





« Du déchet à la ressource »

Le tri et le recyclage
fêtent leurs 20 ans

Sommaire



1

Les 20 ans du tri et du recyclage

2

Le Point Vert :
enjeux des années à venir

3

Entreprises :
quels engagements, quels bénéfices



Sommaire



1

Les 20 ans du tri et du recyclage

2

Le Point Vert :
enjeux des années à venir

3

Entreprises :
quels engagements, quels bénéfices



Que s'est-il passé il y a 20 ans ?

Une vision

agir pour lier progrès économique, social et environnemental

Une ambition

La mutualisation et la coopération au service d'une mission d'intérêt général

Un modèle

la création d'un **dispositif innovant** :
Adelphe / Eco-Emballages



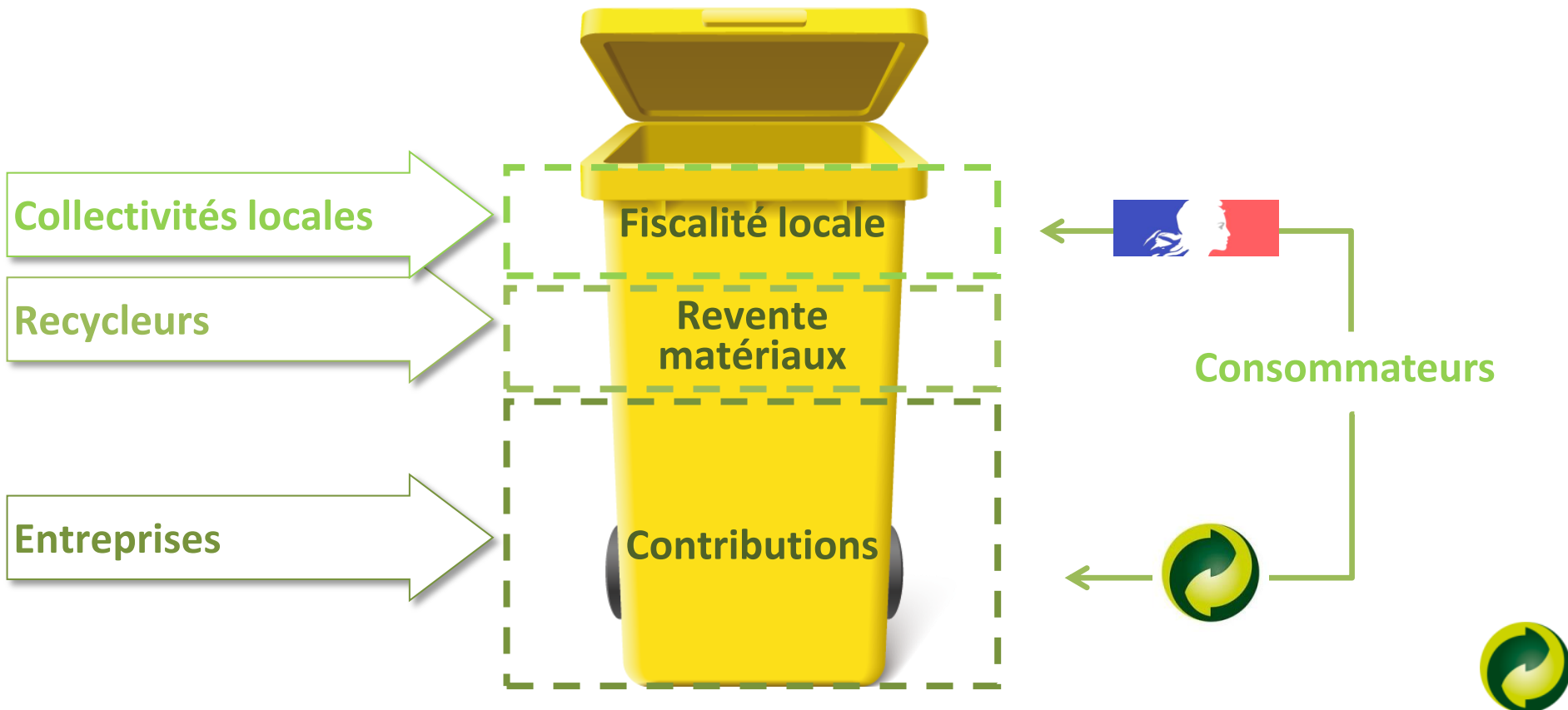
Que s'est-il passé il y a 20 ans ?

- Des acteurs mobilisés



Que s'est-il passé il y a 20 ans ?

- Adelphe garant d'un financement partagé



Que s'est il passé en 20 ans ?



1992

2002

2012

En 20 ans,
**le tri est devenu
un phénomène
de société**



Que s'est il passé en 20 ans ?



- Le consommateur **est convaincu** de l'intérêt du geste de tri
 - **97%** le jugent nécessaire*
 - **59%** estiment que le recyclage est bénéfique pour l'environnement*

* Harris Interactive 2011

** Observatoire EE-Sociovision 2011



Que s'est il passé en 20 ans ?

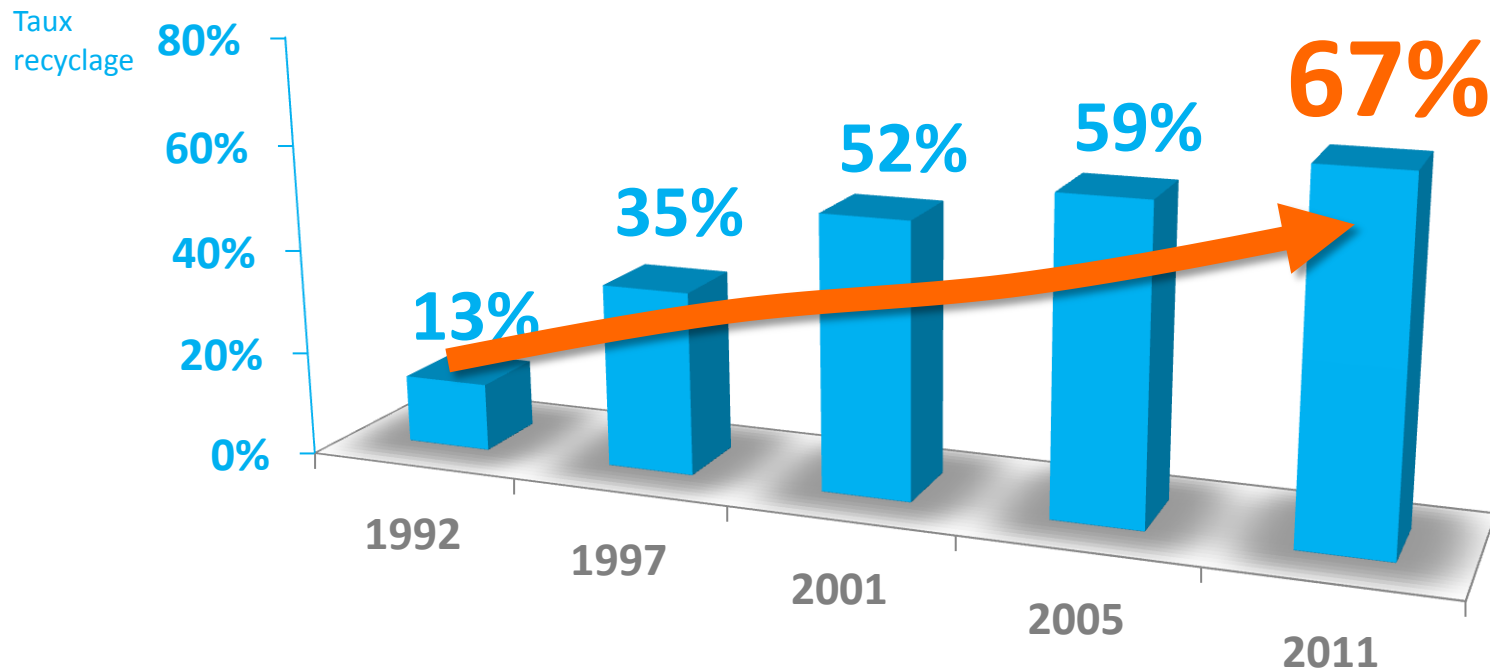


- Le consommateur **est passé à l'acte**
 - **77%** pratiquent le tri sélectif des emballages*
- Le geste de tri du consommateur est devenu un **réflexe**
 - **46%*** des trieurs font le geste de trier sans y penser, sans effort



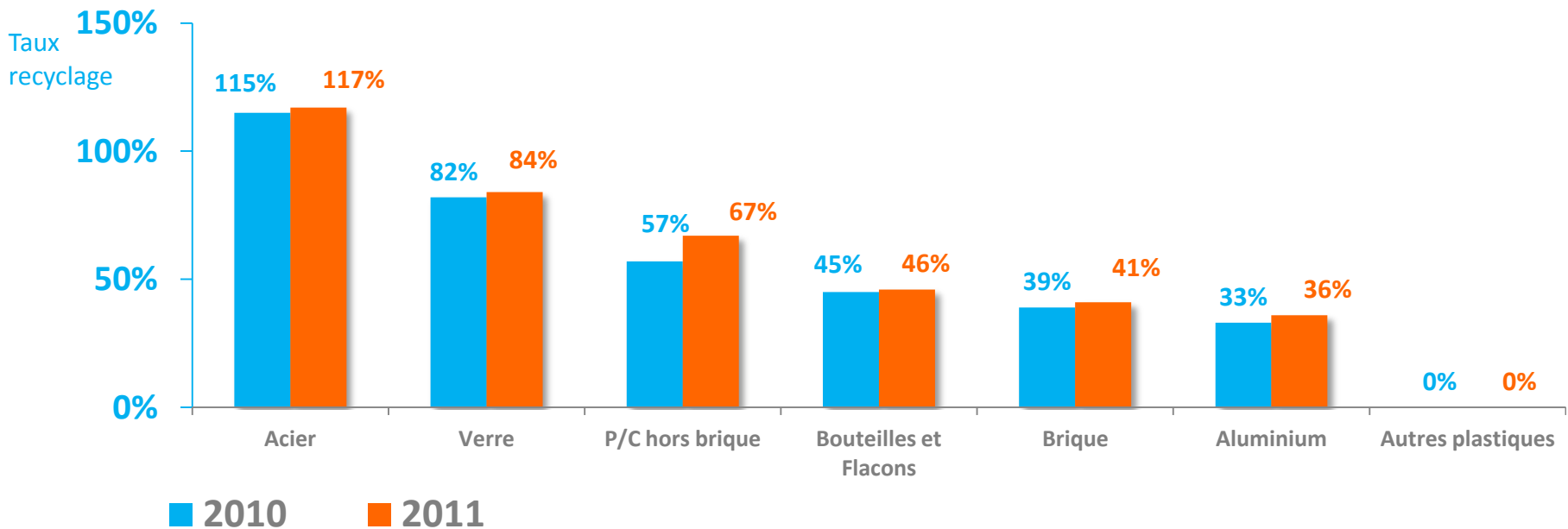
Que s'est il passé en 20 ans ?

- En 20 ans, une **progression continue** du taux de recyclage

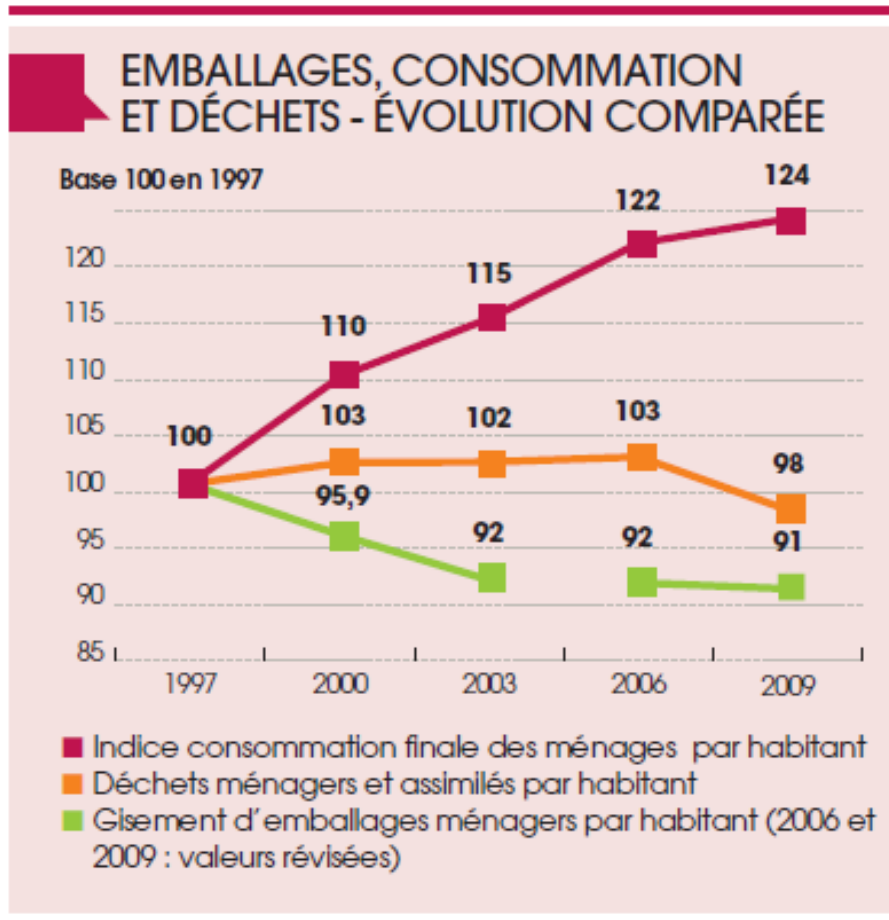


Que s'est il passé en 20 ans ?

- En 2011 : une **augmentation** du taux de recyclage de **tous les matériaux**



Que s'est il passé en 20 ans ?

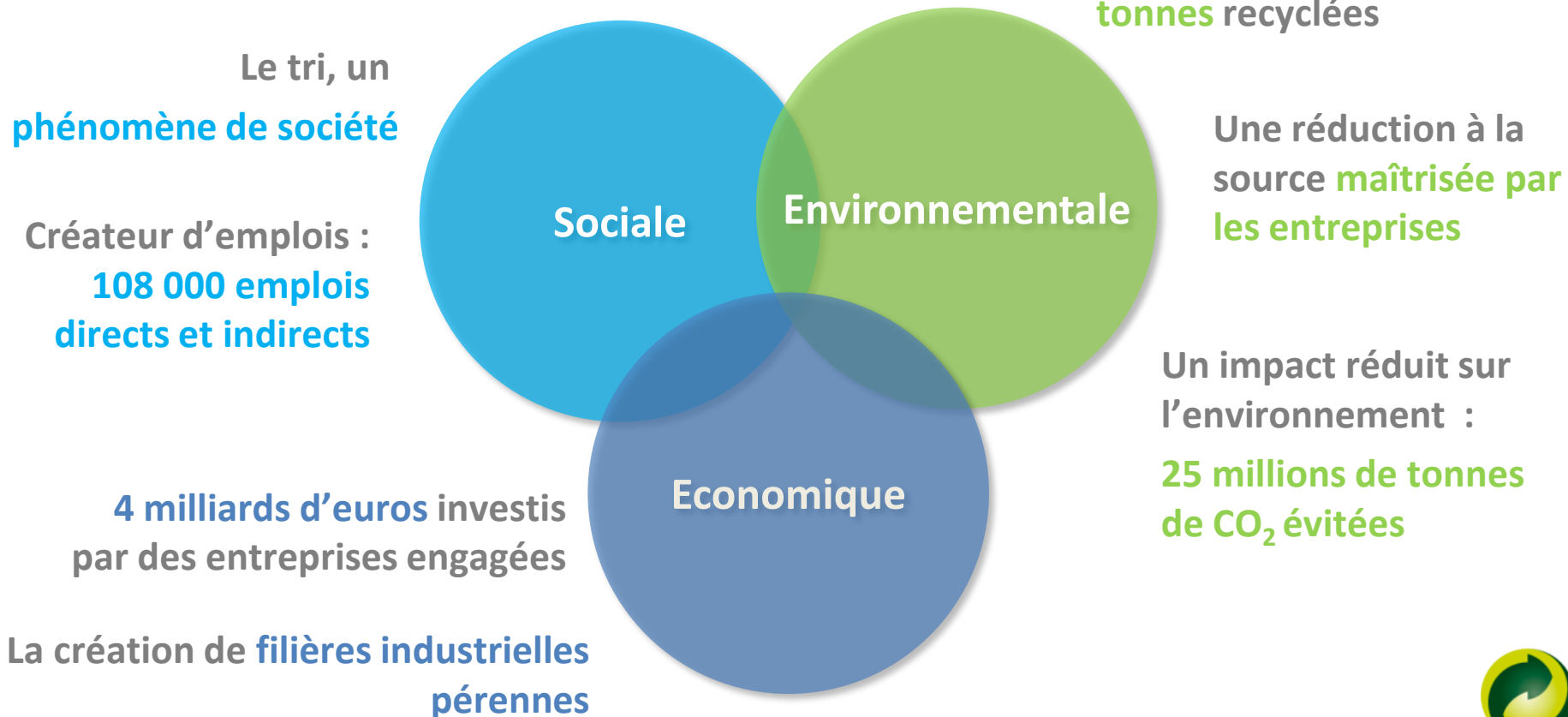


- Des tonnages d'emballages maîtrisés malgré une consommation en hausse



Que s'est il passé en 20 ans ?

■ Une réussite partagée :



Sommaire



1

Les 20 ans du tri et du recyclage

2

**Le Point Vert :
enjeux des années à venir**

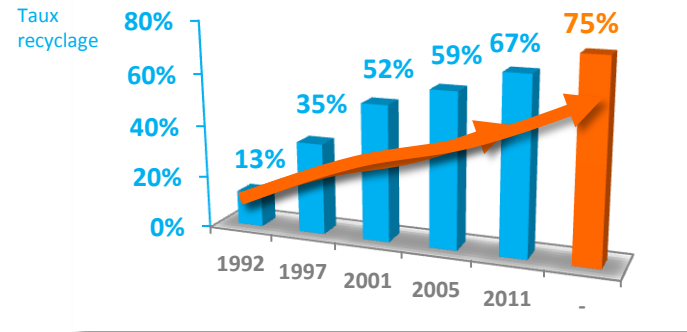
3

Entreprises :
quels engagements, quels
bénéfices



Les enjeux des années à venir

- **Objectif Grenelle :**
Atteindre 75% de recyclage



- **Renforcer la performance au meilleur coût**
 - Rémunérer à la **tonne triée et recyclée**
 - **Informier et mobiliser** le consommateur
 - **Réduire à** la source
 - Développer les **débouchés**



Renforcer la performance au meilleur coût

- Barème 2013 : un principe inchangé

$$\left(\text{POIDS} + \text{UNITÉ} \right) \times \text{Éco-modulation Bonus - Malus}$$



Renforcer la performance au meilleur coût

- La contribution au poids
 - Un tarif inchangé : **2012 = 2013**

	Contrib poids 2013 (ct d'€/kg)
Verre	1,21
Acier	3,15
Aluminium	9,28
Carton	16,33
Brique	17,04
Autres matériaux	23,29
Bouteilles / Flacons PET clair	24,22
Autres Bouteilles / Flacons	24,47
Autres Plastiques	28,06



Renforcer la performance au meilleur coût

- La contribution à l'unité
 - Une évolution planifiée **pour les emballages < 1g**

	Contrib unité 2012 (ct d'€)	Contrib unité 2013 (ct d'€)
Unité \leq 0,5 gramme	0,01	0,02
0,5 gramme < unité \leq 1 gramme	0,04	0,06
Unité > 1 gramme	0,077	0,077



Renforcer la performance au meilleur coût

■ Poursuite de l'Éco-modulation



Sensibilisation

Messages incitant au geste de tri on & off pack

Bonus 2%



Réduction

Eco-conception
Réduction de poids
Réduction de volume
Recharge

Bonus 2%



Perturbateur

Pour les emballages perturbateurs du tri

Malus 50%



Sans filière

Dans les consignes mais sans filière de recyclage
Non valorisables

Malus 100%



Renforcer la performance au meilleur coût

- Les raisons de cette stabilité : des recettes supérieures au prévisionnel
 - Un **périmètre contributif** mieux défini et contrôlé
 - Une clarification de la **définition** des emballages
 - **Nouveaux adhérents**
 - Un **mix-matériau** qui a évolué



Renforcer la performance au meilleur coût

- Perspectives à l'atteinte de 75% de recyclage
 - Couverture de **80% des coûts nets** d'un service de collecte et de tri optimisé

$$80\% \Rightarrow 0,8 \times (950 - 150) =$$

Coût total *Reprise matériaux*

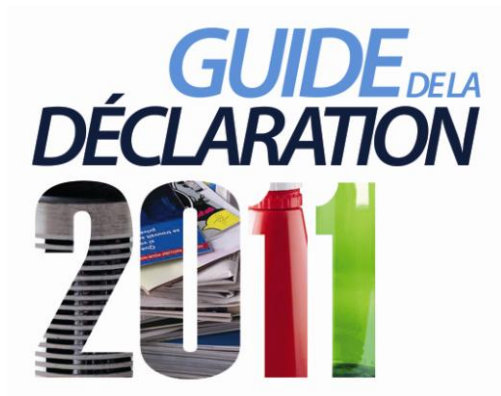
640 M€

**Augmentation progressive du
Point Vert jusqu'en 2016**

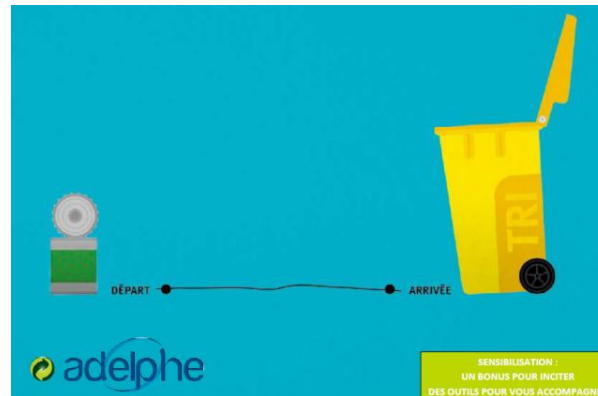


Renforcer la performance au meilleur coût

Des outils pour vous aider : www.adelphe.fr



Déclaration



Sensibilisation



Réduction

Sessions de formation sur la déclaration : Octobre 2012



Sommaire



1

Les 20 ans du tri et du recyclage

2

Le Point Vert :
enjeux des années à venir

3

Entreprises :
quels engagements, quels bénéfices



Quels engagements ?

Informier et mobiliser

votre consommateur

Réduire à la source

vos emballages

Un nouvel engagement

pour les 20 ans à venir



Informier et mobiliser le consommateur

- Les principes du bonus sensibilisation :
- Supports **éligibles**
 - **ON-PACK** : Consignes visibles lors de l'acte d'achat
 - **OFF-PACK** : Campagne TV / Radio
 - **IN-PACK** : Notices et mode d'emploi (sur dérogation)



Informier et mobiliser le consommateur

■ 3 modalités de messages

- Signalétique prête à l'emploi

L'Info-Tri Point Vert

- Signalétique

personnalisée

- Message élaboré conjointement

partenariat sur mesure



Inform^{er} et mobilis^{er} le consommateur

MARCHAL

m345
x1 essuie-glace
450 mm (x1 5 mm)

Pour

CITROËN C5
FIAT Bravo
HYUNDAI i30
KYA Cee'd
OPEL Astra H
RENAULT Mégane 2
SKODA Superb 2
VOLKSWAGEN Caddy/Passat 7/Touran 2

79800141

PENSEZ AU TRI !

ÉVITER LE DÉCHÈQUE ENVIRONNEMENTAL DES ENVALETTES

POCHE DOUBLE PLASTIQUE À JETER

CAISSE CARTON À RECYCLER

CONSIGNE POUR VARIER LOCALEMENT : WWW.CONSIGNE.SOIETRI.FR

Vieux Papes
MERLOT SYRAH

Vieux Papes a sélectionné et associé deux cépages d'exception pour vous offrir un vin fruité et équilibré. Une robe couleur rubis, un nez aux notes de cerise fraîche, de mûre et de violette, et une bouche ronde et harmonieuse.

Servir entre 16° et 18°C www.vieuxpapescepages.com

MIS EN BOUTEILLE PAR VIEUX PAPES À F 69800 VIN DE FRANCE

75 cl. 12,5% vol. 1 unité d'alcool

3 175529 633941

PENSEZ AU TRI !

BOUCHON LIÈGE À JETER

BOUTEILLE VERRE À RECYCLER

CONSIGNE POUR VARIER LOCALEMENT : WWW.CONSIGNE.SOIETRI.FR



BARQUETTE ET FILM PLASTIQUE



À JETER

ÉTUI CARTON



À RECYCLER

La bouteille

A chaque occasion son format, retrouvez le même cépage LES ORMES DE CAMBRAS en bouteille de 75cl.

www.ormes-de-cambras.com

PENSEZ AU TRI !

ÉVITER LE DÉCHÈQUE ENVIRONNEMENTAL DES ENVALETTES

POCHE DOUBLE PLASTIQUE À JETER

CAISSE CARTON À RECYCLER

CONSIGNE POUR VARIER LOCALEMENT : WWW.CONSIGNE.SOIETRI.FR

PENSEZ AU TRI !

ÉVITER LE DÉCHÈQUE ENVIRONNEMENTAL DES ENVALETTES

POCHE DOUBLE PLASTIQUE À JETER

CAISSE CARTON À RECYCLER

CONSIGNE POUR VARIER LOCALEMENT : WWW.CONSIGNE.SOIETRI.FR

L'Info-Tri Point Vert

PENSEZ AU TRI !

ÉVITER LE DÉCHÈQUE ENVIRONNEMENTAL DES ENVALETTES

POCHE DOUBLE PLASTIQUE À JETER

CAISSE CARTON À RECYCLER

CONSIGNE POUR VARIER LOCALEMENT : WWW.CONSIGNE.SOIETRI.FR

DANAO Multivitaminé

Conseil pour un bon petit-déjeuner :

un jus de fruits + un produit laitier + une tartine

DANAO, le bonbon du petit-déjeuner qu'il faut inviter.

(*) À COTÉ DE CONCERNÉS :

	DANAO BRIOCHE	DANAO SÉCHÉ
Valeurs moyennes moyennes	pour 100 g	pour 100 g
Vitamine A	400 µg	400 µg
Vitamine B1	0,1 mg	0,1 mg
Vitamine B2	0,1 mg	0,1 mg
Vitamine B6	0,1 mg	0,1 mg
Vitamine C	10 mg	10 mg
Vitamine E	1,5 mg	1,5 mg

Les valeurs nutritionnelles de référence. Les apports de référence pour un adulte (homme adulte) sont indiqués en pourcentage de l'apport de référence. Les valeurs de référence sont indiquées en pourcentage de l'apport de référence.



Informier et mobiliser le consommateur

Signalétique personnalisée



Un objectif national de réduction à la source

- **Un objectif de réduction à la source de 100 000 tonnes**
 - Qui engage toutes les entreprises
- **Un résultat quantifié (année de référence : 2007)**
 - Grâce à un indicateur **concret et robuste**
- **Une opportunité**
 - Pour **valoriser l'action** des entreprises pour un emballage responsable
 - Pour **optimiser le coût du Point Vert**



L'indicateur de réduction



The screenshot shows the 'adelphe' website interface. At the top, there are logos for 'ECO EMBALLAGES' and 'adelphe'. The main heading is 'Faire connaître vos actions de prévention & partager les bonnes pratiques'. Below this, a sub-heading reads 'Dernière actualité : En déclarant vos actions sur cet espace, vous contribuerez à l'objectif...'. To the right, there is an illustration of three plastic bottles of decreasing size with a red line graph showing a downward trend. The interface is divided into two main sections: 'Déclarer' (Declare) and 'Consulter' (Consult). The 'Déclarer' section includes a button 'ACCÉDER À L'ESPACE DÉCLARATION' and text explaining that users can contribute to prevention objectives and receive a bonus in 2012. The 'Consulter' section includes a button 'ACCÉDER AU CATALOGUE' and a list of six product cards. Each card shows the 'ECO EMBALLAGES' logo and a specific product name (e.g., 'Marque 1 Produit 1', 'Marque 2 Produit 1', etc.). At the bottom, there is a footer with a small circular logo, text about the prevention indicators defined by the 'Conseil National de l'Emballage', and links for 'Mentions Légales', 'Plan du site', 'CGU', and 'Contact : Eco-Emballages - Adelphe'.

ECO EMBALLAGES adelphe

Faire connaître
**vos actions de prévention
& partager les bonnes pratiques**

Dernière actualité : En déclarant vos actions sur cet espace, vous contribuerez à l'objectif...

Déclarer [ACCÉDER À L'ESPACE DÉCLARATION](#)

En déclarant vos actions sur cet espace, vous contribuerez à l'objectif de prévention prévu à l'agrément des sociétés Point Vert.

Vous pourrez aussi, si vous le souhaitez, valoriser vos bonnes pratiques, et bénéficier en 2012 d'un bonus dans votre déclaration annuelle.

Consulter [ACCÉDER AU CATALOGUE](#) Les derniers cas du catalogue des cas de prévention

ECO EMBALLAGES Marque 1 Produit 1	adelphe Marque 2 Produit 1	ECO EMBALLAGES Marque 3 Produit 1	ECO EMBALLAGES Marque 3 Produit 2	ECO EMBALLAGES Marque 4 Produit 1	adelphe Marque 5 Produit 1
---	----------------------------------	---	---	---	----------------------------------

<http://reduction-emballages.adelphe.fr>

Les indicateurs de prévention ont été définis par le Conseil National de l'Emballage

Mentions Légales | Plan du site | CGU | Contact : Eco-Emballages - Adelphe



Un outil opérationnel pour toutes les fonctions de l'entreprise

DÉVELOPPEMENT PACKAGING

- Valorisation bonnes pratiques
- Veille concurrentielle

MARKETING

- Partenariats

COMMUNICATION

- RP
- Trophées
- Catalogue bonnes pratiques

DÉVELOPPEMENT DURABLE

- Outil de reporting
- Communication rapports DD/RSE

FINANCIER

- Bonus Réduction



Réduire à la source

- Des outils adaptés en fonction de votre maturité environnementale

**PRENDRE
CONSCIENCE**

Diagnostic
sur site



INITIER

Formation
Partenariat pour
l'éco-conception
(PPE)
Élève ingénieur



SYSTEMATISER

Formation
ACV simplifiée
(BEE)



**VALORISER
ET DIFFUSER**

Formation
Indicateur de
réduction
Communication



Les Guides pratiques : Adelphe avec les organisations professionnelles



les entreprises
du médicament

Eco-conception des emballages de médicaments

Comment se lancer ?

Edition 2010



LA BOUTEILLE EN VERRE			
1 J'ALLÈGE!			
DIFFICULTÉ	JE M'INTERROGE	ASTUCES ET SOLUTIONS TECHNIQUES	✓
☆☆	Puis-je utiliser une bouteille plus légère?	De grandes variations de poids sont observables sur le marché. Attention néanmoins aux bouteilles « syndicales ».	<input type="checkbox"/>
☆☆	Mon fournisseur a-t-il des bouteilles allégées à me proposer?	Si j'achète des bouteilles sur un catalogue, mon fournisseur a peut-être une gamme allégée à me proposer.	<input type="checkbox"/>
☆☆	Mon emballageur a-t-il des solutions à me proposer?	Si vous faites appel à un prestataire de service, celui-ci peut aussi être source d'idées pour progresser.	<input type="checkbox"/>
☆☆☆☆	Je veux développer une nouvelle gamme, s'agit-il en réalité d'une conception?	Si vous faites développer des moules, il est nécessaire de travailler en collaboration avec le verrier dès le début de la bouteille afin d'optimiser la forme, l'allongement, la profondeur, l'épaisseur des parois, le diamètre du goulot, la complémentation entre originalité de la bouteille et poids à trouver.	<input type="checkbox"/>
2 JE FAVORISE LE RECYCLAGE!			
DIFFICULTÉ	JE M'INTERROGE	ASTUCES ET SOLUTIONS TECHNIQUES	✓
☆☆	Y a-t-il des étiquettes de recyclabilité associées à la bouteille?	Certaines étiquettes sont fortement adhésives et sont susceptibles de ne pas se séparer du verre et de perturber son recyclage à cause des résidus ou du composant. Évitez-les ou vérifiez auprès de votre verrier ou de CETE.	<input type="checkbox"/>
☆☆	Puis-je limiter les éléments de décor sur ma bouteille?	Étiquettes trop grandes, contre-étiquettes, collantes sont autant de déchets potentiels qui ne seront pas valorisés.	<input type="checkbox"/>
☆☆	Comment puis-je encourager le recyclage des bouteilles?	Par la promotion des gestes de tri sur l'emballage ou sur les sites internet, ou par encourageant le consommateur à trier les bords gommés.	<input type="checkbox"/>
☆☆☆☆	Ma bouteille contient-elle des éléments recyclables?	La résine pour exemple, est perturbatrice du recyclage de verre car elle ne fond pas lors de son recyclage.	<input type="checkbox"/>
☆☆☆☆	La coloration du verre est-elle compatible avec le recyclage?	Certains colorants ou opacifiants sont susceptibles de perturber le recyclage de verre. Vérifiez donc la compatibilité auprès de votre verrier ou de CETE.	<input type="checkbox"/>
☆☆☆☆	Si sérigraphie ou étiquillage, ai-je limité les mêmes caractéristiques?	De nombreux procédés de décoration limitent les mêmes caractéristiques qui peuvent s'accumuler au fil du temps et nuire au recyclage et gêner le fonctionnement des fours.	<input type="checkbox"/>
3 JE LIMITE LES POLLUTIONS!			
DIFFICULTÉ	JE M'INTERROGE	ASTUCES ET SOLUTIONS TECHNIQUES	✓
☆☆☆☆	Mon verrier et l'entreprise en charge des décors sont-ils vigilants sur les impacts environnementaux de leurs produits?	Certains fournisseurs mettent en place des actions pour améliorer leurs performances environnementales: leur processus rendent utilisation d'énergie renouvelables, promotion de l'incorporation de ciment, bonne gestion des déchets, élimination de l'usage de solvants, certification environnementale (ISO 14001 ou EMAS)...	<input type="checkbox"/>
4 JE RÉDUIS LES KILOMÈTRES!			
DIFFICULTÉ	JE M'INTERROGE	ASTUCES ET SOLUTIONS TECHNIQUES	✓
☆☆☆☆	Ai-je rapproché le lieu de production de la bouteille de son lieu de destination?	Il arrive que les bouteilles soient fabriquées près du lieu d'emballage mais transportées, vidées, sur de longues distances afin d'être décaissées.	<input type="checkbox"/>
☆☆☆☆	Puis-je prendre des fournisseurs plus proches de mon lieu de production?	Cela évitera le transport de bouteilles vides sur de longues distances.	<input type="checkbox"/>





du tri et du
recyclage !



Un nouvel engagement pour 20 ans

- Grâce à des engagements autour de 4 thèmes fédérateurs :

Sensibilisation du consommateur

Sensibilisation du salarié / trieur

Prévention / Réduction à la Source

Communication d'entreprise



Engagement Sensibilisation on-pack

- Ex : « mon entreprise s'engage à insérer des consignes de tri sur X % de ses packs »



Avec l'Info-Tri
Point Vert

Marquage personnalisé ou en
partenariat
avec Adelphe



Engagement Sensibilisation interne

- Ex « Mon entreprise s'engage à sensibiliser ses salariés via une opération en interne ou en participant à des journées de porte-à-porte chez l'habitant »



Une campagne 360°

Septembre

Octobre

Novembre

Décembre

Lancement

Déploiement

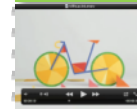
Célébration

TV



« M. Papillon »
**Chacun de nos petits
gestes ont de grands effets**

TV



« Efficacité »
**L'efficacité du geste de
tri par la preuve**

TV



« 20 ans de succès »
Tous responsables

Radio

Nous sommes tous des M. Papillon

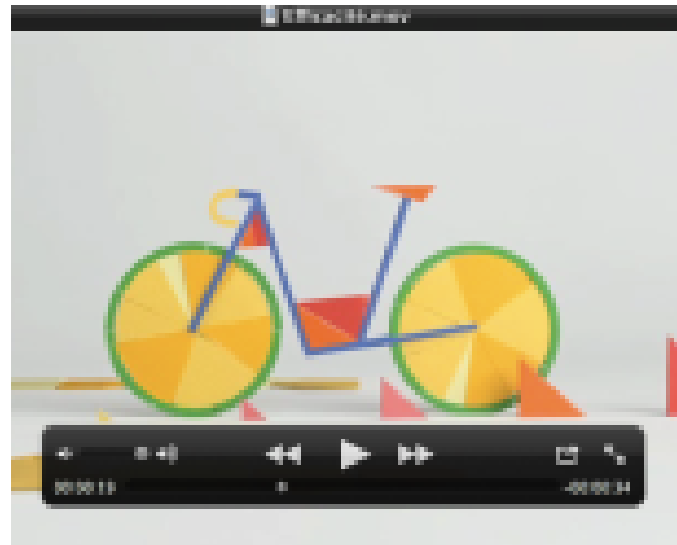
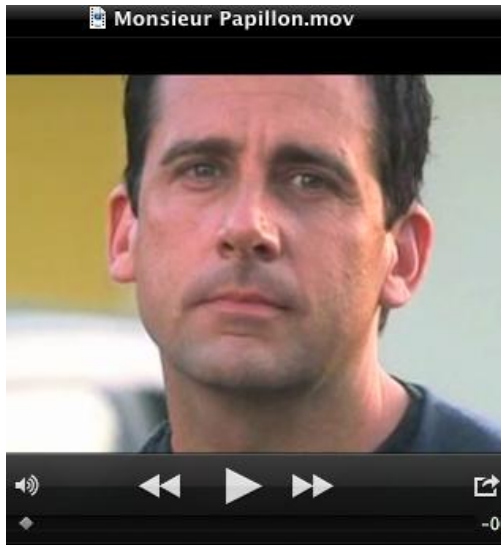
Présence sur lieux de tri



Une campagne 360°



La campagne grand public



Dates à retenir

Juin

Septembre

Octobre

Novembre

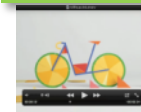
Décembre

TV



Radio

TV



Présence sur lieux de tri



Réunion
Annuelle

28 juin

Salon de
l'Emballage

19-22 nov

Célébration
des 20 ans

04-05 dec





MERCI



