



Centre national d'information indépendante sur les déchets

Dégage l'emballage !!!

Paris, le 8 juin 2004. A l'initiative du CNIID, une seconde action nationale de déballage est organisée le samedi 12 juin 2004, en partenariat avec UFC Que Choisir et Greenpeace. Cette opération qui aura lieu simultanément dans soixante villes Françaises consiste à faire ses courses dans un supermarché et à laisser en caisse tous les emballages qui s'avèrent inutiles.

Chaque année, 100 milliards d'emballages passent entre les mains des Français pour rapidement finir à la poubelle et représenter ainsi 4,7 millions de tonnes de déchets. Les emballages représentent 38 % du poids et 50 % du volume de notre poubelle, c'est donc le flux de déchets le plus important.

Conscients de cet état de fait, les industriels tentent de limiter la production de déchets d'emballages en allégeant le matériau de l'emballage. « Mais, faire plus léger ne résout pas le problème car cela conduit souvent à faire plus complexe et donc moins recyclable » explique Florence Couraud, chargée de Campagne Production Propre au CNIID. Nous assistons ainsi à une substitution de matériaux comme le verre et le carton pour des matériaux plastiques plus légers (augmentation de 11 % entre 1997 et 2000). Or, le plastique n'est recyclé qu'à hauteur de 14 % contre 45 % et 65 % pour le carton et le verre.

Il convient donc aujourd'hui de limiter pas seulement le poids, mais également le nombre car tous les emballages n'ont pas une utilité avérée. En effet, selon une enquête réalisée par la CLCV (Consommation Logement et Cadre de Vie) en 2004, seulement 6 % des personnes interrogées estiment que tous les emballages présentent une utilité essentielle. Cette étude révèle également que 62 % des consommateurs estiment ne pas avoir le choix d'opter pour des produits sans emballages parmi les différentes catégories de produits mis à leur disposition, tandis que 46 % d'entre eux souhaiteraient pouvoir laisser leurs emballages en caisse. Il apparaît donc qu'une majorité de consommateurs perçoit les emballages comme une contrainte. Cela remet en cause le dogme selon lequel la multiplication des emballages répondrait à un besoin du consommateur.

Il apparaît donc que les emballages se sont écartés de leur mission première, à savoir la conservation et l'information pour devenir principalement un outil marketing, qui coûte cher au consommateur.

Pour chaque emballage mis sur le marché, l'industriel doit payer une contribution à éco-emballages (environ 0,6 centimes d'euros) afin de financer le traitement de l'emballage devenu un déchet. Or, cette contribution, matérialisée par le fameux point vert, est répercutée dans le prix de vente du produit. Lorsqu'il achète un produit emballé, le consommateur va donc payer la contribution financière au traitement des déchets à la place de l'industriel, ainsi que le coût de l'emballage qui peut parfois revenir plus cher que le produit lui-même et enfin, en tant que citoyen, il va financer le traitement de ces déchets par le biais de la TEOM (Taxe sur l'Enlèvement des Ordures Ménagères).

Le citoyen assume donc la totalité des coûts que représentent ces milliards d'emballages mis chaque année sur le marché, désresponsabilisant ainsi complètement l'industriel qui peut continuer de produire salement car subventionné par l'argent public.

« Une vraie responsabilité doit peser sur les industriels qui mettent ces emballages sur le marché, comme le préconise la Directive Européenne 94/62/CE, ceci afin d'inciter ces derniers à réduire de façon significative leur production de déchets d'emballages. » déclare Florence Couraud.

Contact : Florence Couraud, 01 55 78 28 65

Cette action sera abordée dans le cadre d'une conférence de presse plus globale sur la prévention des déchets proposée par Agir pour l'Environnement vendredi 11 juin de 10h à 11h30 à l'AGECA, 177, rue de Charonne - Paris 11ème - Métro Alexandre Dumas ou Charonne
