

Lignes directrices d'écoconception des emballages

OCTOBRE 2024

VERSION 1

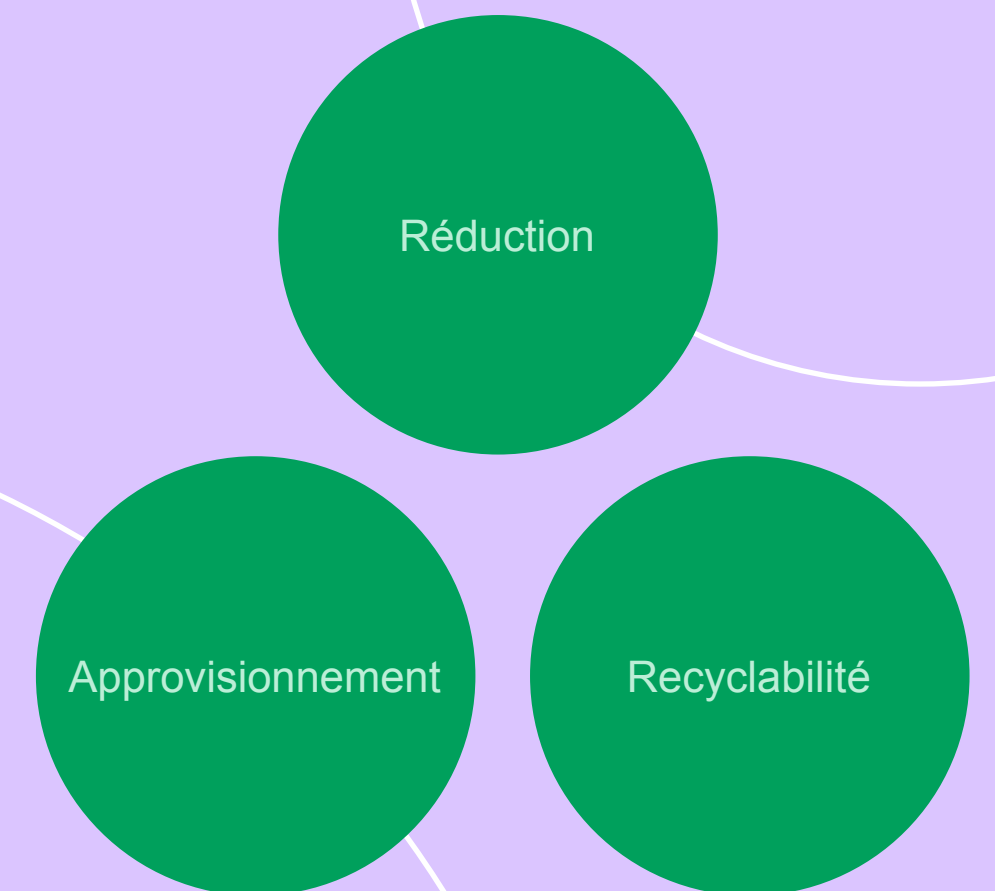
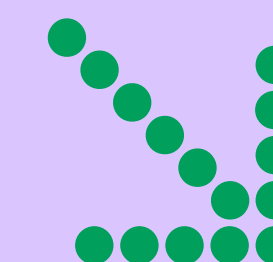


Table des matières

<p> Clauses de non-responsabilité 2 </p> <hr/> <p> Objectifs du guide 3 </p> <hr/> <p> Définition de l'écoconception 4 </p> <p> Contexte et définition.....4 Hiérarchie des modes de gestion (3RV-E).....4 </p>	<p> Importance de l'écoconception 5 </p> <p> Cycle de vie et impacts5 Bénéfices7 </p> <hr/> <p> Bases de l'écoconception 8 </p> <p> Fonctions des emballages et imprimés8 Système d'emballages9 Scénario d'usage9 Notion de « juste emballage » 10 </p>	<p> Lignes directrices d'écoconception 11 </p> <p> Repenser pour mieux écoconcevoir 11 Stratégies d'écoconception..... 12 </p> <p> Réduction 13 Approvisionnement..... 14 Recyclabilité..... 15 </p> <p> Écoconception en entreprise ... 16 </p> <p> Engagements organisationnels 16 Stratégie d'emballage 16 Gestion de compromis..... 17 Étapes d'intégration de l'écoconception..... 18 </p>	<p> Glossaire 21 </p> <hr/> <p> Références 23 </p>
---	---	---	--



Cette table des matières est interactive. Survolez la barre supérieure ou cliquez sur les titres pour naviguer dans le document.



Clauses de non-responsabilité

Les lignes directrices d'écoconception des emballages et imprimés (LDÉ) est un guide non prescriptif qui a été développé par Éco Entreprises Québec (ÉEQ). Il s'appuie sur l'expérience pratique de l'équipe d'écoconception acquise au cours des 15 dernières années, sur une revue de plusieurs guides internationaux cités dans les références, et sur une série d'entretiens réalisés en 2023 avec une dizaine d'entreprises pour mieux comprendre leur réalité et leur façon d'intégrer l'écoconception.

Le lecteur est expressément avisé de ce qui suit :

- ÉEQ n'est pas un fabricant, distributeur ou fournisseur de produits, y compris de tout emballage ou imprimé. ÉEQ décline toute responsabilité quant à l'utilisation des LDÉ, y compris, sans s'y limiter, tout ce qui concerne une détermination sur l'écoconception ;
- Les LDÉ ne peuvent être utilisées à des fins de marketing ou de certification, y compris pour déclarer qu'un emballage ou un imprimé est conforme aux LDÉ ;
- Pour certaines matières, des tests et des essais à l'échelle laboratoire ou pilote seront nécessaires afin de valider leur comportement dans des infrastructures industrielles ou dans la chaîne de valeur ;
- ÉEQ n'offre aucune garantie quant à l'exactitude, l'exhaustivité ou l'actualité du contenu des présentes LDÉ. En particulier, sans s'y limiter, ÉEQ ne garantit pas que les LDÉ demeureront à jour vis-à-vis les plus récentes connaissances dans le domaine. Le lecteur est invité à contre-valider et expertiser de façon indépendante tous les éléments pertinents à la conception de ses emballages et imprimés ;
- Les LDÉ représentent une simplification des pratiques de différents acteurs de la chaîne de valeur. Cette simplification s'adresse à un public non initié, ne tient pas compte de la grande variabilité des pratiques sur le terrain et peut omettre plusieurs éléments techniques.

Objectifs du guide

Selon le principe de la responsabilité élargie des producteurs (REP), les producteurs (entreprises) sont au cœur du système de collecte sélective. Ils ont l'entière responsabilité des emballages et imprimés qu'ils mettent sur le marché, et ce, de la conception jusqu'au recyclage, dans une perspective d'économie circulaire. Afin d'aider les producteurs à réduire leur empreinte environnementale, ÉEQ place l'écoconception et la recyclabilité au premier plan de ses actions avec ses partenaires.

Selon le contexte, le terme « entreprise » sera utilisé dans ce guide comme synonyme au terme « producteur » tel que décrit au *Règlement portant sur un système de collecte sélective de certaines matières résiduelles* [RLRQ c Q-2, r 46.01](#) (*Règlement CS*)

Ce guide a pour objectif d'augmenter la compréhension et de favoriser l'adoption de l'écoconception auprès des producteurs, mais aussi de leurs partenaires d'affaires :

- en définissant ce qu'est l'écoconception et en expliquant qu'elle soutient la hiérarchie des 3RV-E ;
- en mettant en contexte les impacts environnementaux des emballages et imprimés et en montrant les bénéfices économiques, concurrentiels, réputationnels, sociaux et environnementaux de l'écoconception ;
- en expliquant les concepts de base de l'écoconception, soit les fonctions des emballages et imprimés, le système d'emballage, le scénario d'usage et le « juste emballage » ;
- en abordant l'écoconception à travers le principe de la conception créative (*design thinking*) et en présentant les trois stratégies d'écoconception qui sont la réduction, l'approvisionnement et la recyclabilité, ainsi que les actions qui y sont associées ;
- en proposant une approche en entreprise, ainsi qu'une méthodologie pour implanter et réussir une démarche d'écoconception.

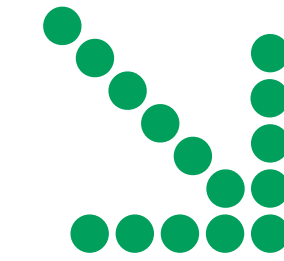
Ce guide a été rédigé pour les emballages (incluant les contenants) et imprimés qui constituent les objets acceptés dans la collecte sélective et visés par le *Règlement CS* et qui doivent être déposés dans le bac de récupération (collecte résidentielle). Ils se définissent sommairement comme suit :

Emballages (incluant les contenants)

Tous les emballages de papier ou carton, de plastique, de verre et de métal servant à contenir, protéger ou envelopper un produit.

Imprimés

Tous les imprimés, papiers et autres fibres cellulosiques, servant ou non de support à un texte ou à une image.



Pour qui ?

Le guide s'adresse d'abord aux producteurs qui mettent en marché des emballages et imprimés.

Par extension, l'écoconception et la recyclabilité touchent également plusieurs autres acteurs de la chaîne de valeur des emballages et imprimés :

- Fabricants, fournisseurs et distributeurs d'emballages ;
- Acteurs de la collecte sélective (collecteurs, centres de tri, points d'apport volontaire et écocentres, conditionneurs, recycleurs) ;
- Associations patronales et sectorielles et autres organismes ;
- Agences de création et de marketing ;
- Imprimeurs ;
- Milieu de la recherche (centres de recherche, CCTT) ;
- Consultants en écoconception et spécialistes en emballages.

Définition de l'écoconception

Tout d'abord, il est important de comprendre le contexte social, économique et environnemental dans lequel évoluent les emballages et imprimés, ainsi que les caractéristiques de l'écoconception et son rôle dans le soutien d'une saine gestion des matières résiduelles.

Contexte et définition

Les emballages et imprimés d'aujourd'hui sont le reflet d'une culture de la consommation. Bien qu'ils soient très présents dans nos vies et nécessaires à la protection, à la conservation et au transport des produits que l'on consomme, la société vit une relation amour-haine avec ceux-ci. C'est pourquoi, depuis quelques années déjà, les consommateurs exercent des pressions sur les commerçants, les détaillants et les fabricants afin qu'ils réduisent la quantité de matériaux utilisés pour leurs emballages et imprimés, ainsi que les effets de ceux-ci sur l'environnement.

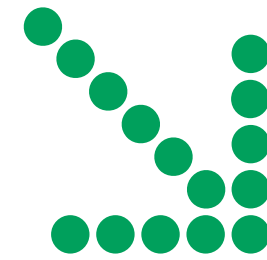
En réponse à ces pressions, les entreprises cherchent à agir sur leurs emballages et imprimés en les rendant plus recyclables, plus légers et plus fonctionnels tout en réduisant leur empreinte environnementale.

Pourtant, les problématiques environnementales engendrées par ceux-ci ne sont que la pointe de l'iceberg d'un système plus global de production et de consommation.

Pour mettre en marché des emballages et imprimés plus performants tout en évitant des transferts d'impacts, les entreprises peuvent se tourner vers l'écoconception, qui a le potentiel de réduire leurs répercussions négatives sur l'environnement tout au long de leur cycle de vie.

Concrètement, l'écoconception est une démarche holistique qui se caractérise par la prise en compte de critères environnementaux, sociaux et économiques lors de la phase de conception d'un emballage ou d'un imprimé, tout en conservant sa valeur d'usage (rôles et fonctions).

L'écoconception s'applique aussi bien pour la sélection, l'amélioration ou la conception d'un emballage ou d'un imprimé. C'est également une démarche génératrice de valeur qui tient compte des approches de réemploi et de réutilisation et qui permet de réfléchir à la place que prend l'emballage à usage unique dans la société.



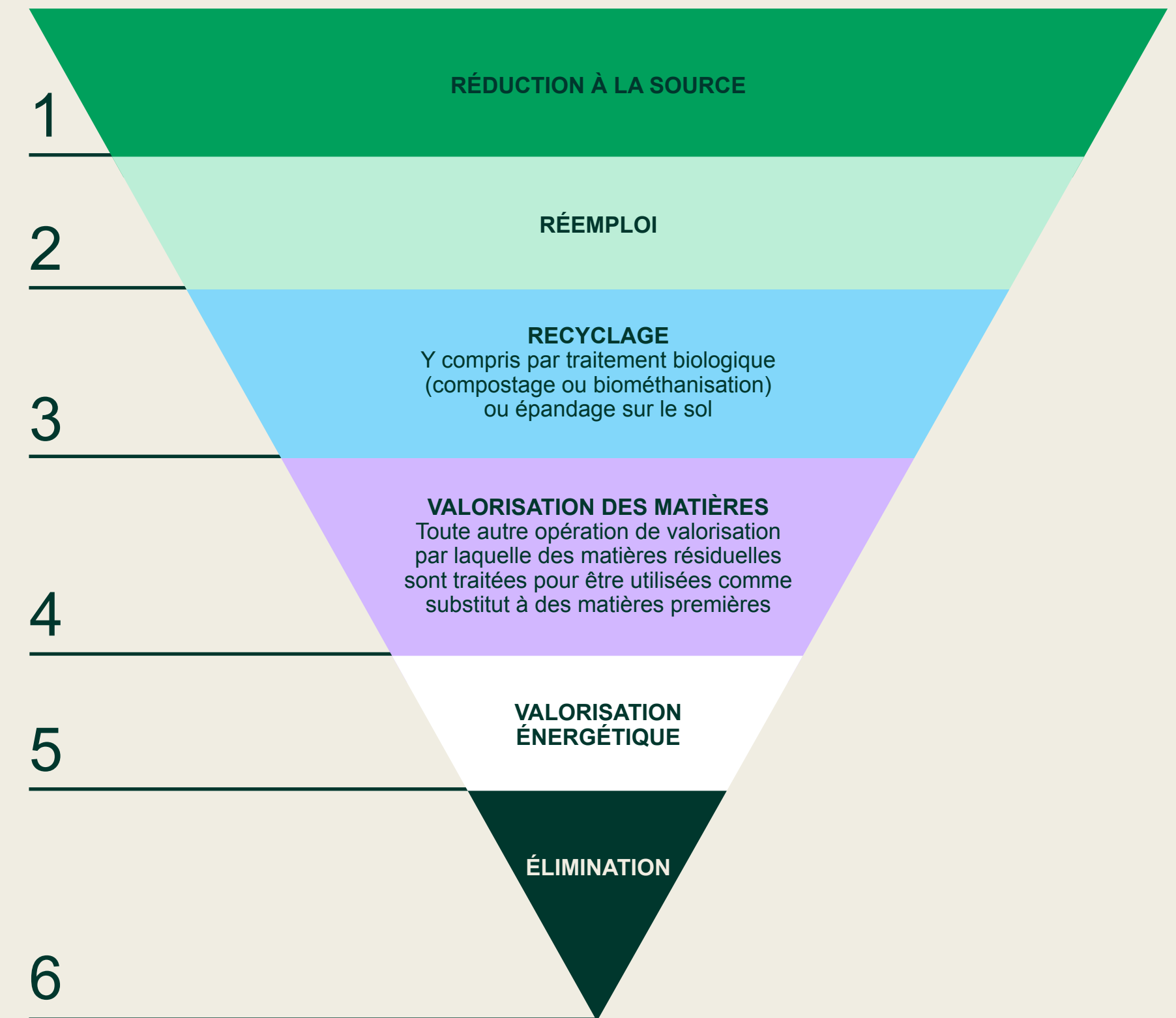
Hiérarchie des modes de gestion (3RV-E)

L'écoconception soutient la hiérarchie des actions à privilégier pour une saine gestion des matières résiduelles (ou hiérarchie des 3RV-E). En effet, dans son approche, l'écoconception vise la réduction, le réemploi et le recyclage des emballages et imprimés, soit les trois premières étapes de la hiérarchie des 3RV-E.

La *Loi sur la qualité de l'environnement*, [RLRQ c Q-2](#), réfère à ces concepts dans le contexte du traitement des matières résiduelles dans l'ordre de priorité du graphique ci-après.

En écoconception, même si l'emballage ou l'imprimé a été pensé pour la réduction ou le réemploi, le recyclage devrait toujours faire partie de la réflexion afin de pouvoir récupérer le maximum de matière.

Hiérarchie des modes de gestion des matières résiduelles



Importance de l'écoconception

Chacune des étapes du cycle de vie d'un emballage ou d'un imprimé peut générer des impacts environnementaux, mais ces impacts peuvent être réduits grâce à l'écoconception dont les bénéfices sont nombreux.

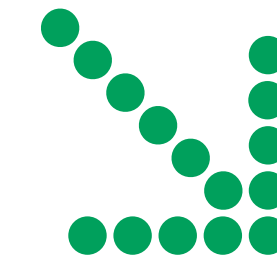
Cycle de vie et impacts

L'emballage ou l'imprimé sans impact environnemental n'existe pas. Qu'il soit réutilisable et réutilisé, recyclable, 100 % fait de papier ou encore fait de plastique recyclé postconsommation, chaque emballage et imprimé possède son empreinte. La démarche d'écoconception permet toutefois de mieux comprendre cette empreinte en offrant une vue d'ensemble des différentes étapes du cycle de vie des emballages et imprimés.

Voici les différentes étapes d'un emballage ou d'un imprimé dans son cycle de vie.



Survolez chacune des étapes pour obtenir plus d'informations.



Approvisionnement des ressources

L'ensemble des procédés et des technologies servant à l'extraction, l'exploitation et la transformation de matières premières.

Fabrication

Les procédés et les technologies utilisés pour la fabrication des emballages et imprimés, de l'assemblage et du conditionnement du produit.

Distribution

Les étapes d'entreposage, de manutention et de transport des produits emballés.

Utilisation et consommation

Les besoins en eau et en énergie engendrés lors de l'utilisation ou la consommation du produit par le consommateur.

Fin de vie

L'étape de fin de vie comprend différentes actions telles que le réemploi, la réutilisation, le recyclage, le compostage, la valorisation et l'élimination. La fin de vie d'un emballage ou d'un imprimé ne signifie pas forcément que celui-ci a atteint sa fin de vie utile, ou du moins, celle des matériaux qui le composent.

Comprendre les emballages et imprimés et en avoir une vision systémique permet d'éviter le transfert des impacts environnementaux d'une étape du cycle de vie à une autre. Le graphique suivant illustre un exemple de transfert d'impacts pouvant résulter du bilan carbone de deux options d'emballages. On y observe, par exemple, que l'option 2 est préférable pour ce qui est de la fabrication, mais crée plus d'émissions de GES à l'étape de l'extraction des ressources. Les impacts totaux sont néanmoins plus faibles en ce qui concerne l'option 2.

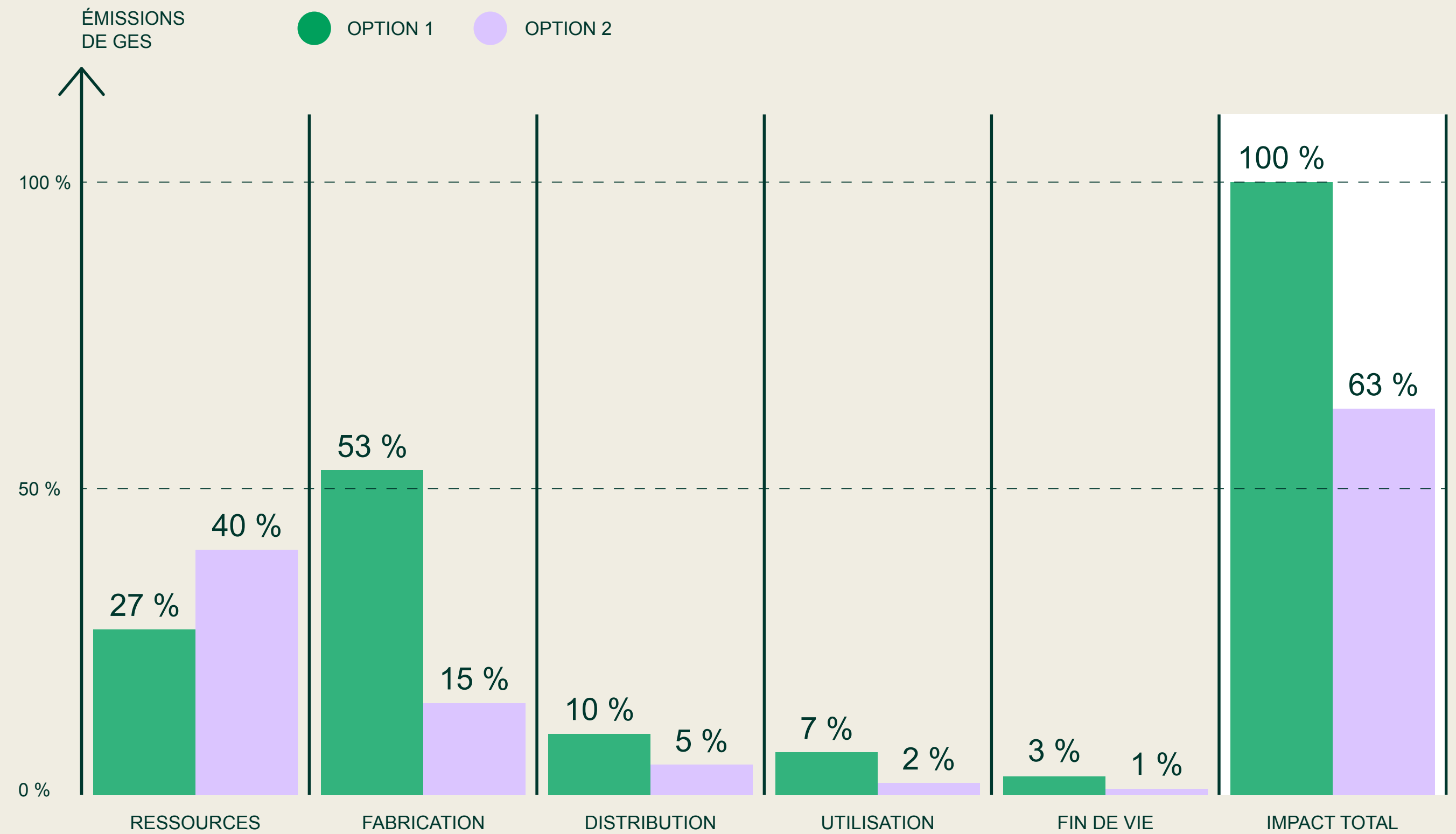
La pensée cycle de vie combinée à l'approche d'écoconception nous fait jongler avec un éventail de facteurs et de critères ; c'est une **gestion de compromis**, qui demande de considérer des pistes d'action et des occasions d'optimisation, mais aussi de conserver les fonctions d'usage des emballages et imprimés.

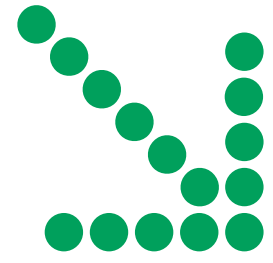
Pour aller plus loin, il est possible de recourir à la méthode de l'analyse du cycle de vie (ACV) visant à déterminer et à mesurer les impacts environnementaux d'un produit ou d'un procédé sur son cycle de vie. La réalisation d'une ACV repose sur les grandes étapes définies par la norme internationale ISO 14040. Les résultats d'une ACV peuvent aider à prioriser les actions à entreprendre tout en évitant qu'une amélioration apportée à une étape du cycle de vie de l'emballage ou de l'imprimé n'entraîne des répercussions indirectes sur une autre étape.

L'emballage ne compte en moyenne que pour 10 % des impacts environnementaux du couple emballage-produit (CITEO, 2024). De façon générale, plus un produit est transformé, plus l'empreinte sera distribuée sur le produit plutôt que sur l'emballage. À l'inverse, si le produit subit moins de transformation et consomme moins d'énergie et d'eau, les répercussions seront davantage attribuables à l'emballage (CITEO, 2024). Il faut donc voir l'emballage et son produit de façon holistique.

La substitution matérielle n'est pas toujours une bonne idée. Elle mérite une analyse approfondie pour éviter l'absence de bénéfices mesurables et le transfert d'impacts environnementaux. Ce transfert implique que des impacts environnementaux liés au matériau proposé soient réduits à une étape du cycle de vie de l'emballage, mais augmentés à une autre étape. Il faut donc s'interroger sur les fonctions de protection attendues de l'emballage et s'assurer que le nouveau matériau choisi remplira ces fonctions essentielles.

Exemple de transfert d'impacts pouvant résulter du bilan carbone de deux options d'emballages





Bénéfices

Certaines entreprises peuvent avoir des barrières vis-à-vis l'écoconception, et ce, même malgré leur volonté interne de passer à l'action. Ces barrières peuvent s'exprimer par un manque de ressources financières et humaines, ou par la nécessité d'apporter des changements majeurs à la production. Cela dit, plusieurs bénéfices concurrentiels, réputationnels, économiques, sociaux et environnementaux peuvent soutenir cette volonté des entreprises.

Bénéfices économiques

Meilleur contrôle des coûts totaux liés au système d'emballage (approvisionnement, transport, distribution, etc.).

- Ex. : En réduisant la quantité de matière nécessaire pour un même emballage ou imprimé, tout en optimisant le transport et l'entreposage (par un emballage ou imprimé allégé, plus facile à empiler, etc.).

Réduction potentielle des frais associés à la REP pour un emballage ou un imprimé plus léger ou composé d'une matière différente de l'emballage ou de l'imprimé initial.

- Ex. : En réduisant la quantité de matière d'une unité d'emballage, ce qui pourrait permettre de réduire la contribution financière aux programmes de REP par rapport au poids initial. Les efforts d'écoconception peuvent également être récompensés par des mesures de crédits ou de bonus.

Augmentation des ventes et meilleure gestion de la chaîne d'approvisionnement.

- Ex. : En répondant aux exigences des détaillants intégrant des critères écoresponsables dans leur guide de fournisseurs.

Bénéfices concurrentiels et réputationnels

Distanciation de la concurrence en devenant un acteur de changement dans son marché

- Ex. : En s'arrimant à la réglementation et en anticipant les exigences à venir.

Augmentation de l'attraction et de la fidélisation des consommateurs souhaitant effectuer de meilleurs choix

- Ex. : En communiquant de façon honnête les bénéfices d'une démarche d'écoconception sur le bien-être des consommateurs et l'environnement.

Bénéfices sociaux et environnementaux

Amélioration de la gestion des ressources matérielles (matières premières, énergie, eau, etc.).

- Ex. : En limitant la pression exercée sur les ressources par la réduction de l'utilisation de la matière première vierge, l'intégration de matière recyclée ou l'optimisation d'une chaîne de production, notamment en réduisant les pertes et les inefficacités lors des étapes de production.

Réduction des risques liés à la santé et à la sécurité.

- Ex. : En éliminant les substances toxiques ou dangereuses comme décrites dans le *Règlement sur certaines substances toxiques interdites* (GC, 2012) et la *Loi canadienne sur la protection de l'environnement* (GC, 1999) qui peuvent poser des enjeux environnementaux ou de santé-sécurité.

Sentiment d'appartenance accru de la part des employés et rétention du personnel.

- Ex. : En planifiant des activités de communication et de formation des équipes à l'interne sur les engagements environnementaux et sociaux de l'entreprise, ainsi que sur ses progrès et réalisations.

Création de relations gagnant-gagnant avec ses fournisseurs et ses clients.

- Ex. : En devenant un partenaire d'affaires avec les acteurs de sa chaîne de valeur, plutôt qu'un simple fournisseur de service.

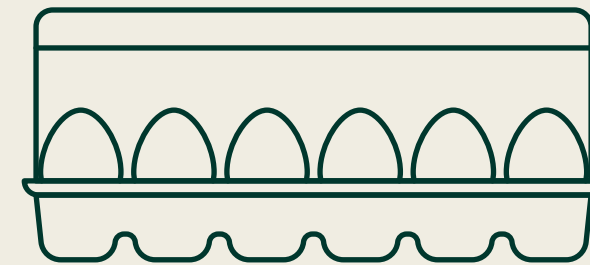
Bases de l'écoconception

Avant de connaître les stratégies d'écoconception et de bâtir son projet, son plan d'action ou sa feuille de route en écoconception, il est important d'avoir des fondations solides. Cette section présente donc le b.a.-ba d'une démarche d'écoconception.

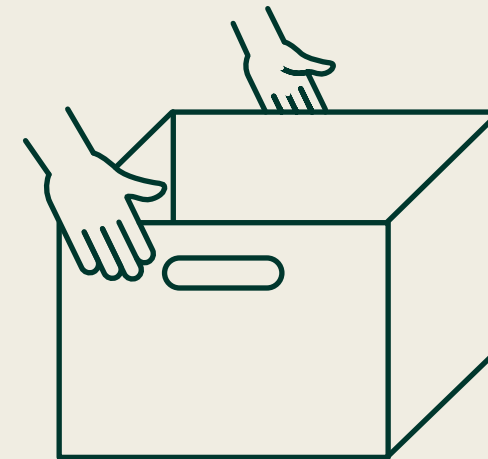
Fonctions des emballages et imprimés

L'emballage est parfois perçu comme superflu, voire inutile. Il est tellement pointé du doigt qu'on oublie souvent qu'il accomplit des fonctions essentielles d'ordre technique, logistique et marketing.

Le **couple emballage-produit** est un concept à retenir lorsqu'on parle des fonctions de l'emballage. Il faut s'assurer que les besoins spécifiques du produit (p. ex., être protégé contre les bris) et les caractéristiques de l'emballage qui l'accompagne sont compatibles. L'un n'agit pas sans l'autre, c'est une relation d'interdépendance.



FONCTIONS TECHNIQUES



FONCTIONS LOGISTIQUES



Posologie
Instructions de tri
Matériaux d'emballage

FONCTIONS DE COMMUNICATION
ET D'EXPÉRIENCE USAGER

Fonctions techniques : conserver, protéger et contenir

- Agit comme barrière contre l'humidité, la lumière, les gaz, les germes et les bactéries, pour conserver les nutriments, allonger leur durée de conservation et éviter la contamination dans le but d'éviter les pertes et le gaspillage alimentaire.
- Évite et réduit les risques de bris, de vols et d'altérations du produit.
- Évite les risques de déversements, de fuites et d'émanations qui pourraient entraîner des conséquences sur la santé des individus ou sur l'environnement.

Fonctions logistiques : faciliter la manutention, le transport et l'entreposage

- Assure une bonne coordination logistique du produit emballé entre les différents intervenants, de la production jusqu'au consommateur, tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

Fonctions de communication et d'expérience usager : informer, vendre, promouvoir

- Facilite les manipulations et maximise la consommation ou l'accès au produit en offrant des bouchons doseurs, des formats adaptés, des mécanismes d'ouverture et de fermeture simples et efficaces, etc.
- Véhicule plusieurs informations (obligatoires, normées ou non) telles que :
 - des déclarations obligatoires comme le tableau de la valeur nutritive, la liste des ingrédients, la posologie ;
 - les caractéristiques du produit, le mode d'emploi, la garantie, les instructions de tri, etc. ;
 - des messages de notoriété comme la reconnaissance d'une certification, les informations sur le contenu recyclé ;
 - des messages en lien avec les valeurs et le positionnement de l'entreprise.

Système d'emballages

Pour inclure de manière optimale les critères environnementaux dans une démarche d'écoconception, il faut connaître l'ensemble du parcours du produit emballé. Différents types d'emballages assurent le transport, la commercialisation et la consommation ou l'utilisation des produits.

Emballage primaire ou emballage de vente

Il s'agit de l'emballage en contact direct avec le produit et le consommateur, aussi communément appelé « unité de consommation ». Il sert à contenir, conserver et protéger le produit, communiquer, présenter et vendre les attributs du produit aux consommateurs (support d'impression ou d'étiquetage) et faciliter la manipulation par le consommateur (ITEGA, 2023).

- Ex. : le tube de dentifrice et sa boîte sont des emballages primaires.

Emballage secondaire ou emballage groupé

Ce type d'emballage regroupe plusieurs unités d'emballage primaire pour en faire une « unité de vente ». Il peut également servir de présentoir en magasin. Il facilite la manipulation des petits produits en les regroupant dans un seul paquet et offre une protection supplémentaire (souvent contre les chocs et les bris), un support d'expédition ou un support de présentation (ITEGA, 2023).

- Ex. : la boîte de regroupement contenant plusieurs boîtes de tubes de dentifrice est l'emballage secondaire.

Emballage tertiaire ou emballage de transport et logistique

C'est l'emballage qui permet de regrouper de grandes quantités de produits à des fins de transport et de manutention. Il est important de le considérer, car sa fonction de protection peut permettre d'éviter des pertes ou des bris qui peuvent avoir un plus grand impact environnemental.

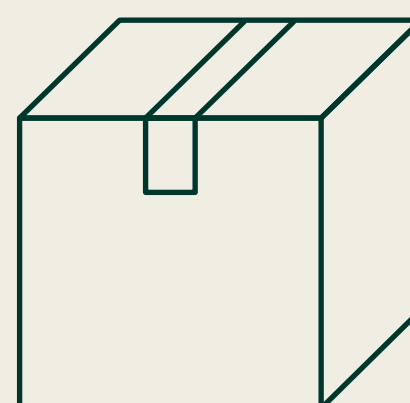
- Ex. : les palettes de bois, de carton ou de plastique sur lesquelles plusieurs boîtes de regroupement de tubes de dentifrice sont déposées, avec des séparateurs en carton et du film étirable pour les maintenir solidaires, sont des emballages tertiaires.

Il est nécessaire de considérer tous les niveaux d'emballages puisqu'une modification de l'emballage primaire peut engendrer des répercussions sur les autres niveaux d'emballages.

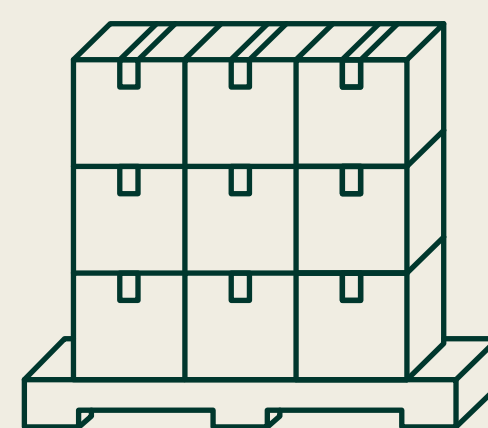
Le système d'emballages peut également être repensé en fonction des moyens de transport privilégiés, des distances parcourues, des poids et des volumes des emballages, mais aussi du caractère empilable des emballages (avant ou après le conditionnement) pour améliorer l'efficacité et réduire la consommation d'énergie et les impacts environnementaux.



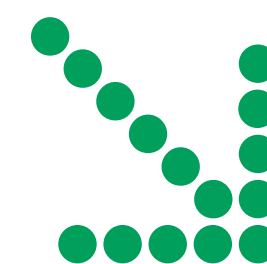
EMBALLAGE PRIMAIRE



EMBALLAGE SECONDAIRE



EMBALLAGE TERTIAIRE



Scénario d'usage

Bien plus que des objets fonctionnels passifs, les emballages peuvent nous accompagner et améliorer notre expérience de consommation. Que ce soit lors de l'achat, de l'utilisation ou du geste de tri lors de sa fin de vie utile, l'emballage affectera positivement ou négativement l'expérience de l'utilisateur. Cela peut se manifester par la lisibilité et la facilité à trouver les informations sur l'étiquette, par la compréhension du consommateur face à l'utilisation du produit (mode d'emploi, dosage adéquat, facilité de restitution du produit pour éviter le gaspillage, etc.) ou par le système d'ouverture et de fermeture de l'emballage.

Le scénario d'usage va également au-delà de l'expérience de l'utilisateur final : il pose un regard sur les usagers des emballages secondaires et tertiaires, comme le préposé d'entrepôt qui les manipule.

À cette étape, on doit s'assurer que l'emballage sera accessible aux différents groupes de la population, tels que les enfants, les gauchers, les personnes âgées, les personnes avec difficultés motrices, etc.

Le scénario d'usage est donc un élément clé que les entreprises peuvent valider de différentes façons, comme par des sondages consommateurs ou des produits tests-pilotes.

Notion de « juste emballage »

Dans une démarche d'écoconception d'emballage, il est important de rechercher le « juste emballage » plutôt que l'emballage parfait. Il est parfois possible de réduire le nombre de composants et la quantité de matériaux d'emballage sans causer de pertes, de bris, de problèmes de conservation ou de gaspillage alimentaire. Choisir le bon emballage est une question de compromis. Le meilleur emballage est celui qui remplit sa fonction en ayant le plus faible impact environnemental (ITEGA, 2023).

Le « juste emballage » est le point d'équilibre entre le sous-emballage et le suremballage.

Sous-emballage

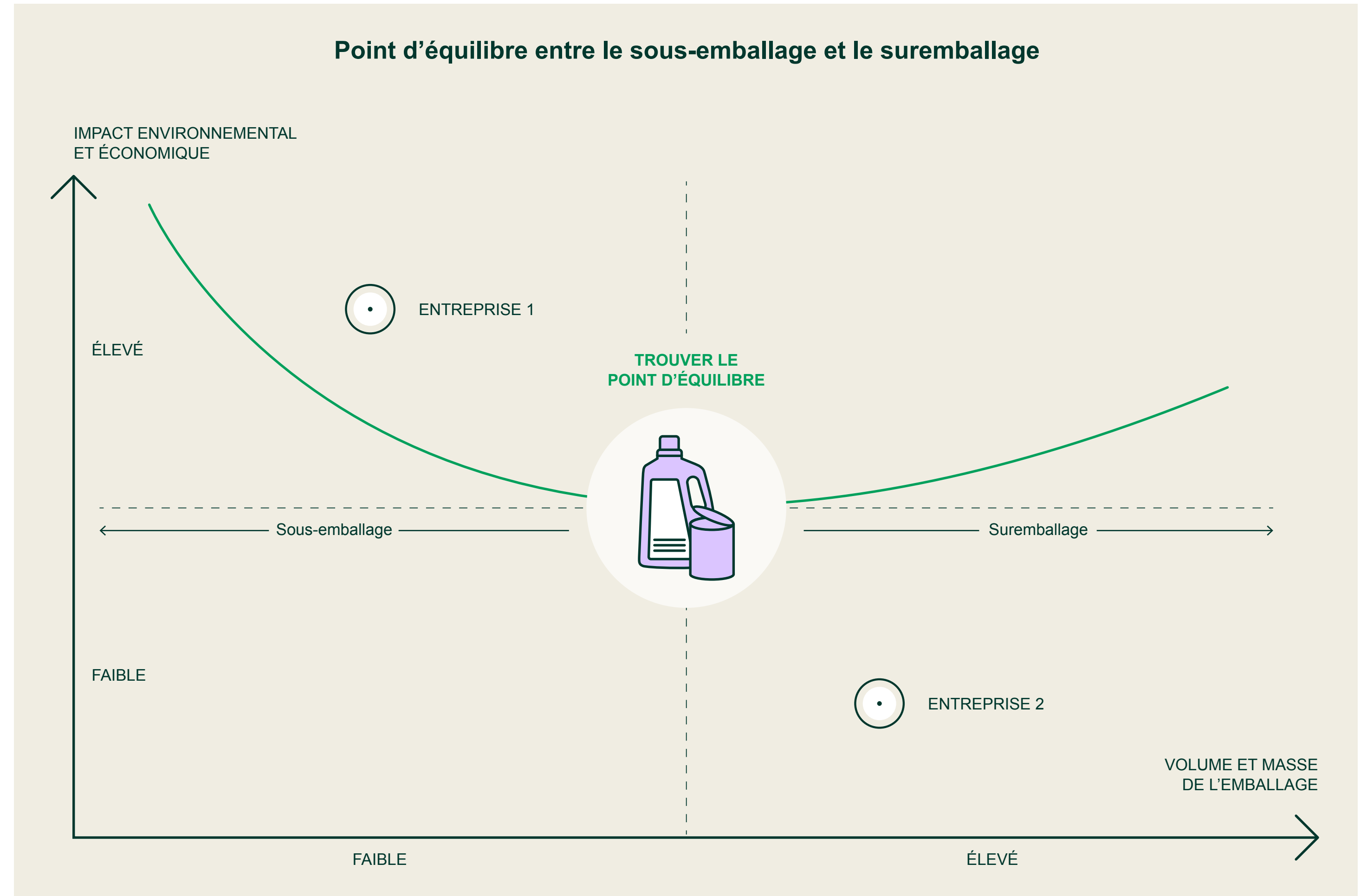
Emballage qui ne permet pas de remplir les fonctions de protection et de conservation du produit, menant ainsi à des bris, des pertes ou du gaspillage alimentaire. Ex. : Entreprise 1

Il est important de considérer la production, la distribution et la mise en marché avant de réduire ou d'éliminer certains composants de l'emballage. Si le produit emballé est altéré ou brisé par manque de protection, cela représente de façon générale un impact bien plus important que celui associé à l'emballage.

Suremballage

Emballage excédentaire qui ne permet pas de mieux protéger ou conserver le produit, menant ainsi à un gaspillage de ressources. Le suremballage ne répond pas aux fonctions essentielles du produit (techniques, logistiques et de communication). Ex. : Entreprise 2

Il faut éviter d'utiliser l'emballage uniquement pour augmenter la visibilité ou l'attrait du produit. Le suremballage peut également être la conséquence d'une surévaluation des besoins de protection du produit.



Lignes directrices d'écoconception

Cette section permet de mettre en pratique l'écoconception grâce aux stratégies d'écoconception et à leurs actions concrètes. Elle propose aussi une approche et une démarche complète pour intégrer l'écoconception en entreprise.

Repenser pour mieux écoconcevoir

L'écoconception est une occasion de **repenser** à la fois l'emballage et l'imprimé, le produit et l'ensemble du système dans lequel ils prennent forme (manutention, transport, consommation, gestion en fin de vie, etc.). L'approche holistique du processus de conception est privilégiée dans ce contexte afin de considérer au mieux l'utilisateur et l'environnement.

La conception dans sa forme traditionnelle a pour objectif d'identifier les critères de base d'un projet et d'y répondre : performance, ergonomie, réglementation, marketing, etc. Elle cherche à comprendre la racine d'une problématique et son contexte élargi pour s'attaquer à la cause et non aux symptômes.

De son côté, la conception créative (*design thinking*) met l'utilisateur au cœur de la réflexion dans laquelle on cherche à conjuguer viabilité (économique),

faisabilité (technique) et désirabilité en réponse à une problématique ou à un réel besoin.

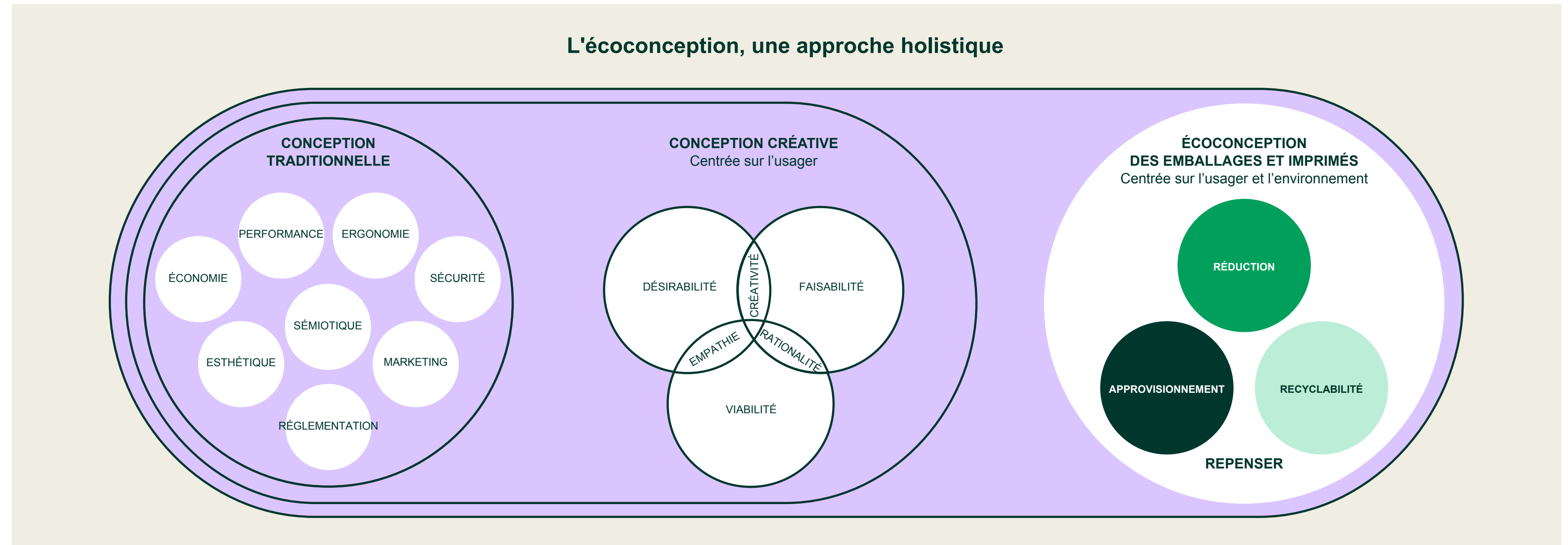
Finalement, l'écoconception propose quant à elle une réflexion holistique du processus de conception. Elle tient compte de l'empreinte environnementale des choix de conception, de fabrication, de mise en marché, etc. tout en

s'assurant de conserver ou d'améliorer la fonction d'usage du produit, de l'emballage ou de l'imprimé.

L'écoconception permet également de favoriser une meilleure introduction de solutions innovantes sur le marché, suivant l'évolution technologique ou les nouveaux modes de consommation et de distribution (p. ex., le commerce

en ligne ou la vente en vrac qui ont pris une ampleur prédominante depuis les dernières années). Les emballages et imprimés doivent s'adapter aux réalités changeantes et aux attentes des consommateurs et l'écoconception permet de répondre à cette nécessité.

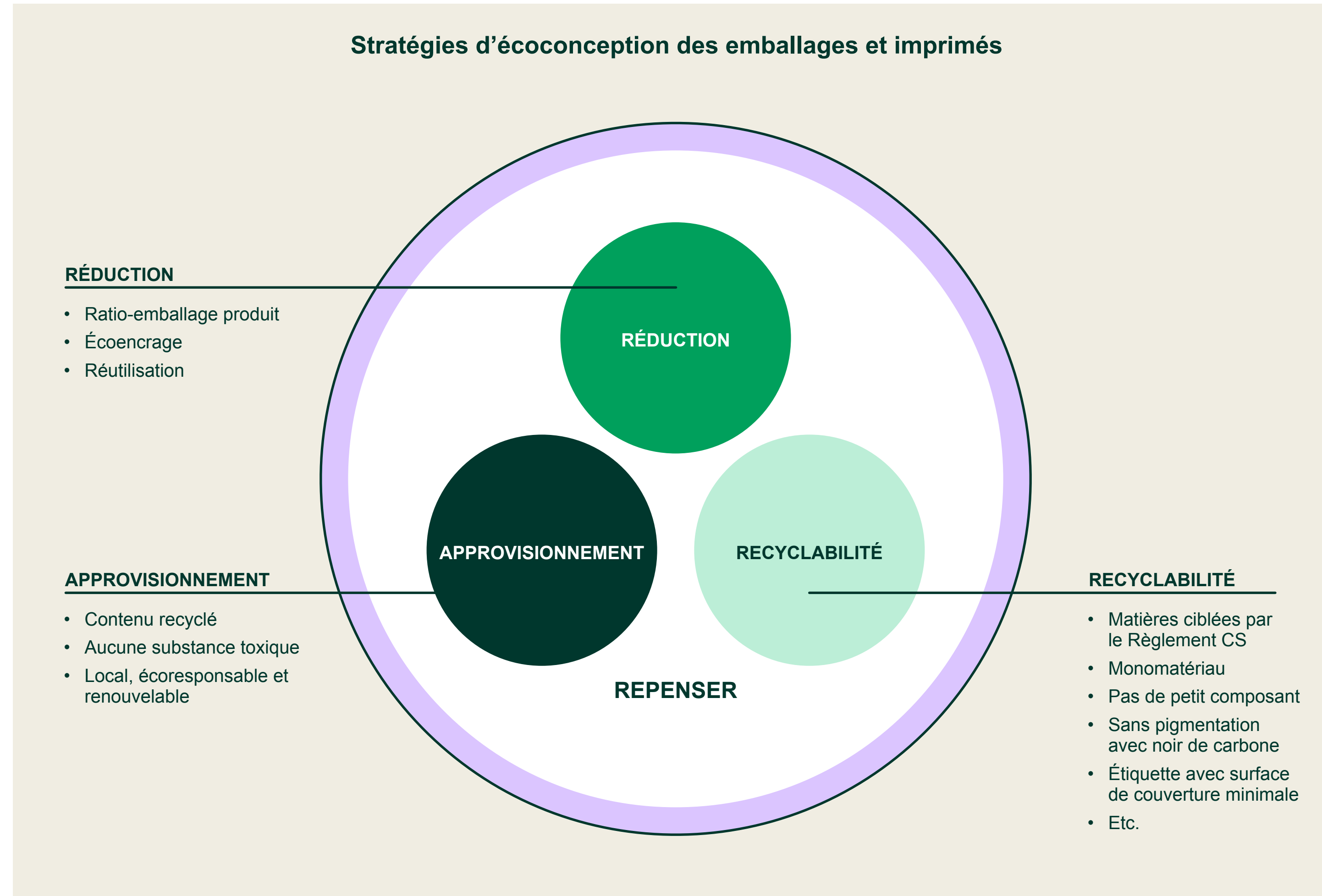
En tout temps, il faut garder en tête le « juste emballage » en utilisant la juste quantité de matériaux pour assurer la juste protection du produit, tout en évitant le suremballage. Cela implique également de sélectionner le matériau adéquat, le bon processus de fabrication de l'emballage et de l'imprimé et les moyens de transport appropriés.



Stratégies d'écoconception

La réduction, l'approvisionnement et la recyclabilité représentent les trois grandes stratégies d'écoconception des emballages et imprimés. Ces trois stratégies offrent une multitude d'actions pour améliorer ou amorcer la démarche d'écoconception d'un emballage ou d'un imprimé, ou orienter la sélection d'une telle démarche.

Dans tous les cas, le producteur doit sélectionner les actions en fonction de ses engagements organisationnels et de ses priorités sur le plan des emballages et imprimés. Comment ses engagements sont-ils définis dans une vision stratégique? L'entreprise a-t-elle un plan d'action, une feuille de route? Quelles sont les exigences des détaillants ou des consommateurs? Etc.



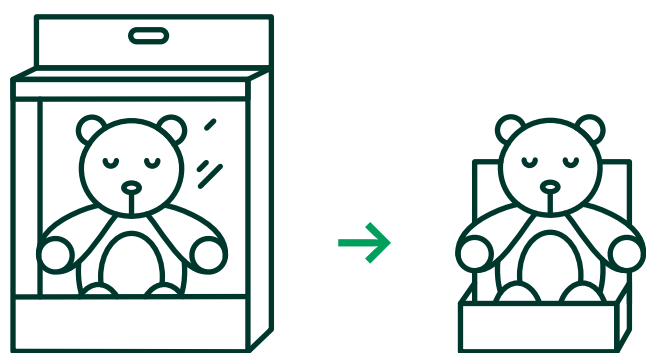
Réduction

En plus de s'inscrire comme la première approche du modèle des 3RV-E, la réduction permet de tendre vers le « juste emballage »; un emballage suffisant, performant et conçu avec la juste quantité de matière. La réduction signifie également la volonté de diminuer la quantité d'emballages et d'imprimés mise sur le marché, et notamment celle des emballages à usage unique, ou de simplifier les emballages et imprimés par un concept plus sobre en gardant seulement les fonctions essentielles pour le produit ou pour le consommateur. Cette stratégie regroupe les actions suivantes :

Améliorer le ratio emballage-produit

→ Réduire le poids ou le volume de l'emballage primaire, secondaire ou tertiaire.

L'emballage primaire peut être optimisé en réduisant, par exemple, la masse d'un emballage grâce à la suppression de certains composants qui ne sont pas essentiels à la protection du produit.

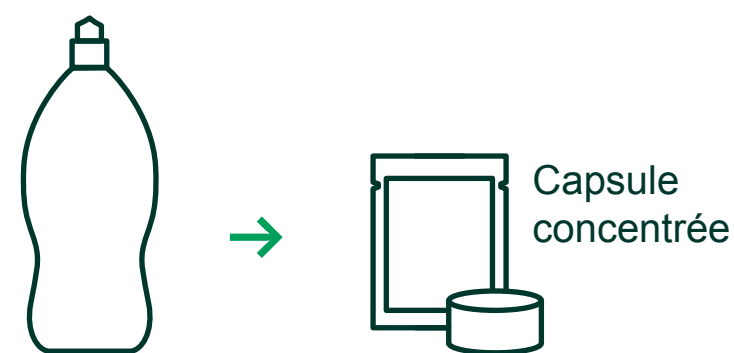


L'emballage secondaire peut être optimisé en augmentant le nombre d'emballages primaires qu'il contient, en cherchant à combiner des fonctions (prêt-à-vendre [*retail-ready*] ou prêt à être mis sur les tablettes [*shelf-ready*]) et en remettant en question le besoin de matériaux de calage et de rembourrage, lorsqu'applicable.

L'emballage tertiaire peut être optimisé en augmentant le nombre d'emballages secondaires qu'il contient par un meilleur plan de palettisation et en remettant en question le besoin de matériaux de protection (encoignures, courroies, etc.), mais aussi la quantité et l'épaisseur de film de palettisation non essentiel.

→ Changer la formulation du produit ou de son conditionnement.

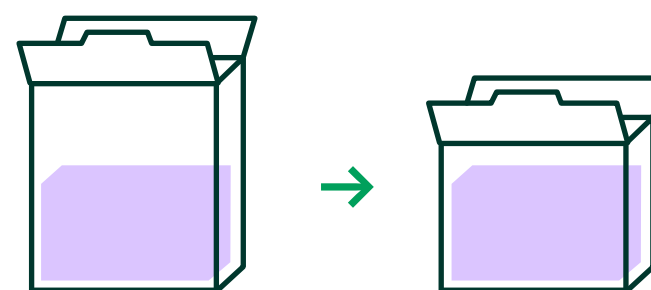
Lorsqu'une formule liquide doit être emballée, telle qu'un savon, un produit nettoyant ou du dentifrice, il est possible de diminuer le contenu en eau pour proposer une version concentrée en ingrédients actifs ou une version sous forme solide. De cette façon, la taille de l'emballage primaire peut être réduite ou une plus grande quantité de doses peuvent être disponibles dans l'emballage.



La concentration du contenu aura aussi un impact positif sur les emballages secondaires et tertiaires qui pourront transporter plus de produits. Ce changement devra être accompagné d'une stratégie de communication bien pensée pour s'assurer que le consommateur adapte son comportement d'utilisation en conséquence.

→ Réduire le vide technique non nécessaire.

Le vide technique, ou vide de conditionnement, peut être nécessaire et dépendre de la nature du produit, mais aussi de l'équipement utilisé lors des étapes de remplissage et de conditionnement. Il faut donc s'attarder au vide technique excédentaire en améliorant le taux de remplissage, en compressant le produit (densification ou compaction) ou en le concentrant (voir le point précédent sur le changement de la formulation du produit). Cette stratégie peut nécessiter la réévaluation des équipements de remplissage et de conditionnement si ceux-ci ne permettent pas de minimiser le vide technique.



Diminuer la quantité d'encre utilisée par l'écoencrage

L'écoencrage est une méthodologie qui permet de minimiser la consommation d'encre, sans appauvrir les visuels créés. On peut parler d'écoencrage lorsque la réduction d'encre est réalisée sur une même base de comparaison, à savoir l'emballage ou l'imprimé de référence existant. L'écoencrage améliore l'emballage et l'imprimé en :

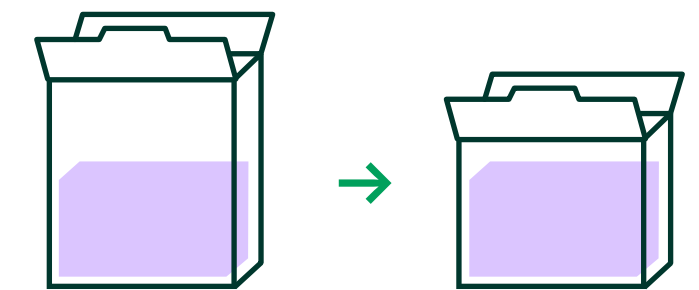
- optimisant le taux de couverture (quadrichromie par rapport aux tons directs et tramés maximum);
- optimisant les visuels et les polices de caractère (graisse et impression inversée);
- éliminant l'inutile, tel que l'impression sur les parties non visibles ou qui seront découpées.

Concevoir pour la réutilisation

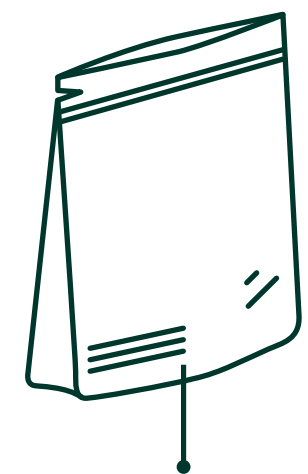
La réutilisation ou le réemploi d'un emballage permet de prolonger sa durée de vie utile, d'éviter la production d'un nouvel emballage et de réduire ses impacts environnementaux.

Ex. : Les emballages utilisés comme recharges (produits concentrés, grand format) ou pouvant être réutilisés dans des stations de remplissage (vrac).

Communiquer sur la réduction de l'emballage ou de l'imprimé en suivant la norme ISO 14021 qui encadre les autodéclarations environnementales. Selon la norme, les mentions explicatives doivent, entre autres, se baser sur des données exactes et non trompeuses, étayées et vérifiées et peuvent être validées sur demande (ISO, 2016). Voici des exemples.



MOINS D'EMBALLAGE, TOUJOURS LA MÊME QUANTITÉ



CE NOUVEAU SACHET UTILISE 9 % MOINS DE PLASTIQUE QUE L'ANCIEN

Approvisionnement

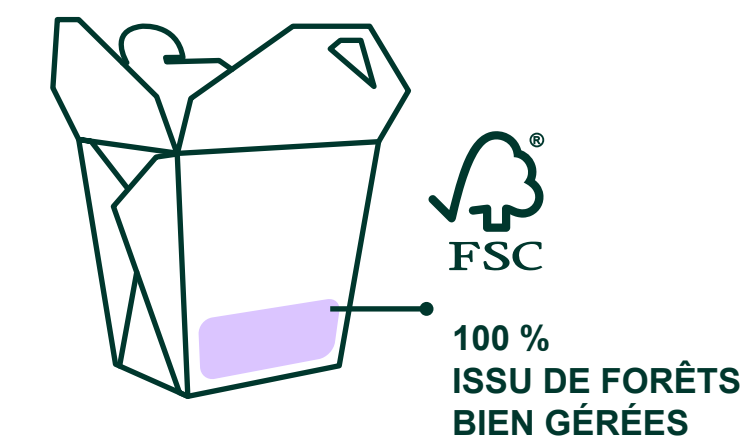
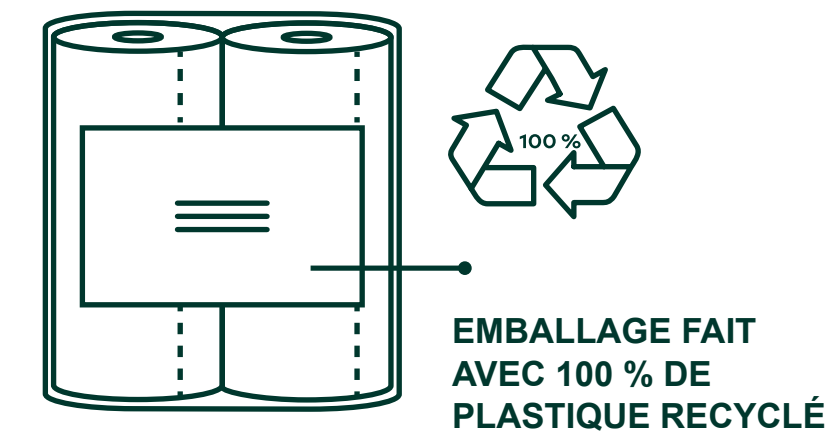
Dans un contexte où l'on cherche à circulariser les matériaux issus de nos modes de production et de consommation, la traçabilité et la transparence sont des pratiques essentielles afin d'assurer un contrôle de la provenance des matières. Pour ce faire, la composition des emballages et imprimés doit être mieux comprise et communiquée.

Dans cette optique, une bonne relation d'affaires avec les fournisseurs facilite la définition commune de critères d'écoconception à intégrer à un projet. Établir un dialogue avec les fournisseurs en sélectionnant ceux qui sont en mesure de démontrer leurs connaissances, leur leadership et leur performance dans la gestion de leur empreinte environnementale est donc important pour la réussite d'une démarche d'écoconception. Cette stratégie regroupe les actions suivantes :

- **Intégrer du contenu recyclé** idéalement postconsommation, pour donner une nouvelle vie aux matériaux récupérés, éviter les impacts liés à l'extraction de matières premières vierges et renforcer la demande sur le marché pour des matières recyclées ;
- **Éliminer l'utilisation de substances reconnues comme toxiques, nocives ou dangereuses** (p. ex., PFAS, BPA) en exigeant des données sur la composition des matières, des formulations et des composants à travers la chaîne d'approvisionnement ;
- **Privilégier l'approvisionnement local** en évaluant la provenance des matériaux et en faisant l'inventaire des fournisseurs. L'industrie manufacturière localisée au Québec ou dans les régions limitrophes présente plusieurs avantages : elle favorise l'économie locale, un transport sur des circuits courts, une meilleure traçabilité de la matière dans la chaîne d'approvisionnement et le respect des lois et des normes québécoises et canadiennes ;

- **Choisir des fournisseurs ayant des pratiques écoresponsables** telles que des engagements en développement durable (p. ex., indicateurs ESG, approvisionnement responsable, efficacité énergétique, gestion environnementale) ou des certifications environnementales (p. ex., ICI on recycle+, LEED, ISO, B Corp, etc.) ;
- **Privilégier des matières provenant de sources durables ou renouvelables** et qui sont certifiées (p. ex., FSC pour les fibres).

Communiquer sur les pratiques d'approvisionnement par l'affichage, entre autres, d'un étiquetage environnemental qui est encadré par un programme de certification reconnu. Son utilisation implique de répondre à des exigences préétablies et que la performance alléguée soit vérifiée par une tierce partie indépendante.



Recyclabilité

Dès l'étape de conception, il est important de réfléchir aux scénarios maximisant la valeur des emballages et imprimés à la fin de leur vie utile en tenant compte notamment de leur potentiel de recyclabilité et de leur compatibilité avec les infrastructures de collecte et de recyclage en place.

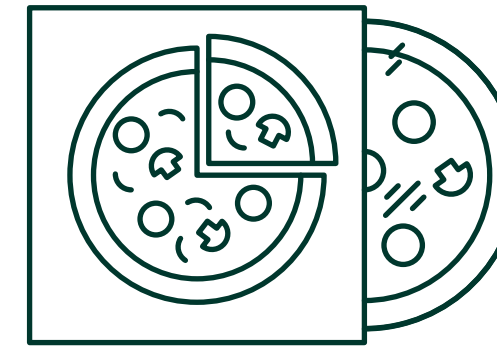
En fin de vie, les emballages et imprimés collectés seront conditionnés et recyclés si une filière de recyclage est établie. Il est donc essentiel que les citoyens posent le bon geste de tri en déposant les emballages et imprimés dans le bac de récupération, pour qu'ils soient ensuite collectés, triés et acheminés vers des conditionneurs/recycleurs afin d'être recyclés pour devenir de nouveaux emballages et imprimés ou d'autres produits. Cette stratégie regroupe les actions suivantes :

- **Privilégier des emballages et imprimés dont les matières sont ciblées par des taux de récupération et de recyclage** dans le Règlement CS, soit : le carton, les imprimés, les contenants et emballages en fibres, les plastiques rigides de type PET, les plastiques rigides de type HDPE, les autres plastiques rigides, les plastiques souples, le verre, les métaux ferreux et l'aluminium ;
- **Éviter les emballages, imprimés ou composants dont les matières ne disposent pas de filière de recyclage** comme le PVC, les plastiques dégradables et compostables, le bois, le liège, la céramique et la porcelaine ;
- **Privilégier le monomatériau (emballages et imprimés constitués d'un seul matériau)** pour faciliter la collecte et le tri en évitant la contamination de la matière destinée au conditionnement et au recyclage ;
- **Lorsque possible, éviter les petits articles ou les petits composants d'emballage (ayant deux côtés inférieurs à deux pouces)** puisque ceux-ci sont susceptibles de passer au travers des appareils de séparation en centre de tri et de contaminer d'autres matières. Autrement, les petits articles doivent idéalement rester attachés au corps de l'emballage ;

- **Éviter l'utilisation des emballages en plastiques noirs** avec des pigments de noir de carbone (ou autres pigments non détectables) étant donné que ceux-ci absorbent la lumière infrarouge des équipements de tri optique (en centre de tri), ce qui empêche leur captage par tri positif ;
- **Minimiser la surface de couverture des étiquettes** pour permettre l'identification de la matière du corps de l'emballage par le trieur optique en centre de tri.

La recyclabilité des emballages et imprimés sera influencée par plusieurs caractéristiques associées au corps de l'emballage (matériaux, pigmentation, dimensions, barrières et revêtements, additifs et impression directe), à l'étiquette (matériaux, taux de couverture, adhésif et encre) ou aux éléments associés (systèmes de fermeture, pompe, film, scellant, sceau de sécurité, etc.). Pour en savoir plus, [consulter les lignes directrices de recyclabilité des emballages](#).

Communiquer sur la recyclabilité par l'affichage, entre autres, d'instructions de tri claires et précises sur l'emballage et l'imprimé qui favoriseront le bon geste de tri. Les instructions de tri peuvent prendre la forme d'un court énoncé, d'un pictogramme clair ou une combinaison des deux.



VIDER LE CONTENU ET
SÉPARER LES MATÉRIAUX



POUR UNE MEILLEURE RÉCUPÉRATION

- **Note** : Avec le système de collecte sélective qui se modernise au Québec, la liste des matières acceptées sera progressivement élargie. Ces changements pourraient affecter le geste de tri des consommateurs.

Écoconception en entreprise

La volonté d'une entreprise d'écoconcevoir ses emballages peut être influencée par divers facteurs internes ou externes : la réglementation en vigueur ou à venir, l'existence de programmes de financement, les engagements en responsabilité sociale d'entreprise (RSE), la mobilisation environnementale des employés, la pression exercée par les consommateurs, les critères et politiques d'achat des détaillants, etc.

Ces facteurs peuvent devenir d'importants leviers pour entamer une démarche d'écoconception en entreprise et se positionner dans son secteur de marché.

Engagements organisationnels

L'implantation d'une démarche d'écoconception devrait, en premier lieu, faire partie intégrante de la stratégie d'entreprise. Les engagements organisationnels sont la clé afin que l'écoconception puisse guider les décisions en matière d'emballage.

Dépendamment de la taille de l'entreprise et de son secteur d'activité, ces engagements peuvent s'opérationnaliser au sein de diverses équipes multi-disciplinaires : RSE, développement durable, ingénierie en emballage, achats ou marketing. Les cibles et objectifs, desquels découlent les projets d'écoconception, peuvent s'inscrire dans divers documents comme une politique de développement durable, un plan d'action ou une stratégie RSE.

Avantages d'un engagement formel de la haute direction

- Améliorer la légitimité des projets d'écoconception d'emballage et leurs orientations.
- Intégrer l'écoconception dans la vision et la mission de l'entreprise pour en augmenter l'impact.

- Intégrer l'écoconception au cœur des processus d'affaires pour rassembler les initiatives selon des objectifs communs, et non les traiter au cas par cas.
- Répondre à la pression des consommateurs et des détaillants.
- Simplifier et clarifier les échanges entre les équipes d'opération et la direction.
- Augmenter l'efficacité et la pertinence des projets d'écoconception.

Le niveau de maturité d'une démarche d'écoconception d'emballage en entreprise dépendra toutefois de plusieurs facteurs :

- **La taille de l'entreprise et les services impliqués dans l'écoconception des emballages** : plus le nombre de services et d'employés est grand, plus l'entreprise aura probablement besoin de s'organiser autour de politiques ou de plans d'action pour concrétiser un projet d'écoconception afin d'assurer la cohérence des équipes impliquées autour des objectifs et engagements organisationnels ;
- **Le secteur d'activité et les produits à emballer** : par exemple, dans le secteur de l'alimentation et des cosmétiques, beaucoup de contraintes sont liées à la réglementation et à la conservation des produits, ce qui peut complexifier les choix d'emballages et les stratégies d'écoconception applicables ;

- **La commercialisation de produits emballés par les marques privées et les marques externes** : les détaillants ont généralement plus de contrôle et de flexibilité sur l'écoconception des emballages de leurs marques privées. À l'inverse, certains détaillants peuvent avoir peu de leviers pour exiger à leurs fournisseurs de marques externes de modifier leurs emballages. Cependant, il est de plus en plus fréquent que les détaillants soumettent des exigences quant à l'écoconception des emballages de leurs fournisseurs de marques externes.

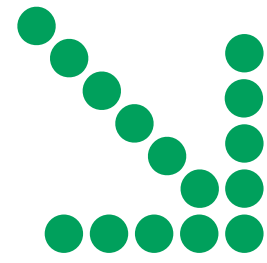
Stratégie d'emballage

La stratégie d'emballage vise à transformer les engagements organisationnels en critères clairs pouvant être transmis aux acteurs de la chaîne d'approvisionnement. Elle permet de définir les besoins, les objectifs et les indicateurs de performance pour mesurer les retombées des projets d'écoconception.

Une bonne stratégie d'emballage peut aussi réduire les risques de dépenses en ressources matérielles, financières et humaines. Elle peut aussi bien s'appliquer à la sélection ou au développement d'un emballage.

Avantages d'une stratégie d'emballage

- Évaluer les coûts et bénéfices de la mise en œuvre de différentes stratégies d'écoconception en amont pour une meilleure planification financière.
- Réaliser des études de marché et des études concurrentielles pour prendre connaissance des emballages disponibles sur le marché et des choix offerts par les fournisseurs.
- Favoriser les échanges avec les fournisseurs pour valider l'adéquation des options disponibles avec les objectifs d'écoconception de l'organisation.
- Favoriser les scénarios maximisant la valeur de l'emballage à la fin de sa vie utile, notamment de son potentiel de recyclabilité et de sa compatibilité avec les infrastructures de collecte et de recyclage en place.
- Développer une approche marketing basée sur la mission de l'entreprise pour justifier les choix d'emballage et éviter l'écoblanchiment.



Gestion de compromis

Selon leur contexte, les entreprises doivent trouver des **compromis** afin de respecter les besoins du produit (p. ex., protection, conservation), les coûts, les exigences réglementaires, les exigences des détaillants et, ultimement, les engagements organisationnels en écoconception du couple emballage-produit.

Avant toute chose, les fonctions essentielles (techniques, logistiques, de communication et d'expérience usager) de l'emballage devraient toujours répondre aux besoins du produit emballé. Choisir ou concevoir le [« juste emballage »](#) pour un produit doit permettre d'éviter les bris, les pertes ou le gaspillage du produit, puisque ceux-ci génèrent souvent plus d'impacts environnementaux que l'emballage lui-même (voir la section [« Cycle de vie et impacts »](#)).

Avec la collecte sélective qui se modernise selon une approche de REP, les producteurs deviennent responsables des emballages et imprimés qu'ils mettent en marché, de leur conception à leur gestion en fin de vie par le recyclage. Il devient donc incontournable qu'ils soient constitués de matières disposant d'une filière de recyclage établie ou en développement.

Les stratégies d'écoconception à appliquer peuvent ensuite être choisies en fonction des autres exigences (réglementaires, compétitives, financières, etc.), en évaluant les priorités de l'entreprise.

En naviguant habilement entre ces compromis, les entreprises seront aptes à choisir ou développer des emballages qui réduisent leurs impacts environnementaux.

Exemples de compromis fréquents

→ **Impact environnemental ou coût** : bien que le choix des matériaux et les processus découlant d'efforts en écoconception peuvent parfois sembler plus coûteux, il est essentiel d'effectuer l'analyse des coûts en incluant l'ensemble des paramètres pouvant affecter ces derniers. Notamment, les coûts indirects, tels que ceux liés à l'entreposage, la manutention ou le transport peuvent exercer une influence majeure. Ainsi, un emballage écoconçu pourrait être synonyme d'optimisation du plan de palettisation avec plus de produits livrés par camion ou plus de produits par surface d'entreposage ;

→ **Protection du produit ou réduction des matériaux** : l'emballage doit pouvoir protéger le produit tout au long de la chaîne de transport de sa fabrication à son utilisation en passant par sa commercialisation en magasin, sa distribution et parfois même sa livraison. Il est donc nécessaire de trouver l'équilibre entre le sous-emballage et le suremballage sans compromettre la protection du produit. Un emballage plus léger pourrait réduire les émissions de carbone liées au transport, mais il pourrait également ne plus être assez robuste pour protéger adéquatement le produit ;

→ **Recyclabilité ou conservation des produits** : certains emballages sont conçus pour offrir des propriétés barrière visant à maximiser la protection et la conservation des aliments (p. ex., par l'ajout de revêtements et de laminations ou par l'augmentation de l'opacité), rendant ceux-ci plus difficiles à recycler. Bien qu'il soit primordial de choisir des emballages offrant le niveau adéquat de protection et de conservation, il est important d'éviter les pratiques de suremballage lorsque ce n'est pas nécessaire. Des solutions qui répondent à la fois aux [exigences de recyclabilité](#) et aux besoins de conservation sont de plus en plus présentes sur le marché. Une évaluation détaillée des options existantes est nécessaire.

Faire des compromis nécessite obligatoirement de délaissé certains critères qui avaient été jugés comme importants au début de la démarche d'écoconception. Cependant, l'écoconception est une démarche en continu, ce n'est pas une destination finale. Les entreprises peuvent donc progresser dans leur démarche et intégrer de nouveaux critères à l'aide d'itérations futures de l'emballage. La démarche d'écoconception gagne donc à être bien réfléchi et à être implantée progressivement, une étape à la fois, pour tendre vers le « juste emballage ». En effet, bien que l'emballage parfait n'existe pas, le « juste emballage » est celui qui répond à sa fonction en ayant le plus faible impact environnemental.

Étapes d'intégration de l'écoconception

Pour favoriser un bon déploiement de l'écoconception d'emballage et l'atteinte des objectifs organisationnels, la démarche d'écoconception doit être réfléchi dès les premières étapes et parallèlement au processus de développement du produit.

Avant toute chose, il est important d'identifier tous les services de l'entreprise qui peuvent contribuer au développement d'emballages. Leur implication peut varier selon la taille de l'entreprise, son secteur ou son type de produit à emballer.

Rôle des différents services en entreprise :

- **Direction** : s'assure que le projet d'écoconception s'inscrit dans la vision stratégique de l'entreprise. Elle est généralement imputable de l'atteinte des objectifs organisationnels, appuie l'équipe dans le projet et lui donne les moyens de ses ambitions ;
- **Approvisionnement** : participe au choix des matériaux et des fournisseurs et à la transmission des exigences techniques et des critères environnementaux. Ses choix sont importants et peuvent contribuer à la mise en place de chaînes d'approvisionnement responsables ;

→ **Marketing** : définit le positionnement du projet d'écoconception en fonction des contraintes de commercialisation, des exigences des détaillants et des attentes du consommateur, en plus de faire passer les bons messages clés sur l'emballage. Le marketing doit aussi s'assurer de la faisabilité du projet avec la chaîne de production en place ;

→ **Communications** : diffusent les efforts reliés aux initiatives et définissent les façons d'en faire la promotion auprès des différents publics concernés, que ce soient les employés, les clients (détaillants) ou les consommateurs ;

→ **Recherche et développement** : utilise l'écoconception pour structurer l'innovation et apporter de la valeur ajoutée à l'entreprise et pour développer les solutions du futur ;

→ **Ingénierie** : définit les choix de matériaux et les cahiers des charges pour les fournisseurs des projets en cours, et participe aux étapes de validation en vue de la commercialisation ;

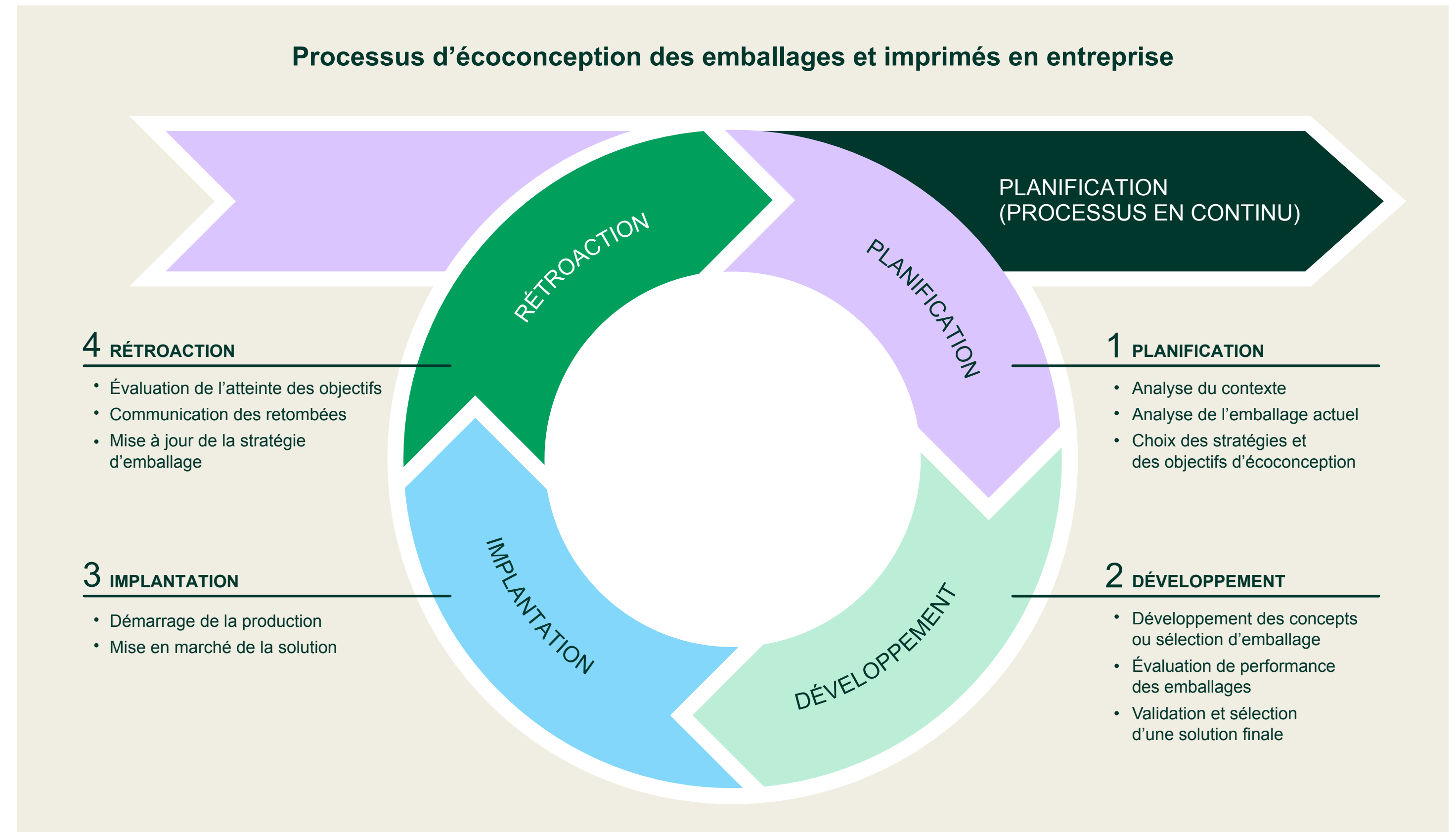
→ **RSE/Développement durable** : coordonne les activités sociales et environnementales des équipes de l'entreprise et est responsable de documenter l'atteinte des cibles et la mesure des indicateurs pour la reddition de compte interne et externe.

Il faut aussi identifier les parties prenantes externes comme les fournisseurs de matières premières et emballages, les entreprises de conditionnement de produit, les laboratoires de tests et de validation, les agences de design, les imprimeurs, ÉEQ, etc.

L'objectif est de travailler ensemble pour que chacun puisse apporter sa contribution et ses compétences au projet de conception d'emballages.

Voici les étapes recommandées pour intégrer l'écoconception d'emballage

en entreprise, basées sur une approche réalisée en collaboration avec l'Institut de technologie des emballages et du génie alimentaire (ITEGA).



Planification

Analyse du contexte

- Évaluer l'engagement actuel de l'entreprise en écoconception d'emballage.
- S'informer sur les réglementations environnementales en vigueur et à venir, ainsi que sur les subventions disponibles.
- Comprendre les pressions des organisations populaires et des consommateurs.
- Comprendre le [système de collecte sélective au Québec, ses infrastructures de recyclage](#) et les marchés de distribution (actuels et futurs).

Analyse de l'emballage actuel (s'il y a lieu)

- Faire un examen approfondi de l'emballage existant pour comprendre ses forces et ses faiblesses.
- Comprendre les exigences fonctionnelles attendues de l'emballage (p. ex., protection/conservation).
- En profiter pour revoir l'emballage lors des changements au niveau des produits.

Choix des stratégies et des objectifs d'écoconception

Identifier et prioriser les actions découlant des stratégies d'écoconception à mettre de l'avant en fonction des engagements et des valeurs de l'entreprise.

[Les stratégies sont regroupées sous trois grandes catégories: la réduction, l'approvisionnement et la recyclabilité.](#)

- Établir des objectifs réalisables et mesurables à partir des actions d'écoconception priorisées et du contexte organisationnel. Les objectifs peuvent notamment être environnementaux (p. ex., augmenter la proportion de contenu recyclé), techniques (p. ex., optimiser la palettisation) ou même commerciaux (p. ex., procéder à une mise à jour de la marque visant à cibler une nouvelle part de marché).
- Définir des indicateurs de performance permettant de mesurer l'atteinte des objectifs lors de l'implantation.

Développement

Développement de concepts ou sélection d'emballages

- Pour la **conception** d'un emballage, mettre en forme des concepts en fonction des objectifs de l'entreprise et des stratégies d'écoconception sélectionnées. Le processus de développement des produits permet de valider la faisabilité d'adopter certaines exigences d'écoconception et peut être itératif. Plusieurs allers-retours avec l'étape d'évaluation de performance des concepts d'emballage peuvent être nécessaires pour arriver au design final.
- Pour la **sélection** d'un emballage chez un fournisseur, sélectionner les emballages qui correspondent le mieux aux stratégies d'éco-conception identifiées et aux objectifs déterminés. À cette étape, les fournisseurs peuvent aider à trouver la bonne solution en fonction des besoins du produit et ils sont souvent des alliés pour conseiller les entreprises sur les dernières innovations selon les secteurs. Il faut toutefois s'assurer de bien évaluer les solutions en fonction des objectifs et d'éviter les fausses bonnes idées.

Évaluation de performance des emballages

- Tester les concepts et les prototypes d'emballages afin de faire des choix éclairés basés sur la performance observée : tests de compatibilité avec le produit, de fonctionnement, de remplissage, de perception et d'acceptabilité du consommateur, tests de recyclabilité, etc.

Validation et sélection d'une solution finale

- Validation des différents niveaux de performance observés.
- Sélection de la solution d'emballage offrant le meilleur compromis parmi les différentes exigences et les divers critères de performance établis et évalués.

Implantation

Démarrage de la production

- Mettre en œuvre la solution et sa ligne de production. Cette étape demande de rester vigilant et de faire des ajustements en réaction aux problèmes qui pourraient se présenter.

Mise en marché de la solution

- Effectuer la distribution et la mise en marché de la solution.

Rétroaction et amélioration continue

Évaluation de l'atteinte des objectifs

- Faire un bilan de la démarche d'écoconception en collaboration avec les parties prenantes internes et externes impliquées.
- Mesurer l'atteinte des objectifs en fonction des indicateurs de performance sélectionnés.
- Documenter les bons coups, les apprentissages et les recommandations en vue de la prochaine refonte de l'emballage.

Communication des retombées

- Communiquer les retombées environnementales, sociales et économiques de la démarche d'écoconception, aussi bien à l'interne (p. ex., reddition de compte organisationnelle) qu'à l'externe (p. ex., rapport annuel, site web ou médias sociaux).
- Prendre part à l'éducation des consommateurs pour éviter les idées reçues et pour les sensibiliser sur les choix d'emballage en fonction des objectifs et des besoins du produit.

Mise à jour de la stratégie d'emballage

- Consolidation des apprentissages de la démarche d'écoconception auprès de l'équipe RSE et de la haute direction afin de mettre à jour la stratégie d'emballage et d'orienter la définition des objectifs de la prochaine refonte d'emballage.

Glossaire

Analyse du cycle de vie (ACV)

Analyse visant à déterminer et à mesurer les impacts environnementaux, les conséquences sociales ou les coûts d'un produit ou d'un procédé tout au long de son cycle de vie (OQLF, 2023b).

Approvisionnement responsable

Mode d'approvisionnement qui tient compte de critères environnementaux, sociaux et économiques dans une perspective de développement durable (OQLF, 2023b).

Centre de tri

Entreprise effectuant le tri de matières résiduelles, notamment les matières recyclables et les résidus de construction, de rénovation et de démolition, en vue de leur recyclage ou de leur valorisation (RECYC-QUÉBEC, 2024).

Collecte sélective

Mode de récupération qui permet de collecter des matières résiduelles pour en favoriser la mise en valeur. La collecte sélective procède par apport volontaire à un point de dépôt (point de vente, cloche, conteneur, écocentre ou ressourcerie) ou par du porte-à-porte (RECYC-QUÉBEC, 2024).

Compostage

Procédé biologique contrôlé par lequel une matière organique est dégradée dans des conditions aérobies (en présence d'oxygène). Il en résulte du compost, un produit stable et hygiénisé (Environnement Canada, 2013; RECYC-QUÉBEC, 2024).

Conception créative (*Design thinking*)

Démarche de gestion de projet ou de résolution de problèmes axée sur l'humain et ses besoins, qui consiste à conjuguer compétences techniques et créativité afin de mettre au point des produits ou des services innovants qui sont désirables pour un éventuel utilisateur, réalisables sur le plan technologique et économiquement viables (OQLF, 2021).

Contenu recyclé

Proportion ou quantité de matières recyclées présente dans un produit ou un emballage en remplacement de matières vierges.

Cycle de vie

Ensemble des étapes de la vie d'un produit, d'un procédé ou d'un service (RECYC-QUÉBEC, 2024).

Écoconception

L'écoconception est une démarche holistique qui se caractérise par la prise en compte de critères environnementaux, sociaux et économiques lors de la phase de conception d'un emballage ou d'un imprimé, tout en conservant sa valeur d'usage (rôles et fonctions) [ÉEQ, 2024].

Écoencrage

Pratique visant à réduire ou à optimiser l'utilisation d'encre dans la conception d'emballages ou dans l'impression de documents, principalement pour des raisons environnementales et économiques (OQLF, 2023b).

Économie circulaire

Système de production, d'échange et de consommation qui repose sur des stratégies permettant d'optimiser l'utilisation des ressources à chacune des étapes du cycle de vie des produits, dans le but de réduire les impacts environnementaux et d'améliorer le bien-être des individus et des collectivités (OQLF, 2023b).

ÉEQ

Éco Entreprises Québec

Emballage

Incluant les contenants, l'emballage est composé de papier ou carton, de plastique, de verre et de métal et sert à contenir, protéger ou envelopper un produit.

Emballage réutilisable

Emballage qui a été conçu, créé et mis sur le marché pour pouvoir accomplir pendant son cycle de vie plusieurs trajets ou rotations en étant rempli à nouveau ou réutilisé pour un usage identique à celui pour lequel il a été conçu (CITEO, 2022).

Fin de vie

Étape de la vie d'un produit où celui-ci ne peut plus être utilisé ou cesse de fonctionner sans possibilité d'être réparé. Un objet en fin de vie peut généralement être recyclé ou valorisé. Il peut aussi être mis au rebut (OQLF, 2023b).

Gaspillage alimentaire

Phénomène par lequel des aliments destinés à la consommation humaine sont dégradés, perdus ou mis au rebut, et qui se produit à toutes les étapes de la chaîne bioalimentaire, de la production à la consommation (OQLF, 2023b).

GES

Gaz à effet de serre

HDPE (ou PEHD)

Polyéthylène haute densité

Imprimés

Papiers et autres fibres cellulosiques servant ou non de support à un texte ou à une image.

LDÉ

Lignes directrices d'écoconception

PE

Polyéthylène

Pensée cycle de vie (perspective du cycle de vie)

Prise en compte du cycle de vie des produits, des procédés et des services dans le processus de prise de décision individuelle ou organisationnelle, en vue d'une réduction de leurs effets négatifs sur l'environnement ou sur la société (OQLF, 2023b).

PET

Polyéthylène téréphtalate

PFAS (ou SPFA)

Les substances perfluoroalkyliques et polyfluoroalkyliques forment un groupe de plus de 4 700 composés organiques de structure apparentée qui possèdent une chaîne fluorocarbonée. Ce sont des substances chimiques synthétiques à stabilité chimique et thermique élevée, qui peuvent repousser l'eau et les huiles. Elles subsistent dans l'environnement et peuvent s'accumuler dans l'organisme au fil du temps (Gouvernement du Canada, 2023b).

Postconsommation

Étape du cycle de vie qui suit la consommation finale de certains produits et consistant à réutiliser ces produits ou leurs résidus dans la fabrication d'un autre produit, à les jeter ou à les incinérer (OQLF, 2023b).

PP

Polypropylène

Principe des 3RV-E

Principe d'action qui vise à assurer une saine gestion des matières résiduelles et qui, pour ce faire, privilégie, par ordre de priorité, la réduction, le réemploi, le recyclage, les formes autres de valorisation puis l'élimination de ces matières (OQLF, 2023b).

Producteur

Toute personne qui commercialise, met sur le marché ou distribue autrement des contenants, emballages et imprimés au Québec visés par le Règlement CS (Gouvernement du Québec, 2023).

Ratio emballage-produit

Le ratio de la masse totale de tous les composants d'un contenant ou d'un emballage par rapport à la masse du produit emballé. Plus le ratio est faible, plus l'emballage est optimisé.

Recyclabilité

Des emballages et des imprimés écoconçus, collectés dans le bac de récupération, triés en centre de tri et recyclés à travers un marché établi (ÉEQ, 2024).

Recyclage

Processus par lequel une matière résiduelle subit des transformations afin d'être utilisée comme matière première dans la fabrication d'un nouveau produit (OQLF, 2023b).

Réduction à la source

Approche consistant à prévenir ou à réduire la production de matières résiduelles aux étapes de conception, de fabrication ou de consommation des produits (OQLF, 2023b).

Réemploi ou réutilisation

Opération par laquelle une matière résiduelle ou un bien de consommation dont on ne modifie pas les propriétés est utilisé de nouveau (OQLF, 2023b).

Règlement CS

Règlement portant sur un système de collecte sélective de certaines matières résiduelles

Responsabilité élargie des producteurs (REP)

Approche selon laquelle certaines entreprises, généralement par obligation réglementaire, s'assurent de la gestion des produits qu'elles mettent sur le marché, au moment de leur postconsommation (OQLF, 2023b).

RSE

Responsabilité sociale d'entreprise

Sous-emballage

Pratique qui consiste à doter un produit d'un emballage qui, parce qu'il ne permet pas de le protéger ni de le conserver adéquatement, est considéré comme insuffisant (OQLF, 2023b).

Suremballage

Pratique qui consiste à doter un produit d'un emballage superflu ou dont la forme est considérée comme mal adaptée parce qu'elle ne permet ni de mieux contenir le produit ni de mieux le protéger (OQLF, 2023b).

Vide technique (ou vide de conditionnement)

Espace dans un emballage qui est inutilisé ou, plus rarement, comblé par un gaz. Un vide technique trop important est trompeur pour le consommateur, qui pourrait croire que la quantité de produits contenue dans l'emballage est plus élevée qu'elle ne l'est en réalité. Le vide technique peut être causé par l'équipement utilisé lors du remplissage ou du conditionnement. Il est par ailleurs essentiel dans certains cas, par exemple dans l'emballage de produits liquides qui produisent de la mousse lors du remplissage (OQLF, 2023b).

Références

- Acaroglu, Leyla (2014). *Good Design Guide*.
En ligne
leylaacaroglu.com/portfolio/2016/12/19/good-design-guide
- ADEME – Agence de l’environnement et de la maîtrise de l’énergie (2023). *Analyse des bénéfices économiques de l’écoconception pour les entreprises*.
En ligne
bibliothec.ademe.fr/ged/7594/B_n_fices-conomiques-coconception-2022-rapport.pdf
- APCO – Australian Packaging Covenant Organisation (2020). *Sustainable Packaging Guidelines (SPGs)*.
En ligne
[documents.packagingcovenant.org.au/public-documents/Sustainable%20Packaging%20Guidelines%20\(SPGs\)](http://documents.packagingcovenant.org.au/public-documents/Sustainable%20Packaging%20Guidelines%20(SPGs))
- APCO – Australian Packaging Covenant Organisation (2019). *QuickStart Guide to Design for Recovery: Reuse, Recycling or Composting*.
En ligne
documents.packagingcovenant.org.au/public-documents/Quickstart%20Guide%20-%20Design%20for%20Recovery:%20Reuse,%20Recycling%20or%20Composting
- CPP – Canadian Plastics Pact (2022). *The Golden Design Rules for Plastic Packaging: Canadian guidance*.
En ligne
goldendesignrules.plasticspact.ca/
- CITEO (2024). Le mag. *Comment choisir le meilleur emballage pour son produit ?*
En ligne
citeo.com/le-mag/comment-choisir-le-meilleur-emballage-pour-son-produit
- CITEO (2022). FAQ *Le réemploi des emballages*.
En ligne
bo.citeo.com/sites/default/files/2022-09/R%C3%A9emploi_FAQ_20220915.pdf
- CITEO (2021). Paris 2024 – *Guide pour l’écoconception des emballages*.
En ligne
bo.citeo.com/sites/default/files/2021-12/2021_PARIS2024-GUIDE%20Ecoconception%20emballages.pdf
- CITEO (2019). *LESS: Solutions pour réduire les emballages*.
En ligne
clients.citeo.com/fr/public/login
- CNE – Conseil National de l’Emballage (2019). *Écoconception des produits emballés: guide méthodologique*.
En ligne
conseil-emballage.org/ecoconception-des-produits-emballés-guide-méthodologique
- Ecoembes (S. D.). *Prevention and Ecodesign Sector Plan 2024-2028*
En ligne
ecoembes.com/sites/default/files/inline-files/empresas/prevention-ecodesign-sector-plan-2024-2028.pdf
- Ellen MacArthur Foundation (2020a). *New Plastics Economy Global Commitment: Commitments, Vision and Definitions*.
En ligne
emf.thirdlight.com/link/pq2algvgnv1n-uitck8/@/preview/1?o
- Ellen MacArthur Foundation (2020b). *Upstream Innovation: A Guide to Packaging Solutions*.
En ligne
emf.thirdlight.com/link/xgfhlc17d1oc-qtv2v7/@/preview/5
- European Commission (S. D.). *REACH Regulation*.
En ligne
environment.ec.europa.eu/topics/chemicals/reach-regulation_en?prefLang=fr
- GAPPF – German Association for Plastics Packagings and Films (2019). *Eco Design of Plastic Packaging: Round Table Management Guidelines*.
En ligne
ecodesign-packaging.org/wp-content/uploads/2020/05/ecodesign_core_guidelines_online_EN.pdf
- GC – Gouvernement du Canada (2012). *Règlement sur certaines substances toxiques interdites – Annexes 1 et 2*.
En ligne
laws-lois.justice.gc.ca/fra/reglements/DORS-2012-285/TexteComplet.html
- GC – Gouvernement du Canada (1999). *Loi canadienne sur la protection de l’environnement – Annexe 1*.
En ligne
laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/C-15.31/
- I & E – Incpen & Envirowise (2008). *A Guide to Packaging Eco-design*.
En ligne
packagingfedn.co.uk/images/reports/Incpen&Envirowise%20Guide%20to%20Packaging%20Eco%20Design.pdf
- ISO – Organisation internationale de normalisation (2016). ISO 14021:2016 – *Marquage et déclarations environnementales – Autodéclarations environnementales (Étiquetage de type II)*.
- ITEGA (2023). *Guide pratique – L’emballage alimentaire écoresponsable au Québec*.
En ligne
itega.ca/wp-content/uploads/2023/05/963 ITEGA_Guide-Emballage-Ecoresponsable_V5-Interactif-HR.pdf
- LQE – *Loi sur la qualité de l’environnement*, chapitre Q-2, à jour au 20 octobre 2020, [Québec], Éditeur officiel du Québec.
En ligne
legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/lc/Q-2
- OQLF – Office québécois de la langue française (2021). *Conception créative*.
En ligne
vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/26543715/conception-creative
- OQLF – Office québécois de la langue française (2023b). *Vocabulaire de l’économie circulaire*.
En ligne
oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/dictionnaires/vocabulaire-economie-circulaire.aspx
- PAC NEXT (2019). *Graphic Packaging Sustainability Checklist*.
En ligne
pac.global/wp-content/uploads/2020/06/pac-checklisten-graphic-1.pdf

→ PAC NEXT (2018). *Structural Packaging Sustainability Checklist*.

En ligne
pac.global/wp-content/uploads/2020/06/pac-checklisten-structural-1.pdf

→ Peltier, Fabrice (S. D.) . *Espace d'exposition et visites guidées « Le Juste Emballage »*.

En ligne
fabrice-peltier.fr/page/espace-le-juste-emballage.php

→ Canlii (2023). *Règlement portant sur un système de collecte sélective de certaines matières résiduelles*, RLRQ c Q-2, r 46.01.

En ligne
canlii.org/fr/qc/legis/regl/rlrq-c-q-2-r-46.01/derniere/rlrq-c-q-2-r-46.01.html

→ RECYC-QUÉBEC (2024). *Lexique*.

En ligne
recyc-quebec.gouv.qc.ca/haut-de-page/lexique

→ REPAK (2017). *Prevent and Save: Packaging Optimisation Toolkit – A Packaging Guide for Business*.

En ligne
repak.ie/images/uploads/downloads/Prevent_and_Save_toolkit_.pdf

→ SPC – Sustainable Packaging Coalition (2024). *Definition of Sustainable Packaging*.

En ligne
sustainablepackaging.org/wp-content/uploads/2024/01/SPC_Definition-of-Sust-Packaging_Landscape.pdf

→ WBCSD (2022). *SPHERE: The Packaging Sustainability Framework*.

En ligne
wbcscd.org/wp-content/uploads/2023/10/SPHERE-the-packaging-sustainability-framework-English.pdf

Des questions? Contactez-nous!

L'équipe [Écoconception et recyclabilité](#) est disponible pour y répondre.