommateur : bonnes pratiques - 2/2

4

Lors de l'étape de retour, proposer la déconsignation des emballages vides au début du parcours d'achat

Les consommateurs préfèrent déposer leurs emballages avant de commencer leurs nouvelles courses. Pour cela, les systèmes de déconsignation et de retour doivent être visibles et accessibles dès l'entrée du magasin.

5

Harmoniser les modalités de déconsignation entre les magasins

Pour faciliter la compréhension du client, les modalités doivent être identiques dans toutes les enseignes. Une interopérabilité est souhaitable.

6

Valoriser le geste de retour et l'effort des consommateurs

Installer les machines de déconsignation dans un espace visible et accueillant, et communiquer sur l'importance de ce geste (par exemple, chez U avec la formule « Engagez-vous dans une nouvelle façon de consommer »).



PLV en rayon des magasins U pour indiquer au consommateur de rapporter son contenant réemployable en borne de déconsignation

3 Récupération et collecte des emballages une fois la consommation terminée

Une boucle de réemploi complète implique la mise en place d'un système de récupération des emballages : le consommateur doit être en mesure de restituer ses emballages vides dans un espace et grâce à un équipement dédié. L'étape de récupération est totalement nouvelle par rapport au circuit de l'usage unique et se doit donc d'être la plus intuitive et fonctionnelle possible pour le consommateur.

Des points de récupération facilement accessibles

Plus le maillage du territoire sera dense et optimisé au niveau des points de récupération, plus le consommateur rendra facilement ses emballages.

Ces points doivent s'inscrire le plus possible dans le parcours actuel du consommateur. Les points de vente sont ainsi privilégiés.

Des points de récupération mutualisés

Même si les emballages à rapporter peuvent être de formes ou de matériaux différents, le consommateur doit pouvoir les rapporter dans des points de retour communs.

Exemple inspirant

C'est ce modèle de récupération qui a été choisi pour l'expérimentation « La consigne pour réemploi » en 2024 en Île-de-France entre Leclerc et les magasins U. En effet, les clients pouvaient acheter chez l'un mais retourner le contenant chez l'autre dans une machine fournie par l'opérateur Lemon Tri en échange d'un bon d'achat.



Source : Meteor, Coalition cosmétique consigne, Maison Gaborit/Biocoop

Dans la boucle de réemploi, la récupération mobilise 4 types d'acteurs :



les metteurs en marché

fournissent des produits dans des emballages réemployables



les consommateurs

rapportent l'emballage une fois le produit consommé



les distributeurs

sont les points de vente de récupération privilégiés



les fournisseurs de solutions

opèrent à diverses étapes de la boucle du réemploi

Ils l'ont fait : exemples de bonnes pratiques

En Allemagne : un système mature et fonctionnel adapté aux bouteilles

L'Allemagne est connue pour être un pays en avance sur la thématique du réemploi. Elle jouit d'une culture très ancrée dans ce domaine ainsi que d'un réseau mature avec notamment la présence de nombreuses RVM (Reverse Vending Machines c.-à-d., équipements de récupération) dans les supermarchés, ce qui lui permet d'atteindre des chiffres très performants : **chaque année, ce sont 6 milliards de remplissages et jusqu'à 6 cycles par bouteille pour l'eau minérale par exemple.**

En Allemagne, ce sont les distributeurs qui gèrent l'étape de récupération, en proposant au consommateur un dispositif adapté et en contrôlant les stocks. Cependant, ils ont uniquement l'obligation légale de récupérer les emballages vendus dans leur magasin. Dans la pratique, certaines enseignes récupèrent tous types d'emballages et d'autres non, ce qui complexifie le geste de retour pour un consommateur non habitué.

Ce système fonctionne en Allemagne car le réemploi ne s'est jamais arrêté et les magasins se sont donc développés en gardant à l'esprit ce besoin d'espace pour stocker les emballages rapportés. Une logistique et une organisation qui restent à développer pour les points de vente en France.

Le système de récupération en Allemagne



Face avant d'une RVM



De l'autre côté de la RVM



Rangement par caisse effectué dans un second temps

Source : <https://www.youtube.com/watch?v=VtoX-y1aggE>

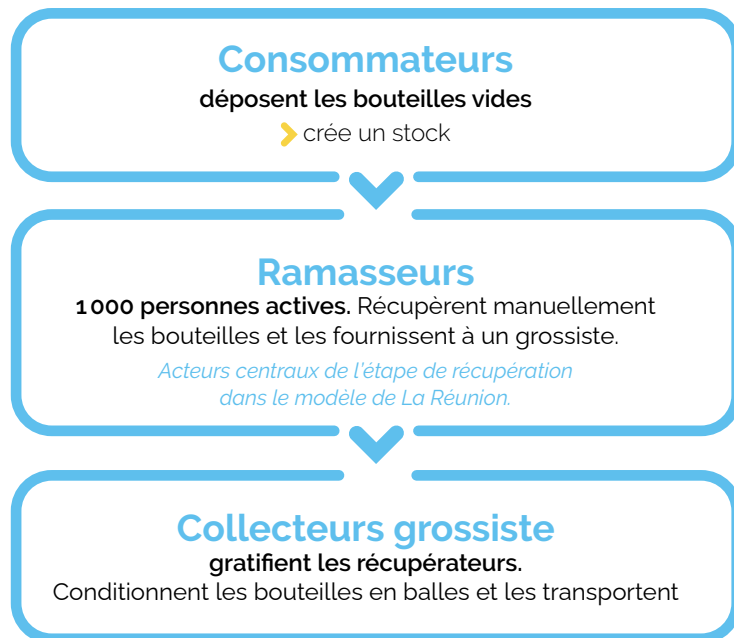


Deux exemples régionaux français

À La Réunion, un fonctionnement manuel

Les emballages majoritairement réemployés sont les bouteilles de bière « Dodo » de la Brasserie de Bourbon et celles de la brasserie Fischer, avec en tout presque [50 millions de bouteilles réemployées par an](#) et presque 3 millions d'euros réinjectés dans l'économie sous forme de gratifications. Par-delà les gratifications, c'est tout un modèle économique qui est développé autour du réemploi de bouteilles en verre, avec la présence de 10 entreprises de collecte sur le territoire.

Le système de récupération des bouteilles se fait par le biais de ramasseurs qui récupèrent les bouteilles chez les consommateurs et les redonnent à des collecteurs contre une gratification.



En Alsace, un système éprouvé

Les Alsaciens n'ont jamais arrêté de consommer de la boisson en bouteille consignée : eau minérale, bière, jus de fruits.

La Brasserie Meteor fait figure d'exemple en la matière aujourd'hui : avec des habitudes de consommation très ancrées et donc un geste de retour bien assimilé dans la région, la brasserie jouit d'un taux de retour de 97 % sur les plus de 5 millions de bouteilles mises sur le marché chaque année.

Chaque bouteille vit en moyenne 5 à 7 ans pour presque 20 utilisations en moyenne avant d'être recyclée.

Au niveau de la récupération, ce sont près de [200 machines de déconsignation](#) qui sont présentes sur le territoire alsacien. Celles-ci ont été mises en place par la GMS et occupent en moyenne 4 m² de surface. Un retour manuel est également possible au sein des plus petites structures. Dans tous les cas, les commerces y trouvent leur compte car le retour de la consigne permet une certaine fidélisation de la clientèle et renvoie une image de marque positive.



Source : Alsace consigne

Les lieux de récupération

En France, il n'existe pas encore de système de récupération centralisé et mutualisé. Les points de récupération sont divers et leur périmètre d'action est local. Densifier le maillage de ces points est un enjeu crucial pour développer le réemploi.

Les principaux points de récupération

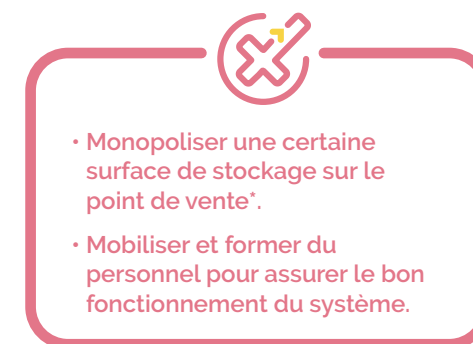
- En GMS
- En magasin spécialisé/épicerie vrac
- Chez le producteur
- En restaurant

Tous ces points s'inscrivent dans le parcours du consommateur.



Source : Les Boîtes Nomades

Ces espaces sont utilisés comme points de récupération car c'est de là que proviennent ces mêmes emballages.



Ces contraintes pourraient inciter les acteurs du réemploi à considérer d'autres localisations.

D'autres lieux de récupération prospectifs

Afin de densifier le maillage des points de récupération, il est envisageable d'élargir le périmètre hors des points de vente. Certaines initiatives, encore marginales, commencent à émerger.

- La récupération d'emballages vides consignés **directement au domicile du consommateur** à chaque livraison.
- Des points de récupération dans l'espace public, comme dans les bureaux de poste ou directement dans la rue. Ces lieux n'ont pas encore fait l'objet d'expérimentations et sont sujets à des limites comme le risque de vol ou l'accaparement de l'espace public.

Les équipements

Plusieurs équipements de récupération coexistent actuellement.

Ils permettent tous de faciliter le geste de retour du consommateur et répondent différemment aux diverses contraintes des parties prenantes.

Un des retours de l'AMI a été que les consommateurs ont tendance à stocker leurs emballages consignés chez eux un moment pour les rendre par lots, ce qui peut perturber les flux.

Type d'équipement	Reverse Vending Machine (RVM) pour le réemploi 	Meuble de collecte 	Casier 
Avantages	• Bon indice de confiance auprès du consommateur ; • Facilement compatible avec un système de consigne (voir partie consigne) ; • Implantable dans et hors des points de vente (par exemple : parkings) ; • Bon taux de retour.	• Adapté à une grande variété de contenants (bocaux, boîtes-repas, bouteilles,...) ; • Un parcours du client personnalisable (consigne, caution, bon d'achat, gamification) ; • Très adapté au secteur de la restauration.	• Low-tech, entièrement manuel (ne nécessite pas d'alimentation électrique) ; • Solution économique ; • Facilement implémentable.
Points d'attention	• Plus rentable avec de gros volumes ; • Potentiellement limité à une certaine gamme d'emballages ; • Risque de perdre le consommateur en cas de dysfonctionnement.	• Nécessité de bien communiquer sur le mode de fonctionnement de la machine pour ne pas perdre le consommateur ; • Remplissage par le consommateur qui peut provoquer du désordre ;	• Difficile d'instaurer un système de consigne ; • Nécessite de mobiliser du personnel pour le déplacement des caisses ; • Risque d'erreur de tri par le consommateur.
Coûts	• Achat : entre 10 000 et 100 000 € ; • Location : environ 1000 € par mois.	• Location : quelques centaines d'euros par mois.	• Achat : autour de 10 € par casier.
Illustration	 Source : Lemon Tri, The Keepers	 Source : La consigne Greengo	

La collecte des emballages

Une fois les emballages déposés dans les points de collecte, ils doivent être récupérés et transportés.

Les contraintes logistiques présentes dans la boucle de réemploi sont similaires à celles d'autres flux et seront probablement gérées par des prestataires spécialisés. La spécificité du réemploi est que l'emballage ne devient pas un déchet et doit donc faire l'objet d'une attention particulière afin de ne pas être dégradé.

La question de la logistique reste cruciale pour minimiser l'impact environnemental du réemploi. En effet, en fonction du processus de collecte, des distances parcourues et des véhicules mobilisés, [le bilan environnemental peut varier significativement](#).

L'objectif des pages suivantes est de présenter quelques éléments sur la façon dont les opérateurs logistiques organisent la collecte. Deux focus sont intéressants pour appréhender les contraintes de cette étape :

- l'enlèvement des emballages sales ;
- les processus de collecte.

La question de la massification en point dédié ou directement chez le metteur en marché peut également impacter la logistique mais sera abordée plus loin, dans la partie tri.



L'enlèvement des emballages aux points de récupération

L'enlèvement correspond au passage des équipes de collecte aux points de récupération.

Les emballages premièrement massifiés en magasin sont prélevés avant d'être acheminés vers des points de massification ou directement en centre de lavage.

Il existe [deux principales méthodes](#) d'enlèvement, qui sont :

> L'enlèvement périodique

Certaines collectes peuvent s'effectuer à **fréquence régulière**.

Cela a l'avantage de permettre une plus grande stabilité dans l'organisation de la logistique. Toutefois, les expérimentations observées à date dans l'AMI ne se basent en général pas sur un enlèvement périodique car les volumes considérés sont trop faibles et irréguliers à ce jour.

> L'enlèvement au seuil

Cette technique consiste à déclencher l'enlèvement **lorsqu'un certain seuil** souhaité est atteint. Ce seuil peut être défini en fonction des capacités maximales de stockage du point de récupération, ou en fonction de l'atteinte du point de rentabilité économique pour le gestionnaire du parc d'emballages. Attention toutefois, même lorsqu'un enlèvement par seuil est réalisé, il faut maintenir une certaine fréquence de collecte afin de ne pas compromettre la réemployabilité des emballages (ex : difficulté d'enlèvement des étiquettes) ou générer des nuisances.

À noter

Le retour d'emballages réemployables par le consommateur est sujet [à une importante saisonnalité](#) : il a été observé d'importants retours juste avant les vacances ou les fêtes par exemple, car cela génère apparemment un gain de pouvoir d'achat occasionné par la restitution du montant de la consigne.

Les différents processus de collecte

Diverses méthodes ont été observées sur le terrain grâce aux projets soutenus par l'AMI Citeo.

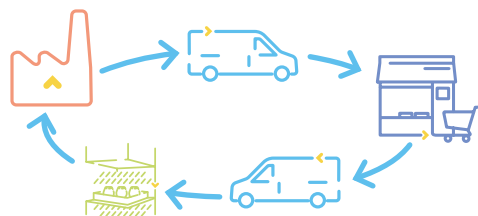
La méthode à adopter dépend de plusieurs critères, notamment le contexte et les points de récupération. Il est fort probable que toutes ces solutions continuent à coexister sur le territoire.

La collecte par logistique inversée

Pour limiter l'impact environnemental de la collecte, les camions qui ont livré des marchandises aux magasins ne repartent pas à vide, mais **avec les emballages à laver qui ont été récupérés dans ces mêmes magasins**.

Cela présente l'avantage de limiter le nombre de camions à affréter spécifiquement pour le transport de ce nouveau flux.

Toutefois, dans la pratique, les camions de livraison repartent rarement vides des magasins (retour d'emballages industriels, de déchets alimentaires, etc.), il est donc difficile d'intégrer un nouveau flux dans ces camions, d'autant plus que ce flux n'est pas compactable.

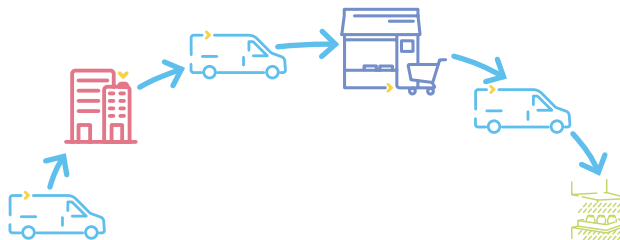


La collecte mutualisée

Le point de récupération peut se trouver **sur le parcours de collecte d'autres flux** (ex : livraison de colis, collecte de déchets, etc.).

Dans ce cas, une mutualisation du transport peut être imaginable permettant de maximiser l'utilisation de l'espace au sein d'un même moyen de transport et donc de limiter le transport à vide.

Il faut toutefois bien s'assurer que les différents flux soient compatibles car les transporter ensemble complexifie la manutention et peut générer des risques de contaminations croisées.



La collecte dédiée

Pour certains points de récupération, la logistique inversée ou la collecte mutualisée ne sont pas possibles. Dans ce cas, un flux logistique spécifique est mis en place **entre le point de récupération et le point de massification ou de lavage** pour le retour des emballages à laver.

Les camions mobilisés pour ces trajets collectent généralement plusieurs magasins par tournée afin de maximiser le remplissage du camion tout en minimisant le nombre de kilomètres parcourus.

La bonne organisation de ces tournées est donc clé pour que le réemploi reste bénéfique du point de vue environnemental.



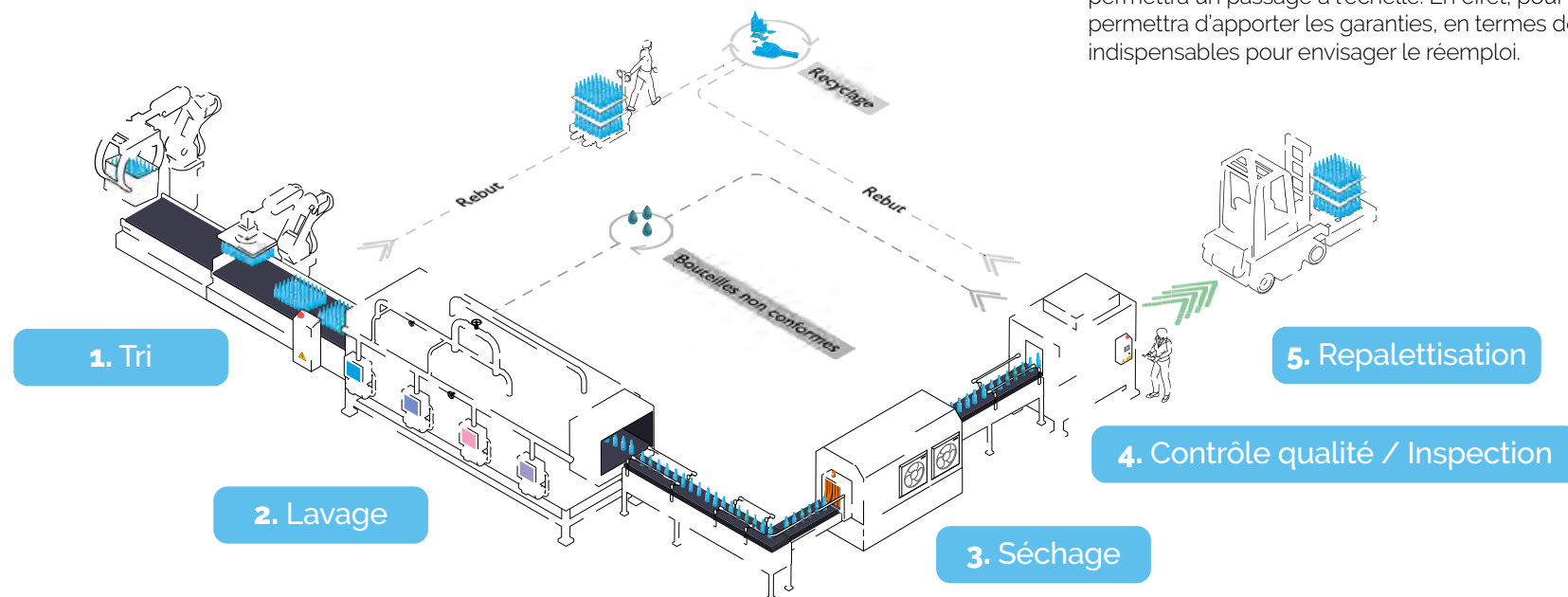
4 Tri et lavage

Pour être effectivement réemployés, les emballages devront être lavés en vue d'être reconditionnés pour être remis sur le marché. Afin de garantir l'adhésion des industriels et des consommateurs, il est nécessaire que ces emballages lavés présentent des garanties de qualité et sanitaires similaires aux emballages neufs. Le tout en développant un processus optimisé sur le plan économique et environnemental.

Pour les industriels, deux modèles opérationnels sont envisageables :

- Un lavage internalisé chez le producteur. C'est le cas des metteurs en marché qui réemploient déjà de grandes quantités de bouteilles, en CHR (Cafés, Hôtels et Restaurants) ou en Alsace notamment.
- Un lavage mutualisé avec le recours à un prestataire externe qui lave des emballages de plusieurs industriels.

À l'heure actuelle, certaines de ces étapes sont encore effectuées manuellement car les volumes traités sont relativement faibles, mais à terme leur automatisation permettra un passage à l'échelle. En effet, pour certains industriels, l'automatisation permettra d'apporter les garanties, en termes de cadence et de fiabilité, qui leur sont indispensables pour envisager le réemploi.



L'étape du tri

Les emballages rapportés en magasin par les consommateurs sont variés : bouteilles de différents formats (comme celles de bière ou de vin), pots, et barquettes. Malgré la standardisation, cette diversité devrait persister, car le réemploi est encouragé dans plusieurs secteurs utilisant des emballages variés. Les emballages récupérés incluent souvent plusieurs types réutilisables, notamment pour les boissons, où différents formats de bouteilles sont rendus sans distinction par les consommateurs.

Une étape de tri est alors nécessaire pour :

- 1) Écarter les emballages endommagés (ébrèchement ou cassure, présence de corps étrangers, non-conformité de l'emballage, etc.) et ainsi éviter de laver inutilement des emballages non conformes.
- 2) Préparer le lavage en distinguant les différentes références d'emballages qui seront lavées séparément, soit de manière mutualisée par un prestataire, soit chez un metteur en marché.

La question de la localisation de l'étape de tri est **fondamentale**. Plusieurs options sont possibles et sont adaptées à différents contextes :

Au point de récupération

Lorsque le tri s'effectue au point de récupération, les différents emballages sont acheminés directement dans le centre de lavage dédié (et au recyclage lorsqu'ils sont identifiés comme inaptes au réemploi).

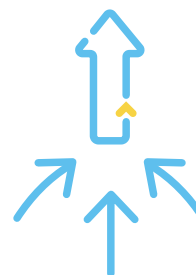


Source : Tomra

Toutefois, une mobilisation du personnel ainsi qu'un espace supplémentaire sont nécessaires, ce qui risque d'être incompatible avec une partie des magasins en France qui n'ont pas été construits en conséquence.

En point de massification dédié

Lorsque les références sont très diversifiées ou que le consommateur rapporte des emballages mélangés, le tri peut être réalisé en aval des points de récupération. En Allemagne, les consommateurs peuvent rapporter des casiers entiers qui regroupent potentiellement plusieurs formats d'emballages.



Sur les plateformes des grossistes de boissons, les casiers sont vidés et reconstitués par référence avant d'être acheminés jusqu'au site de lavage.

Bon à savoir

Le développement de gammes d'emballages standardisés réduit le nombre de références différentes pour un même marché, simplifiant l'étape de tri.



Le tri automatisé en point de massification

Aujourd'hui en France, le tri est fait manuellement car les volumes sont encore trop faibles. Toutefois, des technologies automatisées existent déjà en Belgique ou en Allemagne par exemple, et elles pourront être adaptées au modèle français quand les volumes le justifieront.

Exemple de tri automatique par Miho



Pour aller plus loin :
[Colryut en Belgique](#), [Miho en Allemagne](#)

L'étape du lavage : deux techniques adaptées aux différents usages

Le lavage par aspersion

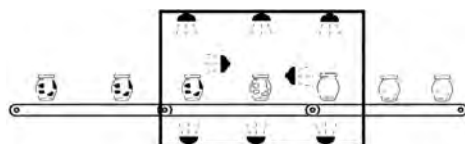
Le lavage par aspersion est adapté à tous les objets « ouverts » comme la vaisselle ou encore les contenants avec une grande ouverture comme les caisses de transport, les grands plats, les barquettes, etc.

Il consiste à projeter des solutions nettoyantes et de l'eau chaude sur toutes les surfaces internes et externes de l'emballage pendant une certaine durée, exactement comme un lave-vaisselle domestique. Cette méthode ne permet pas un contact prolongé de l'emballage avec de la soude, ce qui peut rendre plus complexe le décollage d'étiquettes (cf. partie emballages).

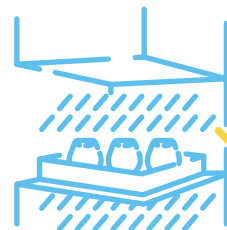
Les machines de lavage par aspersion sont diverses en tailles et en volumes traités, pouvant aller d'une simple laveuse à capot (capacité d'une centaine de contenants par heure) à un tunnel de lavage pouvant traiter jusqu'à 26 millions de contenants chaque année.



Tunnel de lavage
par aspersion



Schématisation simplifiée
du processus



Le lavage par immersion

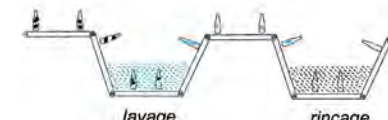
Une autre technique de lavage permet de traiter les emballages ayant une ouverture plus retreinte comme les bouteilles, c'est le lavage par immersion.

Pour ce type de lavage, répandu en Allemagne ou pour les circuits CHR (Cafés, Hôtels et Restaurants) et alsaciens en France, l'emballage est plongé successivement dans des bains d'eau avec de la soude de plus en plus chauds (jusqu'à 80 °C) pour un prélavage puis un lavage avant d'être rincé plusieurs fois.

Certains modèles de ces machines peuvent laver jusqu'à 170 000 bouteilles par heure.



Machine de lavage par immersion



Schématisation simplifiée du processus



Zoom sur le nettoyage dans le secteur hygiène beauté et détergence

Les deux procédés de lavage décrits (aspersion et immersion) sont largement utilisés pour les emballages alimentaires : vaisselle, plats, bouteilles, etc.

En revanche, les propriétés physiques des produits cosmétiques (notamment leur caractère gras) rendent leur lavage par des méthodes classiques plus complexe.

Des solutions complémentaires peuvent être explorées, comme le lavage par ultrasons. Cette méthode s'avère particulièrement efficace pour nettoyer les parties anguleuses d'un emballage ou pour éliminer les matières grasses. Il s'agit d'une solution déjà éprouvée pour le lavage industriel (notamment en aéronautique), mais elle reste prospective, car, par exemple, les coûts et la cadence de lavage ne sont pas encore bien connus.

Le séchage

Tout aussi important que le lavage, le séchage est indispensable car la présence de liquide est très propice au développement de micro-organismes, ce qui peut compromettre les standards d'hygiène attendus.

En fonction des volumes traités, de la forme de l'emballage et des exigences définies, le séchage peut s'effectuer à la main avec un torchon (plutôt chez les restaurateurs et pour les petits flux) ou avec une machine appelée insuffleuse.



Exemple d'insuffleuse *Stone industrie*,
cadence de 2 500 à 20 000 bouteilles/h

Une fois séchés, les emballages sont contrôlés (voir page suivante) afin de s'assurer qu'ils puissent être réemployés.



L'inspection

Trois critères de risques sanitaires à évaluer lors d'un contrôle qualité

Une fois le lavage et séchage terminés, il est nécessaire d'inspecter chaque contenant pour vérifier son aptitude à être réemployé. L'intégrité physique de chacune des bouteilles doit être vérifiée (restes de corps étrangers, d'étiquettes, déformations ou ébréchures, etc.). Avec des petits volumes et petites cadences il est possible d'inspecter à l'œil nu, mais dans des systèmes plus matures et industrialisés, une inspectrice automatique est nécessaire.



Inspection à l'œil nu



Inspectrice automatique Krones

Source : Krones

En plus de l'intégrité physique des contenants, un contrôle au niveau biologique (traces d'allergènes, de germes, de matière organique) et chimique (présence de résidus de produits lavants (soude), contrôle de l'eau) est recommandé à intervalles réguliers.

Élaborer un cahier des charges du lavage adapté aux spécificités de votre secteur

Établir un cahier des charges permet de définir des standards d'exigences et de moyens pour la qualité du lavage en les adaptant aux caractéristiques d'hygiène et de propreté attendues.

Chaque secteur répond à des exigences différentes, et adapter son cahier des charges à sa situation permet ainsi de mieux répondre à une situation spécifique.

À titre d'exemple, réaliser des contrôles de contaminations microbiologiques très stricts est nécessaire surtout pour des emballages qui contiendront des produits conditionnés pour des longues durées.

De la même manière, le cahier des charges développé concernera exclusivement un certain matériau, car les contraintes d'hygiène lui sont au moins partiellement spécifiques.

Les travaux de Citeo

Citeo a finalisé et publié en partenariat avec deux bureaux d'études, le CRT (Centre de Ressources Technologiques) et Diversey, un cahier des charges qualité de lavage dans le cadre de sa réflexion et de ses travaux autour du développement d'un système de réemploi mutualisé national.

Le contrôle qualité : la réglementation sur l'alimentaire

Pour qu'un emballage lavé puisse être réemployé, il doit répondre aux mêmes exigences sanitaires qu'un emballage neuf. C'est pourquoi une étape de contrôle après le lavage est nécessaire. Pour identifier les contrôles à effectuer, il est nécessaire de se baser sur la réglementation existante.

La réglementation en vigueur : le « paquet hygiène » européen

Il s'agit d'un ensemble de 5 règlements applicables à l'échelle de l'Union européenne qui porte sur toutes les étapes de la chaîne agroalimentaire, de la production primaire jusqu'à la distribution au consommateur final. La vocation de cette réglementation est de conserver une certaine souplesse dans la mise en œuvre des consignes afin notamment de ne pas pénaliser les petites structures. Les deux règlements majeurs qui la composent sont les suivants :

- **N° 178/2002** : Il assigne entre autres la responsabilité de la sécurité des denrées aux professionnels qui les placent sur le marché. Il décrit en outre la plupart des méthodes d'échantillonnage et d'analyse à effectuer pour réaliser les tests de sécurité.
- **N° 852/2004** : Applicable à tous les exploitants du secteur alimentaire, il exige pour les exploitants du secteur primaire la mise en place de procédures fondées sur les pratiques HACCP (Analyse des Dangers et Maîtrise des Points Critiques en français), et encourage l'élaboration de [guides de bonnes pratiques d'hygiène](#) par filières. Ces guides sont « des documents de référence, évolutifs, d'application volontaire, conçus par une branche professionnelle pour les opérateurs de son secteur ». Ils ont pour objectif d'aider ces opérateurs à respecter leurs obligations réglementaires.

Le site gouvernemental Alim'confiance, à retrouver [ici](#), recense les résultats des contrôles sanitaires effectués depuis mars 2017 par le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation.



Les 7 points clés de la méthode HACCP :

- A Identifier tout danger qu'il y a lieu de prévenir**, d'éliminer ou de ramener à un niveau acceptable ;
- B Identifier les points critiques** aux niveaux desquels un contrôle est indispensable pour prévenir ou éliminer un danger ou pour le ramener à un niveau acceptable ;
- C Établir, aux points critiques de contrôle, les limites critiques** qui différencient l'acceptabilité de l'inacceptabilité pour la prévention, l'élimination ou la réduction des dangers identifiés ;
- D Établir et appliquer des procédures de surveillance** efficace des points critiques de contrôle ;
- E Établir les actions correctives** à mettre en œuvre lorsque la surveillance révèle qu'un point critique de contrôle n'est pas maîtrisé ;
- F Établir des procédures exécutées périodiquement** pour vérifier l'efficacité des mesures visées aux points A à E ;
- G Établir des documents et des dossiers** en fonction de la nature et de la taille de l'entreprise pour prouver l'application effective des mesures visées aux points A à F.

La repalettisation

La dernière étape du processus de lavage est la repalettisation qui permet de protéger les emballages avant leur utilisation par les industriels. Une fois que les emballages ont été inspectés et déclarés aptes au réemploi, ils sont préparés en vue de leur transport sur le site de reconditionnement.

Dans le cas où l'industriel a internalisé l'outil de lavage, la laveuse est généralement installée en série, juste avant le conditionnement. Cette organisation permet aux emballages lavés d'être directement rereplis et donc d'éviter l'étape de repalettisation voire de séchage.

L'enjeu du lavage et de la repalettisation est que les emballages lavés répondent aux mêmes exigences que les emballages neufs. Pour les industriels, il faut également que les palettes d'emballages soient compatibles avec leurs conditions de stockage et de conditionnement existantes.

La préparation et le houssage des emballages lavés doivent être effectués en zone propre du site de lavage afin d'éliminer le risque de bris de verre ou d'impuretés qui pourraient s'immiscer dans les contenants après l'étape du contrôle qualité.



Lot de bouteilles houssées en vue de leur renvoi vers l'usine de conditionnement



5 Traçabilité et consigne

Mettre en place un système de traçabilité permet d'assurer un meilleur suivi de ses emballages tout au long de la boucle de réemploi. Toutefois, cela nécessite, en plus de générer un impact environnemental, des investissements en temps et en argent. Il est donc utile d'identifier les motivations et le niveau de granularité nécessaire à la mise en place d'un système de traçabilité pour son projet.

Pourquoi envisager un système de traçabilité ?

- **Pour optimiser son stock d'emballages.** Afin de ne pas subir de pénurie ou d'excédent d'emballages, il est utile de suivre des indicateurs de performance comme le taux de retour ou la durée d'un cycle par exemple.
- **Pour assurer le retour de l'emballage,** notamment lorsqu'il est particulièrement onéreux ou que l'approvisionnement est difficile. La mise en place d'une traçabilité très précise associant l'emballage à son détenteur permet d'inciter le consommateur à accomplir le geste de retour en le sollicitant directement via une application par exemple.
- **Pour contrôler la qualité des emballages mis en circulation.** Il peut être pertinent de déterminer un nombre de rotations maximum de l'emballage afin de limiter les risques de casse, de migrations ou un aspect visuel trop dégradé. Il est alors utile de mettre en place une traçabilité qui permette de suivre exactement le décompte du nombre de rotations effectuées par emballage.

Exemple inspirant



Fischer expérimente un suivi de ses bouteilles réemployables en région Alsace par puces RFID sur l'intégralité de leur parcours afin d'améliorer la performance environnementale de la boucle de réemploi.

Grâce aux indicateurs recueillis (taux de perte, temps de circulation, durée de vie de la bouteille), l'entreprise pourra ainsi identifier les actions à mettre en œuvre pour optimiser le dispositif.



Les technologies de traçabilité

En cas de choix ou nécessité de mise en place d'un système de traçabilité, plusieurs technologies de traçabilité existent. Chacune d'entre elles possède ses spécificités et caractéristiques propres et répond donc à des besoins et contraintes différentes. Ce tableau correspond aux pratiques observées mais ne présage pas d'autres innovations qui pourraient se développer prochainement.

Alimentation	Code-barres	QR code	Puce RFID	Gravure laser	Numéro de série
Illustration					
Avantages	• Technologie éprouvée et connue de tous les acteurs ; • Faible coût.	• Forte résilience : seul 30 % du QR code suffit à ce qu'il soit lisible ; • Peut transmettre des informations produit au consommateur.	• Cadence rapide sur ligne grâce à une lecture à champ moyen ou lointain ; • Modification possible de l'information contenue dans la puce.	• Ne nécessite aucun matériau supplémentaire ; • Résiste au lavage.	• Solution low-tech : le numéro de l'emballage est simplement inscrit sur l'étiquette ; • Faible coût.
Points d'attention	• Pas d'identification unique : le code-barres ne transmet qu'une faible quantité d'informations ; • Risque de perte de l'information si l'étiquette est endommagée.	• Scan des codes un par un, ce qui peut ralentir la cadence d'une ligne de conditionnement ; • Si le code est présent sur l'étiquette du produit (en GMS), le QR code doit être réédité à chaque cycle.	• Perturbe le recyclage ; • Ne résiste pas à des contraintes thermiques (ex : passage au micro-ondes).	• Modification impossible une fois la gravure effectuée ; • Nécessite l'ajout d'une étape de gravure dans le process industriel.	• La performance de traçabilité est limitée ; • Adapté à des faibles cadences et quantités d'emballages car le suivi se fait manuellement.

La traçabilité de l'emballage peut s'accompagner de la mise en place d'une gratification ou même d'une consigne lorsque l'on cherche à maximiser le taux et la rapidité de retour des emballages. Celle-ci peut en effet permettre d'inciter le consommateur à rapporter son emballage plus rapidement.

Pour cela, il faut : 1) que le système choisi permette de coupler l'emballage à son détenteur, 2) une application pour partager l'information au détenteur.

Les systèmes de consigne

Qu'est-ce que la consigne ?

Il s'agit d'un dépôt monétaire payé par le consommateur lors de l'achat de son produit et qui lui sera restitué en échange de son emballage vide. Ce système est couramment mis en place afin d'améliorer le taux de retour des emballages. Il peut aussi bien s'appliquer au recyclage qu'au réemploi.

	Consommateur non identifié	Consommateur identifié
Paiement de la consigne lors de l'achat du produit	Le consommateur paye un montant de consigne défini lors de l'achat de son produit. Lorsqu'il restitue l'emballage, il est remboursé du montant de la consigne soit en espèces, soit sous forme de bon d'achat valable immédiatement sur tout le point de vente.  <i>Dans le magasin U de St-Maximin, Ecoscience Provence a instauré une machine qui propose un bon d'achat de 0,10 € valable sur tout le magasin, ou un don à une association</i>	Consigne a priori : le consommateur paye un supplément lors de son achat. Au moment de restituer l'emballage, il s'identifie via une application et récupère le montant de sa consigne sur son compte une fois l'emballage arrivé en centre de tri.  <i>Loop, lancé par Carrefour et Terracycle, est un exemple de consigne a priori</i>
Paiement de la consigne en cas de non-retour	Cette configuration est inexistante aujourd'hui car il est impossible de faire payer un consommateur <i>a posteriori</i> s'il n'a pas été identifié au préalable.	Consigne a posteriori : le consommateur n'avance aucuns frais de consigne au moment d'acheter son produit mais doit s'identifier via une application, un badge ou une carte bancaire. Une fois le délai fixé passé pour rapporter son emballage, il sera débité d'un montant défini.  <i>Par exemple, la consigne Greengo pratique une consigne a posteriori dans le domaine de la restauration à emporter</i>

À noter

- Citeo, la maison mère d'Adelphi, et IPSOS ont interrogé un panel de consommateurs sur leurs préférences concernant les modalités de remboursement pour les systèmes de consigne des emballages ménagers. 42 % d'entre eux privilégient le remboursement en espèces, faisant de cette option la plus populaire. Le crédit sur la carte de fidélité du magasin arrive en deuxième position, choisi par 28 % des répondants. Les bons d'achat en magasin, utilisables immédiatement ou plus tard, recueillent 16 % des préférences. Enfin, bien que le remboursement sous forme de dons pour des causes d'intérêt général soit moins populaire (6 %), il atteint tout de même 13 % d'adhésion chez les moins de 35 ans.

Observation sur les montants de consigne

Un sujet fondamental lorsque l'on réfléchit à la mise en place d'une consigne est celui du montant : il est essentiel de déterminer un montant de consigne ni trop faible, de sorte que le retour de l'emballage soit assuré, ni trop élevé afin de ne pas compromettre l'attractivité-prix du produit.

En attendant l'harmonisation des montants de consigne en France, voici plusieurs exemples observés et provenant de systèmes existants :



Certains aspects des systèmes de consigne restent encore à éclaircir, et des réponses pourront émerger grâce à l'expérience de terrain, notamment à l'issue de l'expérimentation ReUse prévue en 2025 dans quatre régions françaises.

Par exemple, quel acteur conserve le montant d'une consigne non retournée ?
Ou encore, quel régime de responsabilité doit être appliqué lorsqu'un emballage se casse chez le consommateur ? Quels devraient être les montants de consigne harmonisés ?
Comment intégrer la consigne dans les systèmes informatiques des distributeurs ?
Comment uniformiser la consigne sur tout le territoire ?

À noter

Dans le cadre du dispositif ReUse, qui expérimentera le réemploi à grande échelle dans plusieurs régions dès 2025, des montants uniformisés pour les consignes seront établis en fonction des typologies de contenants.

6 Gestion du parc

Afin de pérenniser, rentabiliser et limiter l'impact environnemental d'une filière de réemploi, il sera nécessaire à terme de passer à l'échelle en mutualisant certaines étapes. Différents acteurs sur l'ensemble du territoire seront notamment amenés à partager un parc d'emballages standardisés réemployables.

Il paraît alors indispensable de s'appuyer sur de nouveaux acteurs qui seront en charge de coordonner la gestion du parc d'emballages : **les gestionnaires de parc**.

Les missions principales de ces gestionnaires sont de fournir aux metteurs en marchés les emballages réemployables dont ils ont besoin, en garantissant un approvisionnement en quantité et en qualité adaptées.

Cela implique notamment de mettre en place un suivi des stocks et des besoins d'emballages, de faciliter la coordination et la bonne réalisation de la boucle de réemploi : collecte, transport, lavage, inspection, etc.

Les avantages d'un système mutualisé géré par un gestionnaire de parc (ou pooler) :

- Réduction des coûts opérationnels ;
- Plus grande facilité d'approvisionnement pour les stocks ;
- Facilité pour les nouveaux acteurs de rejoindre le cercle vertueux du réemploi (moins de coûts d'entrée) ;
- Réduction des risques individuels pour les entreprises participantes du fait de l'importance des volumes traités ;
- Réduction des risques de perte de qualité des emballages liée à la gestion individuelle plutôt que collective. Avec une gestion collective le respect des critères mentionnés dans un cahier des charges des emballages est plus aisé.

À noter



Aujourd'hui, ce système est déjà une réalité pour certaines palettes ! Les palettes réemployables sont standardisées et gérées directement par les fournisseurs.



Source : Schoeller Allibert

À noter



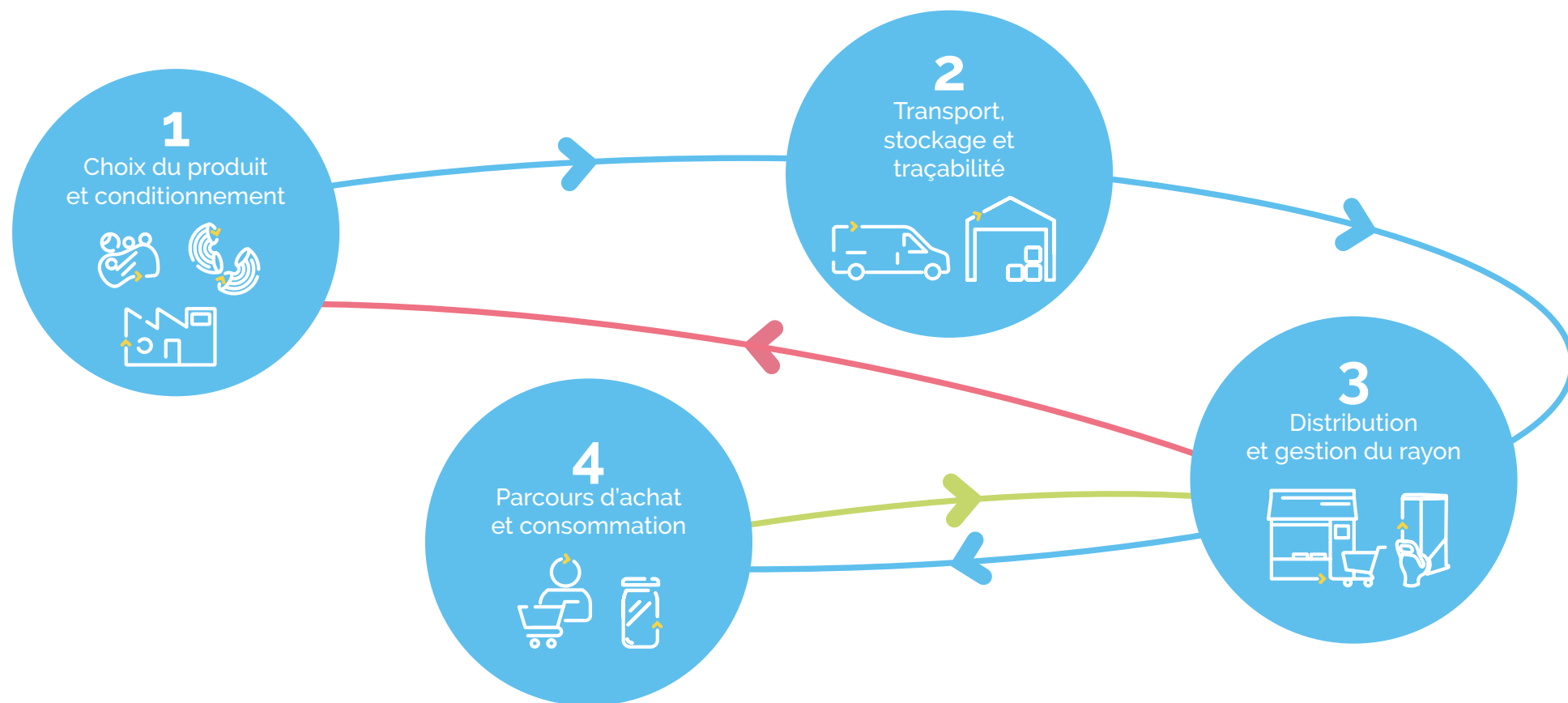
L'article 9 de la loi AGECE - Décret n° 2022-507 du 8 avril 2022 précise que tout emballage réemployé doit être recyclable en fin de vie.

Adelphe propose la méthodologie TREE pour obtenir un diagnostic précis de la recyclabilité d'un emballage et, au besoin, identifier les priorités d'amélioration.



> Agir à chaque étape du réemploi : le vrac

Pour assurer le succès du projet de réemploi, chaque étape de la boucle du vrac est essentielle. Cet état des lieux vise à présenter les étapes clés ainsi que les points de vigilance à considérer lors de la mise en place d'un projet de réemploi.



1 Le produit et son conditionnement

La mise en place de la vente en vrac peut nécessiter une adaptation du produit. Cela implique de se poser les bonnes questions et de réévaluer ses pratiques à chaque étape, de la conception au conditionnement. Ces étapes sont essentielles pour assurer le bon fonctionnement de la boucle de réemploi, tout en respectant les normes d'hygiène et de sécurité. L'objectif est de garantir une protection équivalente à celle des produits préemballés.

Par exemple, dans le secteur de l'hygiène beauté et détergence, il peut être nécessaire d'ajuster la formule des produits cosmétiques ou des détergents pour le vrac (par exemple, leur texture ou leur capacité à mousser).

Dans le secteur des produits laitiers, il faut évaluer les risques microbiologiques et s'assurer que le produit dispose d'une barrière protectrice suffisante.

Pour un réemploi de type vrac efficace, il est essentiel de choisir des produits adaptés, présentant un faible risque microbiologique et répondant aux attentes de qualité et de praticité. La fidélité des consommateurs à ces produits garantit une utilisation régulière, clé de la viabilité et de la durabilité du système.

Ce choix stratégique favorise une boucle de réemploi fiable et pérenne.

Exemple de conditionnement du produit pour la vente en vrac :

- Une trémie est un entonnoir en forme de pyramide inversée qui facilite le flux des substances pour les transformer ou les réutiliser efficacement, notamment en vrac, où elle permet de doser, de distribuer et de transférer des produits comme des céréales, des graines ou des liquides dans des contenants adaptés, tout en limitant les pertes et les contaminations croisées.



Bon à savoir

Il est important avant d'aller plus loin de vérifier que le produit ne fait pas partie de la liste des produits interdits à la vente en vrac :

<https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000048010830>



2 Transport, stockage et traçabilité

Si vous avez choisi le vrac, le transport et le stockage du produit ont une importance capitale sur la qualité de celui-ci, en effet le produit ne sera pas stocké dans un emballage de vente. De plus le produit n'étant pas préemballé, la traçabilité de celui-ci nécessitera une réflexion adaptée.

Le transport

Pour rendre le transport plus efficace, la formule du produit doit être adaptée. Dans la mesure du possible, il est important de mettre en place une logistique inversée afin de réduire les coûts et de limiter l'impact environnemental. Une solution existe, transporter directement les produits dans leurs emballages de vente en vrac, comme pour les boissons livrées dans des contenants « bag-in-box ».

Le stockage

Comme pour les autres systèmes de réemploi, il est essentiel de prévoir un espace de stockage adapté pour le produit. Ce stockage doit garantir la protection et la conservation du produit, tout en facilitant le processus de remplissage ou d'emballage par le consommateur. L'hygiène doit être assurée par un nettoyage régulier des trémies et des robinets de remplissage sur le lieu de vente

La traçabilité

Pour garantir l'hygiène et la traçabilité dans la vente en vrac, il est essentiel d'adopter des systèmes adaptés, particulièrement lorsque les informations ne peuvent pas être apposées directement sur l'emballage. Dans ce contexte, la technologie de traçabilité, comme un code-barres ou un QR code, peut être par exemple intégrée directement sur la trémie elle-même. Cette approche permet de suivre le produit tout au long de son cycle, en associant les données nécessaires, telles que la date de durabilité minimale (DDM), la composition, l'origine et les mentions environnementales, directement au point de distribution. Cela simplifie également l'accès à ces informations pour le consommateur et garantit une conformité légale et sanitaire tout en s'adaptant aux spécificités de la vente en vrac.

Exemple de système de traçabilité adapté à la vente en vrac : le QR Code

- Exemple de QR Code proposé par des apporteurs de solutions sur le lieu de remplissage se substituant à l'étiquette de l'emballage. Le QR Code redirige vers une application qui permet au consommateur d'accéder aux informations légales sur le produit depuis son smartphone.



Source : Mayam & Packtic

3 Distribution et gestion du rayon

Pour que la boucle du vrac soit efficace, la gestion de la distribution en magasin est cruciale. Cette étape permet d'informer et de guider le consommateur, notamment sur l'importance de nettoyer son contenant entre chaque recharge. Pour cela, le rayon doit prévoir suffisamment d'espace pour installer les distributeurs ou les étals de vrac. Dans certains secteurs, comme les produits laitiers, l'hygiène et les détergents, il est essentiel de s'assurer que les produits plus épais, collants ou visqueux s'écoulent facilement afin de minimiser les pertes et de garantir une utilisation optimale par le consommateur.

Pour une organisation efficace en magasin, le distributeur doit afficher clairement les informations sur les produits sur le lieu de vente.

Il est aussi essentiel que le personnel soit formé pour maintenir régulièrement la propreté des distributeurs et des robinets. Le magasin doit par ailleurs proposer des emballages réemployables pour les clients qui n'ont pas apporté leur propre contenant.

Enfin, il est important d'informer les consommateurs sur les règles d'hygiène, notamment le nettoyage et l'entretien des contenants réutilisables, afin d'assurer la sécurité et le bon fonctionnement du système de vrac.

Exemples de mise à disposition sur le lieu de vente :

➤ Contenants réemployables :



Dans le secteur des produits laitiers Danone x Carrefour, Yaourt en Vrac



Dans le secteur de l'hygiène beauté et détergence Flacon pompe en verre 500 ml (projet Pharma-recharge)



Dans le secteur de l'hygiène beauté et détergence Bidon plastique 1 L (Biocoop)

➤ Caissons / Distributeurs :



Dans le secteur de l'hygiène beauté et détergence distributeur produits d'entretien Jean Bouteille

➤ Robinets :



Dans le secteur des produits laitiers Danone x Carrefour, Distributeur de yaourt

4 L'intégration du vrac dans le parcours consommateur : bonnes pratiques

Tout comme pour le préemballé ou l'emballage parent avec recharge, l'implication du consommateur est essentielle pour la réussite d'un projet de type vrac. Il est donc indispensable d'accompagner les consommateurs dans ce parcours en activant les bons leviers opérationnels et de communication.

1

Indiquer au consommateur la disponibilité d'une alternative en vrac

Pour faciliter l'efficacité de l'offre de vrac et garantir son succès, il est essentiel que le consommateur sache qu'une telle offre existe. Pour cela, nous vous recommandons de bien communiquer en amont sur l'existence de cette offre et, de manière plus directe, de fournir des indications sur sa disponibilité à proximité des produits préemballés à usage unique déjà existants par exemple.



Source : Indication d'une offre de fruits secs en vrac à côté des produit préemballés (Carrefour)

2

Proposer davantage de transparence sur les produits

- **Origine et traçabilité** : indiquer clairement le pays d'origine, le producteur et les conditions de culture pour renforcer la confiance des consommateurs.
- **Mode d'emploi détaillé** : fournir des instructions plus précises, notamment sur les conditions et temps de cuisson, pour éviter les erreurs en cuisine.
- **La marque comme levier de confiance** : souligner la fiabilité des marques, perçues comme un gage de qualité, d'hygiène et de traçabilité, afin de rassurer les consommateurs les plus exigeants.

3

Donner à voir un avantage financier plus évident

Même si le prix au kilo/litre sert de référence pour comparer les produits vendus en vrac avec leur équivalent préemballé, la comparaison reste compliquée pour plusieurs raisons :

- **Absence de proximité en rayon** : les produits en vrac et leurs équivalents préemballés ne sont pas toujours placés côte à côte dans les points de vente, ce qui complique la comparaison.
- **Manque de référents clairs** : l'absence de marques ou de points de référence similaires rend difficile l'évaluation des prix et des qualités des produits.
- **Perception de prix plus élevés** : les produits en vrac peuvent parfois sembler plus coûteux, renforçant l'incertitude des consommateurs.

Par ailleurs, le vrac n'est pas valorisé comme une catégorie distincte dans les catalogues promotionnels. Ainsi, les consommateurs restent souvent dans le doute quant au véritable avantage financier d'acheter en vrac.

4 L'intégration du vrac dans le parcours consommateur : bonnes pratiques

4

Faciliter l'expérience de vos clients en simplifiant le parcours en vrac des consommateurs

73 % des consommateurs ressentent le besoin d'une explication claire pour utiliser ces systèmes en toute confiance.*

Pour faciliter l'adoption, nous vous recommandons de proposer des supports pédagogiques qui détaillent chaque étape : le remplissage, l'utilisation de contenants personnels, le fonctionnement de la consigne des emballages ou des balances. En partageant ces informations de manière claire et conviviale, il sera plus simple de rendre l'expérience du vrac accessible et intuitive, quel que soit le magasin. Un accompagnement adapté pourra aider à transformer les curieux en utilisateurs réguliers, encourageant ainsi l'adoption progressive de ce type de réemploi.



Ici, par exemple utilisation de verbatim accessibles et compréhensible : Rechargez-moi, remplissez-moi.

5

Diversifier et valoriser l'offre en vrac

Pour répondre aux attentes de 65 % des consommateurs qui regrettent le manque de variété en vrac*, élargissez l'assortiment au-delà de l'offre existante, par exemple en intégrant des options non alimentaires (cosmétiques, produits d'entretien) et des produits frais pour enrichir l'offre et rendre le vrac plus attractif.

Communiquer clairement la diversité de l'offre en magasin et e-commerce et adapter l'offre localement pour mieux répondre aux besoins spécifiques des consommateurs.

6

Travailler la pédagogie et Faciliter le dosage du vrac

Étant donné que 87 % des consommateurs, et même 95 % dans le secteur de l'épicerie*, apprécient de pouvoir acheter la juste quantité, il est crucial de faciliter l'usage des dispositifs de vrac. Assurez-vous que ces dispositifs permettent un dosage précis et affichent des indications de prix claires pour éviter toute confusion. Un dosage approximatif ou une mauvaise perception du coût final peut dissuader les clients d'utiliser cette option, malgré leur intérêt pour l'achat en quantités ajustées.

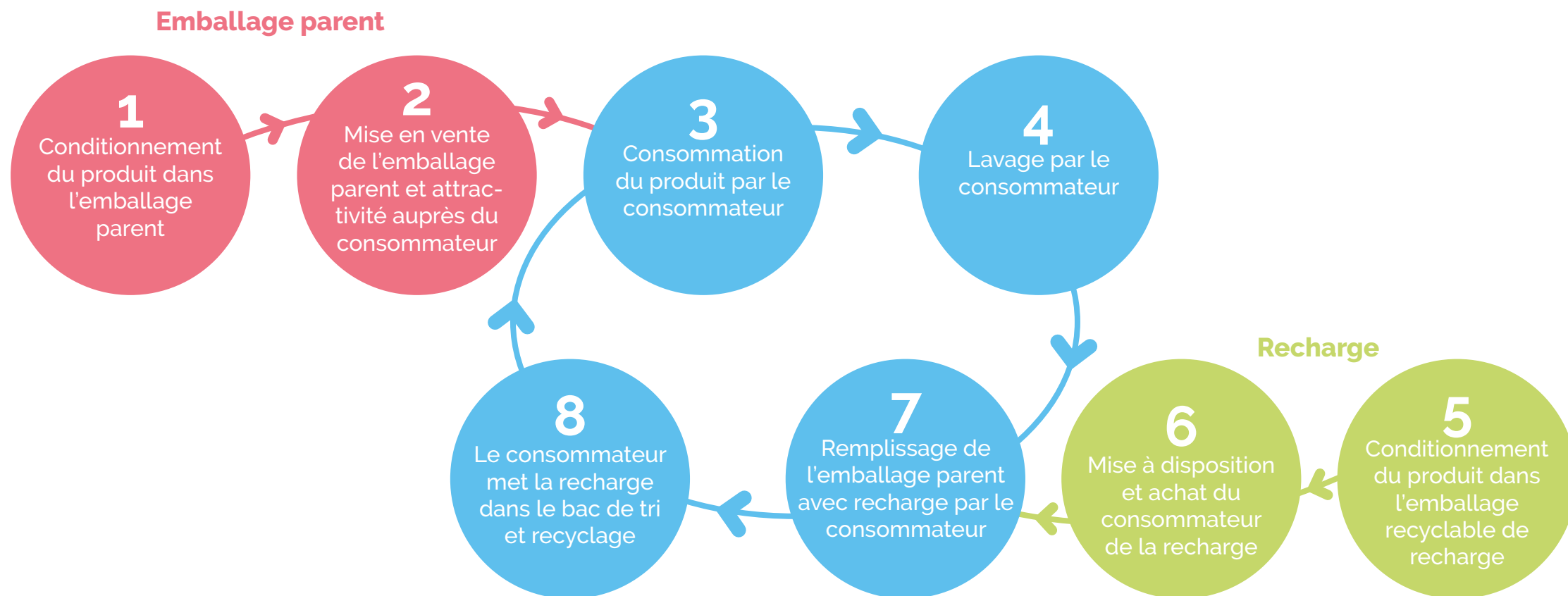
7

S'assurer d'un accompagnement et d'une présentation plus soignée

Il ressort des études* que le rayon vrac nécessite une présence humaine et pas la priorité du magasin. La complexité du dispositif, souvent non harmonisé d'un point de vente à un autre, peut aussi nécessiter une présence humaine plus soutenue afin de répondre aux nombreuses questions que les consommateurs se posent.

> Agir à chaque étape du réemploi : l'emballage parent avec recharge

Pour assurer le succès du projet de réemploi, chaque étape de la boucle de réemploi d'un emballage parent avec recharge (ou emballage intermédiaire) est essentielle. Cet état des lieux vise à présenter les étapes clés ainsi que les points de vigilance à considérer lors de la mise en place d'un projet de réemploi.



1 Le conditionnement dans l'emballage parent

Comme pour le préemballé, à la première étape du réemploi, le produit doit être disponible dans un emballage réemployable. Pour de nombreux produits, comme les bouteilles de lessive, le fabricant conserve souvent l'emballage initial à usage unique, nécessitant peu ou pas de modification dans le processus de conditionnement. Néanmoins, pour assurer le meilleur conditionnement d'un produit dans un emballage parent, il est essentiel de prendre en compte certains éléments pour assurer praticité, sécurité, et satisfaction du consommateur.

➤ Identification des points de vigilance dans le conditionnement de l'emballage parent :



Compatibilité produit-emballage

- **Type de produit** : Liquide, solide, pâteux ou poudreux, chaque type nécessite un emballage adapté pour éviter fuites et dégradations.
- **Sensibilité du produit** : Certains produits, comme les cosmétiques, nécessitent un emballage opaque ou hermétique.
- **Réactivité des matériaux** : Choisir des matériaux non réactifs pour éviter toute altération.



Adaptation au type de recharge

- **Forme de la recharge** : L'emballage doit pouvoir accueillir des recharges souples (*doypack*) ou rigides (cupules).
- **Système de fixation** : Faciliter l'insertion et le retrait de la recharge, et prévoir une ouverture adaptée pour éviter les débordements.



Praticité et expérience utilisateur

- **Remplissage facile** : Prévoir une ouverture adaptée à la recharge pour un transfert sans perte.
- **Système de distribution** : Adapter l'emballage au type de produit (pompe, spray, bâtonnet, etc.).
- **Ergonomie** : Bonne prise en main, même rempli



Durabilité et résistance

- **Matériaux robustes** : Utiliser des matériaux résistants aux recharges répétées, comme le verre, l'aluminium ou le plastique solide.
- **Facilité d'entretien** : Utiliser des matériaux lavables entre chaque recharge, surtout pour l'alimentaire et les cosmétiques.



Esthétique et image de marque

- **Design attrayant** : Un design qui reflète la marque et séduit visuellement.
- **Personnalisation** : Possibilités de couleurs ou gravures, notamment pour les produits haut de gamme.



Coût et production

- **Rentabilité** : Calculer le coût de fabrication en fonction des matériaux et de la technologie.
- **Fabrication efficace** : Optimiser la production en série et la logistique pour minimiser les coûts.

2 Mise en vente de l'emballage parent : bonne pratique

La mise en vente et l'achat par le consommateur de l'emballage parent est la première étape du parcours de la recharge. C'est donc en magasin que vous devez communiquer de la meilleure des façons pour éduquer le consommateur à cette forme de consommation afin que par la suite celui-ci achète une recharge et assure la continuité de la boucle. Voici une liste de bonnes pratiques à adopter pour assurer la réussite de votre projet :

1

Faciliter la visibilité en magasin

Pour encourager l'utilisation des emballages parents réemployables, il est essentiel de les rendre visibles et accessibles. Positionnez-les à côté des recharges ou des produits du secteur, afin que les consommateurs puissent facilement faire le lien entre les deux formats.

2

Affichage clair des informations

Il est essentiel d'indiquer sur l'emballage parent que celui-ci est rechargeable (avec la mention réglementaire « emballage rechargeable »), en fournissant des instructions sur son remplissage: un visuel de la recharge pour favoriser l'association ainsi que le mode d'emploi, particulièrement si l'ergonomie de l'emballage n'est pas intuitive et nécessite une étape de nettoyage.

Par ailleurs, comme pour les recharges il est obligatoire d'apposer l'info-tri sur l'emballage parent.

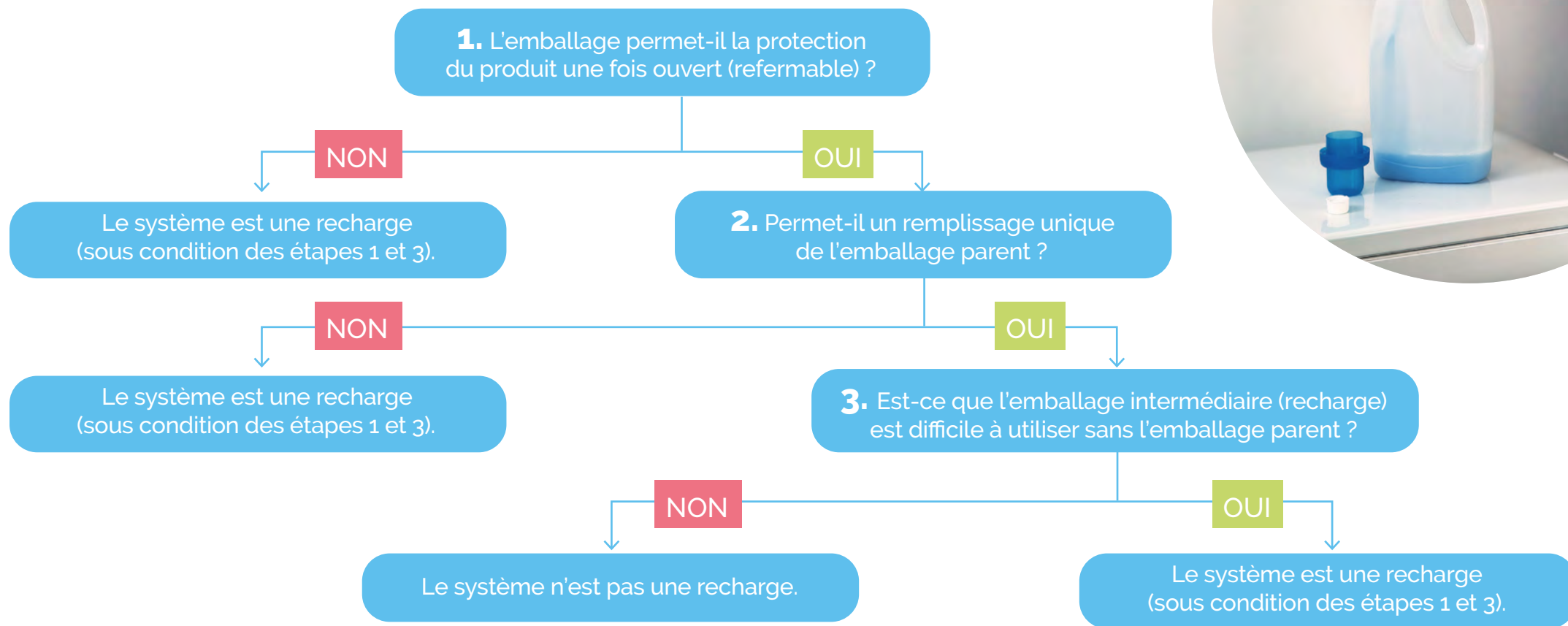
3 Consommation et lavage par le consommateur

Après avoir consommé le produit dans l'emballage parent, le consommateur doit pouvoir nettoyer le contenant de la manière la plus simple possible. Contrairement aux solutions de préemballé réemployable, où le lavage est externalisé, cela nécessite une implication de la part du consommateur. Pour faciliter le nettoyage des emballages parents par le consommateur, voici quelques recommandations simples :

- **Conception simplifiée** : Concevez les contenants avec des formes faciles à nettoyer (sans angles compliqués) et des matériaux résistants à l'humidité, permettant un lavage simple, que ce soit à la main ou au lave-vaisselle.
- **Instructions claires** : Fournissez des instructions simples sur l'emballage, comme des pictogrammes indiquant si le contenant est compatible avec le lave-vaisselle ou doit être lavé à la main. Des QR codes ou des liens vers des vidéos explicatives peuvent également être utiles.
- **Encouragement de bonnes pratiques** : Mettez en avant l'importance du nettoyage pour la durabilité de l'emballage, en incluant des rappels visuels ou des conseils sur l'entretien du produit, directement sur l'emballage. Ces mesures permettront de rendre le nettoyage des contenants plus intuitif et pratique, encourageant ainsi leur réemployabilité à long terme.

4 Le conditionnement dans l'emballage intermédiaire (recharge)

Lors de l'étape du conditionnement de l'emballage intermédiaire (recharge), il faut bien prendre en compte les critères de l'ADEME pour que ce soit bien considéré comme une recharge et donc du réemploi. La recharge doit être recyclable et ne doit pas pouvoir être utilisée sans l'emballage parent ni remplir la même fonction. Pour vérifier que c'est bien le cas, voici les questions à vous poser :



5 La mise en vente de l'emballage recharge : bonnes pratiques

Maintenant que le produit a bien été conditionné dans un emballage considéré comme une recharge, vous devez vous assurer que le consommateur adopte le geste. Celui-ci doit donc parfaitement s'intégrer dans son parcours d'achat. Voici une liste de bonnes pratiques à adopter pour garantir une bonne mise en vente de votre emballage de recharge :

1

Il est crucial de faciliter leur visibilité en magasin

57 % des consommateurs* estiment que le repérage des recharges est contraignant, c'est pourquoi il est essentiel de les positionner directement à côté de leurs emballages parents en rayon.

Affichez également des informations claires pour indiquer que le contenant est réemployable avec une recharge disponible à proximité. Une signalétique explicite renforcera la compréhension des consommateurs et les encouragera à opter pour cette option plus durable.



Par exemple ici, Le Petit Marseillais qui a pris soin de bien mettre à disposition ses recharges à proximité de l'emballage parent (flacon de gel douche) afin d'en faciliter l'adoption par le consommateur.

Source : Le Petit Marseillais

2

Il est essentiel de maintenir un tarif attractif pour encourager ce choix

Puisque 80 % des consommateurs* considèrent les recharges comme une option plus avantageuse en termes de prix. Assurez-vous que le prix au kilo/litre de la recharge reste inférieur ou égal à celui de l'emballage parent, car les consommateurs comparent systématiquement les deux. Un écart de prix trop élevé en défaveur de la recharge entraîne souvent un abandon du produit au profit de l'emballage d'origine.

* Source : « Réemploi : leviers et freins du parcours consommateur en GMS et circuits spécialisés », Citeo/IPSOS 2024

6 Remplissage et tri de la recharge par le consommateur

Le remplissage de l'emballage parent

Pour réemployer l'emballage parent, le processus de remplissage du contenant doit être simple pour le consommateur. Afin de faciliter ce geste, vous pouvez mettre en place des outils de communication pour expliquer le déroulement du processus : pictogramme sur la recharge, notice sur l'emballage, tutoriel vidéo accessible par QR code, etc. De nombreux leviers restent à votre disposition.



Par exemple, ici la marque de gel douche Tahiti explicite clairement au consommateur par l'intermédiaire d'une notice apposée sur l'emballage intermédiaire (recharge) comment le consommateur doit recharger son emballage parent. Un pas-à-pas illustré à l'aide de pictogrammes facilite le remplissage pour le consommateur.

Source : Tahiti

Quel marquage apposer sur mon emballage pour faciliter le geste de tri ?

Seuls les emballages préemballés et réemployés par le professionnel, bénéficiant d'un dispositif de retour, doivent porter l'Info-réemploi.

Ainsi, c'est l'info-tri qui doit être apposée sur l'emballage parent et la recharge, car même après plusieurs cycles de réemploi domestique, il revient au consommateur de gérer la fin de vie de ces emballages en les déposant dans le bac de tri.



Pour aller plus loin

L'Info-tri c'est facile avec Adelphe !

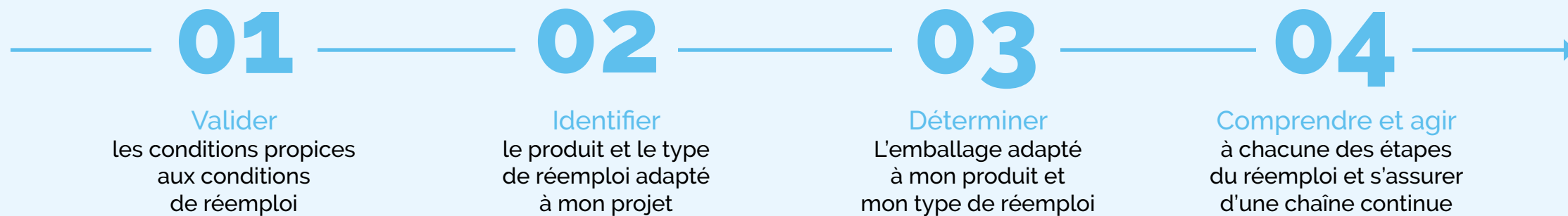
Intuitif et pensé pour vous, notre outil digital Easy Info-tri vous guide pas à pas dans la création de votre signalétique de tri pour vos emballages parents avec recharge.



Module info-tri du campus circulaire :

Pour vous aider dans la prise en main de l'Info-tri, nous avons développé un espace de cours exclusif sur le campus circulaire, notre plateforme de e-learning. Retrouvez nos modules pour comprendre et construire vos info-tri.

Félicitations, vous êtes enfin prêt à vous lancer dans un projet de réemploi !



Votre projet est maintenant bien structuré et vous avez compris les enjeux des différentes étapes.

Ce guide est un point d'entrée dans l'univers du réemploi.

Des innovations et pratiques apparaissent régulièrement et une veille sur ce sujet est un bon moyen de rester au fait des avancées.

Citeo continue de vous accompagner sur cette thématique avec de futurs contenus/ pratiques/méthodologies en cours de création.



Mon tableau de bord

Mon Produit	Le type de réemploi choisi	L'emballage choisi	ACV Concluante ?	Moyens d'agir à chaque étape de la boucle ?
	 Allez à l'étape 2	 Allez à l'étape 3	 Allez à l'étape 4	
Exemple : Bouteille Coca-Cola 1 L	Préemballé réemployable consigné	Verre	Oui	Oui

Reporting réemploi : Adelphe vous accompagne dans vos obligations

Depuis janvier 2020, la loi Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire (AGEC) fixe aux entreprises des objectifs de réemploi et de réutilisation de leurs emballages ménagers (page 5 réglementation). D'ici 2027, 10 % des emballages mis sur le marché annuellement en France devront être réemployés. Afin d'atteindre cet objectif, depuis 2023, toutes les entreprises doivent déclarer la proportion d'emballages réemployés mises sur le marché et les transmettre à Adelphe. Ce reporting obligatoire permettra d'évaluer périodiquement les performances de la France en matière de réemploi en cohérence avec ces objectifs.

➤ Qui est responsable de la remontée des données ?

Le reporting sur le réemploi concerne tout producteur ou importateur de plus de 10 000 produits emballés mis sur le marché. Ce nombre doit être lié au SIREN.

Les produits emballés, qu'ils soient fabriqués en France ou à l'étranger, sont concernés, peu importe le secteur, dès lors qu'ils sont mis sur le marché français, comme c'est le cas pour la REP.

- **Vos emballages à usage unique** : c'est-à-dire tous les emballages qui ont été conçus pour n'être utilisés qu'une seule fois.

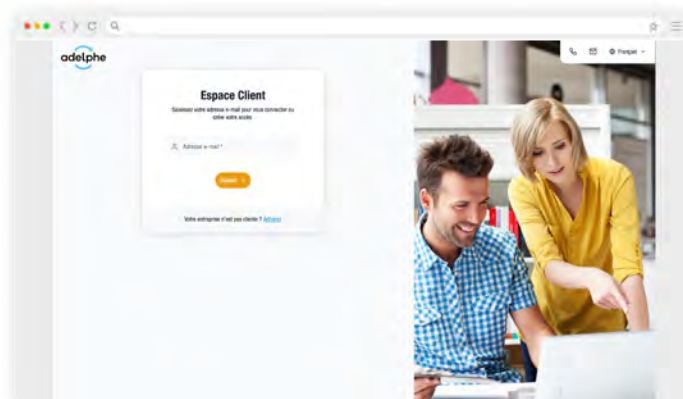
➤ Comment faire ?

Dès le mois de mars, dans la continuité de votre déclaration dans le cadre de la REP vous pourrez effectuer votre déclaration depuis votre espace Adelphe.

➤ Quelles sont les données à remonter ?

Dans le cadre de ce reporting vous devez remonter :

- **Vos emballages réemployables neufs** : c'est-à-dire tous les emballages réemployables qui ont été mis sur le marché pour la première fois. Par exemple une bouteille en verre réemployable qui n'a pas encore effectuée de boucle.
- **Vos emballages réemployés** : c'est-à-dire tous les emballages qui ont déjà passé toutes les étapes de la boucle du réemploi et qui sont proposés pour au moins la seconde fois aux consommateurs. Par exemple, une bouteille en verre qui a été lavée, reconditionnée et enfin remise en rayon pour un nouveau cycle.



Pour aller plus loin

Focus Pratique Reporting réemploi

Ce document vous permet de vous préparer au Reporting réemploi des mises en marchés de l'année 2024 en suivant la méthode de comptabilisation de l'ADEME.

Guide du reporting réemploi (Nouvelle version disponible début 2025)

Ce guide vous permet d'être accompagné dans le cadre de votre reporting et vous permet de comprendre comment celui-ci doit se dérouler de façon détaillée.

Pour aller plus loin

L'accompagnement Adelphe

Bénéficiez d'un accompagnement tout au long de votre projet de réemploi



Je m'informe

L'espace d'Adelphe

Retrouvez toutes les ressources d'Adelphe : les fiches réflexes, les guides et synthèses d'étude en téléchargement, en exclusivité pour les adhérents d'Adelphe.

monespace.adelphe.fr

L'actualité Adelphe

Toute l'actualité du réemploi : étude sur les emballages standards réemployables, FAQ, projets accompagnés par Adelphe.

www.adelphe.fr



Je me forme

Le campus circulaire

La plateforme de e-learning réservée aux adhérents d'Adelphe pour s'initier au réemploi et comprendre les principaux enjeux (formation, webinars)

campuscirculaire.adelphe.fr



**le campus
circulaire**

Trois modules sont à votre disposition sur les thématiques :

1. Définition et périmètre du réemploi
2. Fonctionnement du réemploi des emballages
3. Performance environnementale du réemploi



Je me lance

Le guide du réemploi

Ce guide sert de premier support pour se lancer dans un projet de réemploi.

Appel à projet EncoRe plus de réemploi

Adelphe peut financièrement vous accompagner dans vos projets de réemploi. Pour plus d'informations et candidater à l'appel à projet rendez-vous ici :

<https://www.adelphe.fr/nos-services-aux-entreprises/reemploi/candidature-reemploi>

Autres documents de référence



Les études de [l'ADEME](#)

1

Étude sur les [modalités de comptabilisation](#) du réemploi ou de la réutilisation des emballages en France

2

Étude sur [l'évaluation environnementale](#) des dispositifs de consigne pour le réemploi des emballages en verre en France

3

Étude sur [le benchmark européen des dispositifs de consigne pour réemploi](#) et/ou recyclage des emballages

4

Bilan annuel du réemploi des emballages : données 2023

5

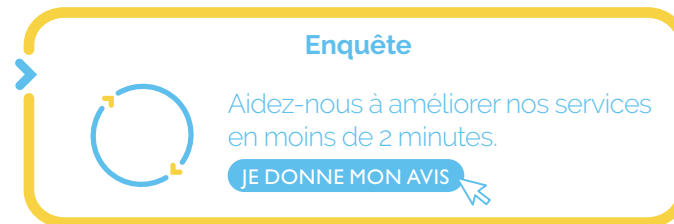
Étude de [potentiels de développement du réemploi](#)

6

Synthèse des feuilles de route [3R](#) des fédérations d'entreprises

Une question ou un partage de bonnes pratiques ?

Contactez votre interlocuteur habituel
ou
ecoconception@contact.adelphe.fr



93/95 rue de Provence
75009 Paris

T. 01 81 69 05 50

www.adelphe.fr



Tous les papiers se trient et se recyclent,
ce document aussi !