



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

Contexte

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

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

Pour adresser cet enjeu global et systémique, Carrefour souhaite valoriser les innovations d'écoconception de ses fournisseurs, mobiliser ses clients et les ONG pour proposer des idées. Pour impliquer ses clients dans cette transformation et identifier les attentes des consommateurs, Carrefour a organisé en 2019 une consultation citoyenne mission-zero-plastique.carrefour.com qui a recueilli plus de 11 000 votes et 5 000 répondants. Ainsi, pour les clients, les emballages au rayon fruits et légumes suscitent le plus de critiques, suivi des emballages des rayons épicerie et des sacs de transport des services livraison et drive. Parmi les initiatives déjà portées par Carrefour, le sac en coton réutilisable recueille le plus de votes positifs (403) suivi de la mise à disposition de fruits et légumes bio en vrac (338 votes), du remplacement des emballages plastiques des fruits et légumes par des bandeaux (283 votes) et le développement de l'offre vrac pour les produits secs (243 votes) et liquides (234 votes).

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

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

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

Nos objectifs et notre performance

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

- 1 Réduire la quantité d'emballages mis sur le marché** : Carrefour souhaite réduire à la source la quantité d'emballages mis sur le marché, en supprimant en priorité les emballages les plus irritants pour les clients et en proposant des modèles de vente sans emballages. L'enjeu pour Carrefour étant de faciliter l'adoption par les clients de solutions zéro déchets. Objectif : 20 000 tonnes d'emballages économisés dont 15 000 tonnes d'emballages plastiques d'ici 2025 (en cumulé depuis 2017).
- 2 Développer les emballages réutilisables, recyclables ou compostables** : lorsqu'il est impossible de supprimer les emballages ou de les réutiliser, Carrefour souhaite garantir la recyclabilité ou la compostabilité effective des emballages des produits, en cohérence avec les filières de recyclage nationales. Objectif : 100 % d'emballages réutilisables, recyclables ou compostables en 2025, pour les marques de Carrefour.

OBJECTIFS :

- **20 000 tonnes** d'emballages économisés dont 15 000 tonnes d'emballages plastiques d'ici 2025 (en cumulé depuis 2017) ;
- **100 %** d'emballages réutilisables, recyclables ou compostables en 2025 pour les marques de Carrefour⁽¹⁾ ;
- **30 %** d'intégration de plastique recyclé dans les emballages d'ici 2025 ;
- **20 %** de plastique vierge en moins mis sur le marché pour les produits aux marques Carrefour, dont la moitié provient d'une réduction absolue en plastique à fin 2025 ;
- **500** magasins proposant un système de consigne, sur le modèle de l'initiative actuellement menée avec Loop dans 10 magasins à fin 2025 ;
- **1 000** emballages réutilisables à fin 2025 ;
- Plus de **50** nouveaux tests de vrac à fin 2025.

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



(1) emballages primaires



Indicateurs	2018	2019	2020	Évolution (2019/2020)	Objectif 2025
Réduction des emballages mis sur le marché depuis 2017 (en tonnes)	- 1 867	- 3 460	- 6 154	- 2 694	20 000 tonnes
Réduction des emballages plastiques mis sur le marché depuis 2017 (en tonnes)	-	-	2 065 (Nouvel indicateur)		15 000 tonnes

Nos plans d'action

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

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

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

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

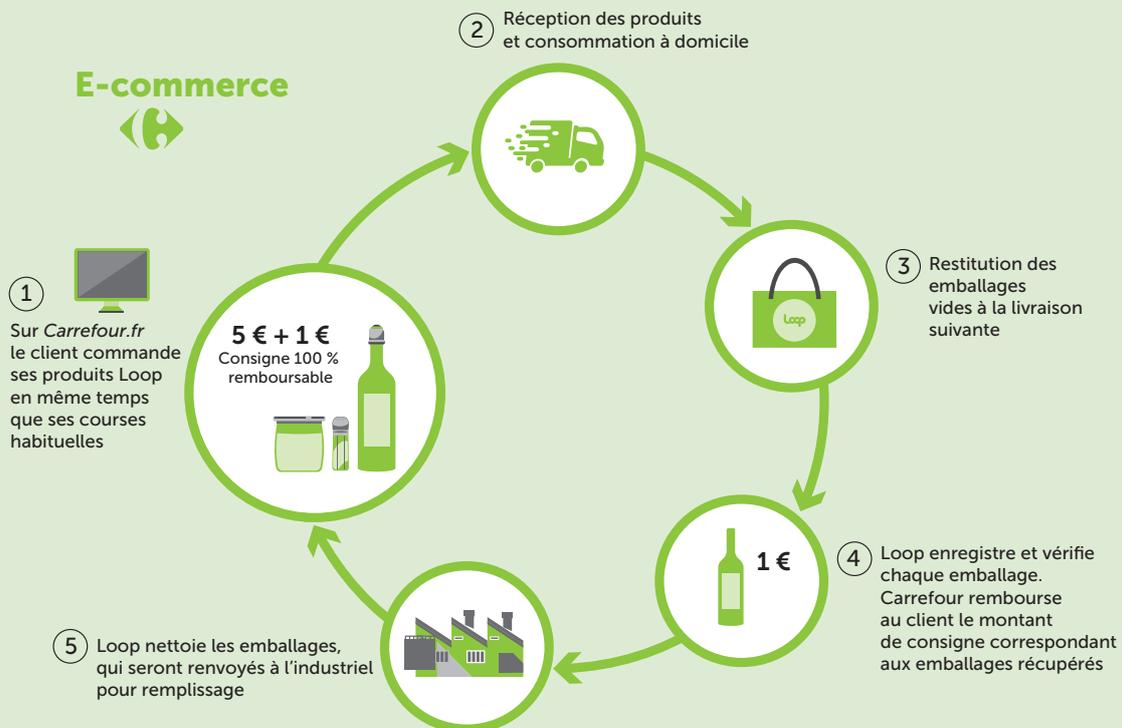
- le projet « Apporte ton contenant » a été déployé dans tous les pays d'Europe pour permettre aux clients d'utiliser leur propre contenant aux rayons traditionnels (poissonnerie, boucherie, traiteur, etc.) dans tous les hypermarchés et supermarchés. Des tests sont en cours pour proposer des contenants réutilisables à la vente aux stands frais ;
- afin de développer le vrac, nous avons démarré la vente de sacs en coton bio réutilisables et lavables, destinés à remplacer les sacs en plastique compostables du rayon Fruits et Légumes en France et en Espagne ;
- une boucle courte d'économie circulaire pour tous les sacs de livraison à domicile a été mise en place (environ 2 millions de sacs par an) : commande sur Carrefour.fr, livraison de la commande au client, récupération des sacs ayant servi aux anciennes livraisons, centralisation des sacs en entrepôt, nettoyage par un institut de réinsertion, réutilisation des sacs pour une nouvelle commande ;
- Avec TerraCycle, Carrefour a lancé Loop by Carrefour, service de livraison à domicile et avec système de consignes et de contenants durables, qui propose plus de 25 références de produits à fin 2020 et permet de réduire les emballages à usage unique. L'initiative a également été implémentée en magasin depuis octobre 2020 ; les consommateurs peuvent rendre les contenants des produits consignés dans 9 magasins de proximité de Paris et un supermarché de région parisienne. L'initiative sera étendue en 2021.

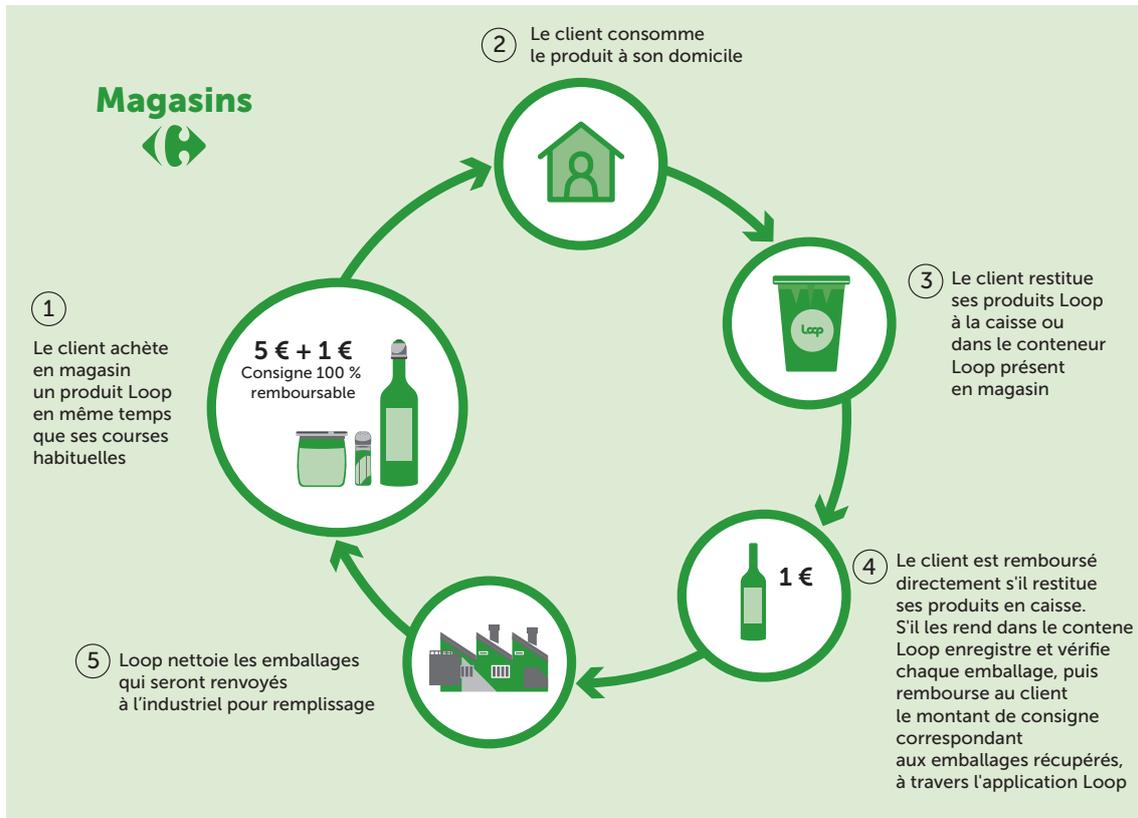
ÉTUDES DE CAS :

Réduire les déchets avec Loop

En cohérence avec son engagement de réduction de la consommation d'emballages, Carrefour propose depuis mai 2019 une alternative de consommation pratique et zéro-déchet à ses clients en Île-de-France avec Loop, une plateforme de livraison à domicile qui s'appuie sur un système de consignes et de contenants durables. Lancé avec TerraCycle, leader mondial dans le recyclage de déchets considérés difficilement valorisables, Loop permet aux consommateurs de passer commande d'une sélection de produits aux marques de Carrefour et de marques nationales (Evian, Coca-Cola, Nivea, etc.), dont des gammes de produits bios (Maison Verte, Herbal Essences). Une fois les produits consommés, les clients placent leurs emballages vides dans un sac Loop prévu à cet effet et se rendent sur leur espace personnel web pour programmer leur retour. Ils ont alors le choix d'être à nouveau livrés ou d'être remboursés du montant de la consigne initialement payée. Les produits proposés dans un emballage réutilisable sont directement disponibles sur Carrefour.fr, permettant aux clients de choisir des produits bénéficiant du système Loop et des produits conventionnels dans une seule et même commande. Fin 2020, Carrefour a étendu l'initiative à ses points de vente physiques, proposant une trentaine de références de ses 21 marques partenaires dans sept magasins parisiens, dotés de corners et de bornes de collecte Loop dédiés. Les clients inscrits auprès du service sont remboursés du montant de la consigne après avoir remis les emballages dans la borne de récupération en magasin. Cette initiative pilote est amenée à être déployée en 2021. Avec Loop, Carrefour devient le premier grand distributeur à offrir une alternative aux emballages jetables par un nouveau circuit de distribution circulaire, fer de lance d'une solution durable.

FONCTIONNEMENT CIRCULAIRE DU PROJET LOOP PAR CARREFOUR EN E-COMMERCE ET EN MAGASIN





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

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

2.1. Les emballages plastiques des fruits et légumes :

La démarche de réduction du plastique concerne les fruits et légumes frais, bio et non bio. Les fruits et légumes de la marque Carrefour Bio font l'objet d'un objectif spécifique, de suppression du plastique (totale ou partielle) de 90% des références d'ici fin 2021.

- Développement du vrac : le vrac est déployé prioritairement dans l'ensemble des formats et rayons bio (Carrefour Bio, Bio Expérience etc.).
- Suppression progressive des emballages plastiques pour tous les fruits et légumes. La transformation d'emballages fruits et légumes en 2020 a permis de réduire 450 tonnes de plastique chez Carrefour. Des solutions d'emballages alternatifs aux barquettes, sachets et filets plastique sont développées, avec les fournisseurs partenaires. Par exemple : les rubans et étiquettes pour la banane bio (-32T de plastique/an), le concombre bio (-6T), chou et brocoli (-3T) ; les barquettes carton pour les pommes (-34T) ; poires mûres à points (-19T) ; les sachets papiers sur les pommes de terre bio (-19T) ; les filets cellulose sur les agrumes bio (-44T), les oignons (-55T), les poivrons bio (-5T). En 2021, Carrefour et ses fournisseurs de fruits et légumes accélèrent la réduction du plastique.
- Carrefour a remplacé les sacs bioplastiques par des sacs en papier kraft dans 40 % des hypermarchés. La suppression des sacs bioplastiques au profit des sacs kraft sera effective courant 2021 dans toutes les enseignes de Carrefour.

2.2. L'emballage des produits Boulangerie viennoiserie pâtisserie

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

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

2.3. Les emballages individuels (suremballage)

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

- Substitution du plastique par des solutions en carton des emballages sur les catégories jouets, piles et ampoules (plus de 178 tonnes en 2020).

ÉTUDES DE CAS :

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

Carrefour a mis en place de nombreuses actions pour réduire les emballages, à commencer par les rayons bio où les emballages plastiques sont particulièrement visibles et irritants pour ses clients. Pour ce faire, il a développé en 2019 la vente en vrac dans les magasins Carrefour Bio et dans les espaces Bio Expérience de ses supermarchés et hypermarchés. Les emballages plastiques ont été remplacés par de simples bandeaux pour les bananes, les concombres, le fenouil, les poireaux, le potiron et le radis noir. En 2020, Carrefour a poursuivi les substitutions d'emballages par des emballages sans plastique : ces changements permettent des réductions de 19T pour la pomme de terre Carrefour Bio et de 34 T pour la pomme Bio, par exemple.

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

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

ÉTUDES DE CAS :



BRÉSIL

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

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

Cela permet de suivre l'indice de recyclabilité des produits, adapté en fonction des filières de recyclage régionales existantes. En 2020, 100 % des fournisseurs de marques Carrefour ont fait l'objet d'un diagnostic de recyclabilité. Ce diagnostic a révélé que 43 % des composants des produits sont recyclables. Des plans d'action sont déployés pour remplacer les matières non recyclables sur l'ensemble des produits identifiés. Les actions menées en 2019 ont permis de substituer plus de 11 millions d'emballages et produits non recyclables.

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

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



FRANCE

Afin de faire évoluer des formats d'emballages complexes (biscuits, salades, pâtes à tarte, compotes, etc.) Carrefour a accompagné depuis Janvier 2019 le lancement d'un accélérateur d'innovations sur l'emballage baptisé « RESET Retail ». Le principe est de réunir certains fournisseurs de marque propre communs à Système U et Carrefour dans un consortium au sein duquel nous facilitons la rencontre avec des innovateurs de l'emballage. En 2020, Carrefour s'est associé à LDSH afin de trouver une alternative aux sachets plastiques utilisés pour le conditionnement des salades prêtes à l'emploi de la marque Les Crudettes. Ce produit innovant sera mis en rayon au printemps 2021, et fait de Carrefour un précurseur de la grande distribution sur le sujet.

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

- Carrefour agit en parallèle avec ses clients pour améliorer la collecte et le tri. Suite à des résultats prometteurs, deux bornes RVM (Reverse Vending Machine) supplémentaires ont été installées à Chartres et à Rambouillet.

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

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

Notre organisation



PÉRIMÈTRE

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

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

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



GOVERNANCE

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

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

Un groupe de travail emballages a été lancé en décembre 2020 afin de suivre trimestriellement l'ensemble des plans d'action listés ci-dessus et de mesurer leur avancement.



ÉVALUATION DE LA PERFORMANCE

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

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



COLLABORATIONS ET PARTENARIATS

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



POUR EN SAVOIR PLUS

- New plastics economy : <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/our-work/activities/newplastics-economy>
- Pacte national sur les emballages plastiques : https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/sites/default/files/2019.02.21_Pacte_National_emballages_plastiques.pdf
- Ma boutique Loop : <https://maboutiqueloop.fr/>