

ÉCOCONCEPTION EN EMBALLAGE

DÉCONSTRUCTION
DES MYTHES

P.4

OPTIMISATION
DU PROCESSUS

P.10



De plus en plus conscients et préoccupés par les impacts environnementaux des modes de production et de consommation actuels, les consommateurs «ont raison» de pousser les entreprises à faire plus, à faire mieux, et à faire autrement.

Un emballage bien conçu, c'est un emballage écoconçu : *ça doit devenir la norme*. Un emballage écoconçu est un emballage qui tient compte des critères environnementaux, sociaux et économiques dans toutes les étapes de son cycle de vie.

C'est pourquoi il est essentiel que les agences de création et les designers, qui accompagnent les entreprises dans le processus créatif d'emballages, prennent un pas de recul avant de surfer sur la vague d'une tendance ou d'un «effet mode» qui pourrait être une fausse bonne idée.

L'équipe de design d'emballage de LG2 et l'équipe d'écoconception et économie circulaire de Éco Entreprises Québec ont uni leurs forces pour offrir un guide utile né à la suite de l'identification des opportunités d'intégrer l'écoconception dans le processus créatif en design.

DÉCONSTRUCTION DES MYTHES

DÉCONSTRUCTION DES MYTHES

01 L'EMBALLAGE SERT À QUELQUE CHOSE!

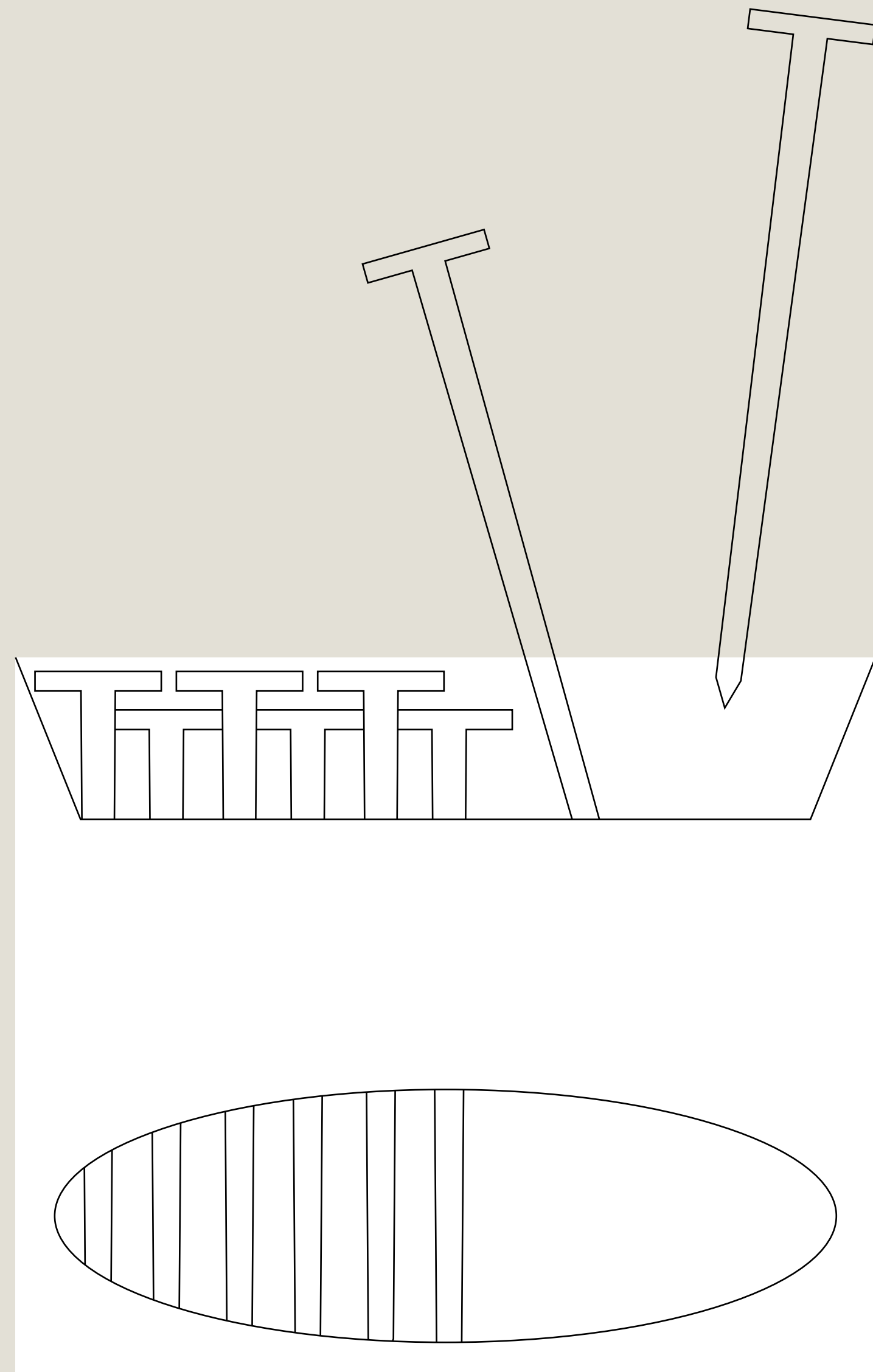
Pas d'emballages, pas de chocolat!

L'emballage a plusieurs rôles, dont protéger, transporter, conserver, vendre un produit et communiquer des informations tantôt obligatoires, tantôt utiles pour les consommateurs.

L'objectif n'est pas d'éviter les emballages à tout prix, mais plutôt de réfléchir à leurs rôles.

L'empreinte environnementale de l'emballage n'est que la pointe de l'iceberg de l'empreinte environnementale d'un produit et d'un système plus global de production et de consommation. Oui, il faut repenser les emballages, mais il faut garder en tête que des actions et des transformations doivent également être faites à d'autres échelles pour réduire réellement notre impact.

L'emballage est aussi essentiel dans la prévention des pertes et du gaspillage de produits périssables ou endommageables, comme les aliments et les produits pharmaceutiques. D'ailleurs, il est bon de savoir que le gaspillage alimentaire a un impact environnemental souvent plus important que les emballages eux-mêmes.



DÉCONSTRUCTION DES MYTHES

02 LE VRAC, LA SOLUTION À L'EMBALLAGE?

Même en vrac, l'emballage est toujours présent, que ce soit lors de la livraison, de la manutention, de la distribution ou lorsque le consommateur l'apporte en magasin.

Qui dit vrac, dit modèles d'affaires différents où l'on doit repenser l'approvisionnement (fréquence, type de contenant), le conditionnement, l'entreposage, la mise en marché et tous les aspects logistiques tels que la rotation des stocks, la conservation, les pertes, la contamination, le gaspillage, le nettoyage, le lavage, etc.

Pour le consommateur, c'est aussi une nouvelle façon de consommer : apporter ou rapporter ses contenants ou ses emballages, assurer une salubrité de ceux-ci et des conditions de conservation idéales à la maison.

Les règles de l'écoconception valent autant pour l'emballage durable dans un contexte de vrac : se poser les bonnes questions, jongler avec des compromis et chasser les fausses bonnes idées.

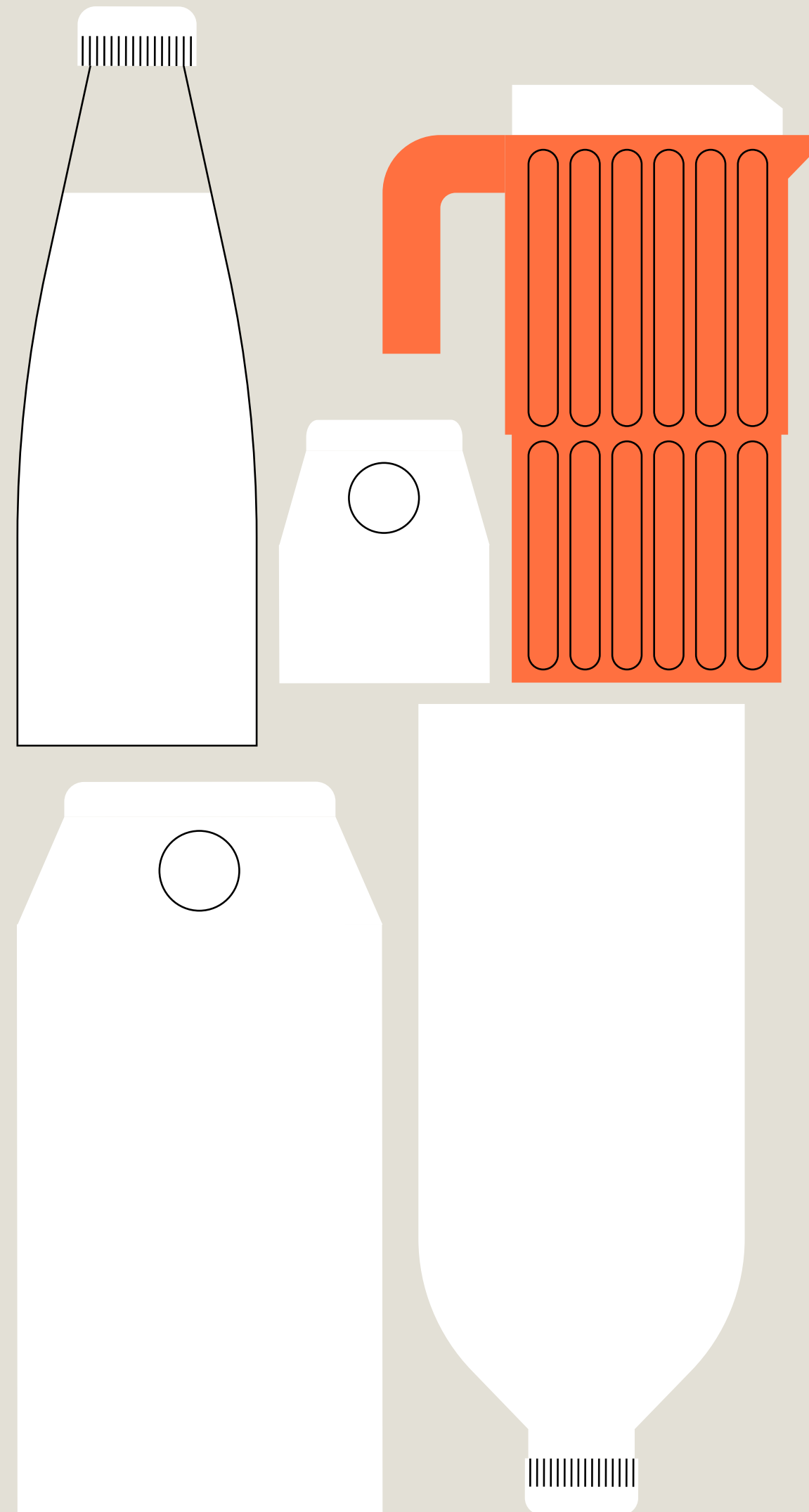
Il faut également penser que même après plusieurs utilisations, l'emballage connaîtra une fin de vie un jour ou l'autre. Donc, un emballage réutilisable qui est recyclable, c'est encore mieux!

03 STANDARDISER EN TOUTE CRÉATIVITÉ : C'EST POSSIBLE.

La créativité ne s'arrête pas seulement à la création de nouveaux emballages. Parfois, le désir de se différencier ou une quête d'unicité contribue aux problématiques auxquelles fait face l'industrie de l'emballage. Alors, comment être créatifs tout en adoptant des approches communes pour améliorer la performance environnementale de l'emballage, de sa conception à sa gestion de fin de vie utile?

D'abord, il faut prioriser des approches balisées ou certaines normes en emballage, tant dans le choix de matériaux que dans la forme.

Le meilleur exemple d'une collaboration entre la création et la standardisation : l'industrie de la conserve pour une foule de produits alimentaires.



04 MON MATÉRIAU EST MEILLEUR QUE LE TIEN!

Il faut d'abord connaître son produit et ses besoins en termes de protection et de conservation... avant de choisir de l'emballer.

Ensuite vient la question des matériaux, de leurs propriétés, et de leur cycle de vie : d'où ils proviennent, comment ils sont produits, quel est le scénario de fin de vie utile, etc.

Les modes de production, de distribution et de mise en marché vont aussi influencer le choix d'un matériau d'emballage. C'est une question de compromis et de bonnes associations!

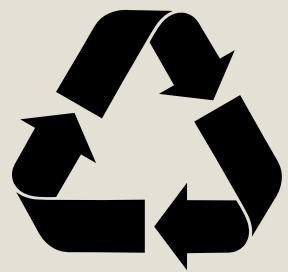
Chaque matériau a des propriétés intéressantes, mais aussi des inconvénients. Qu'en est-il des plastiques?

Le problème avec les plastiques (parce qu'il en existe plusieurs), ce n'est pas le matériel en tant que tel, mais plutôt l'usage qu'on en fait. Le plastique est durable! Seulement, il est souvent employé dans un contexte d'usage unique et de courte vie.

Le but n'est pas d'éviter le plastique à tous les coups, mais de réfléchir aux solutions en ne s'attardant pas uniquement sur ses propriétés matérielles. Certains plastiques se réutilisent encore et encore et se recyclent bien.

DÉCONSTRUCTION DES MYTHES

05 TOUTES LES COMMUNICATIONS NE S'ÉQUIVALENT PAS EN MATIÈRE DE RECYCLAGE.



Ne mettez pas le ruban de Möbius sans aucune autre indication. Ce n'est pas suffisant pour indiquer la recyclabilité d'un emballage puisque c'est une autodéclaration

non vérifiée par une tierce partie et que cela ne donne pas suffisamment d'information sur le geste de tri et sur les étapes de la collecte au conditionnement du matériau.

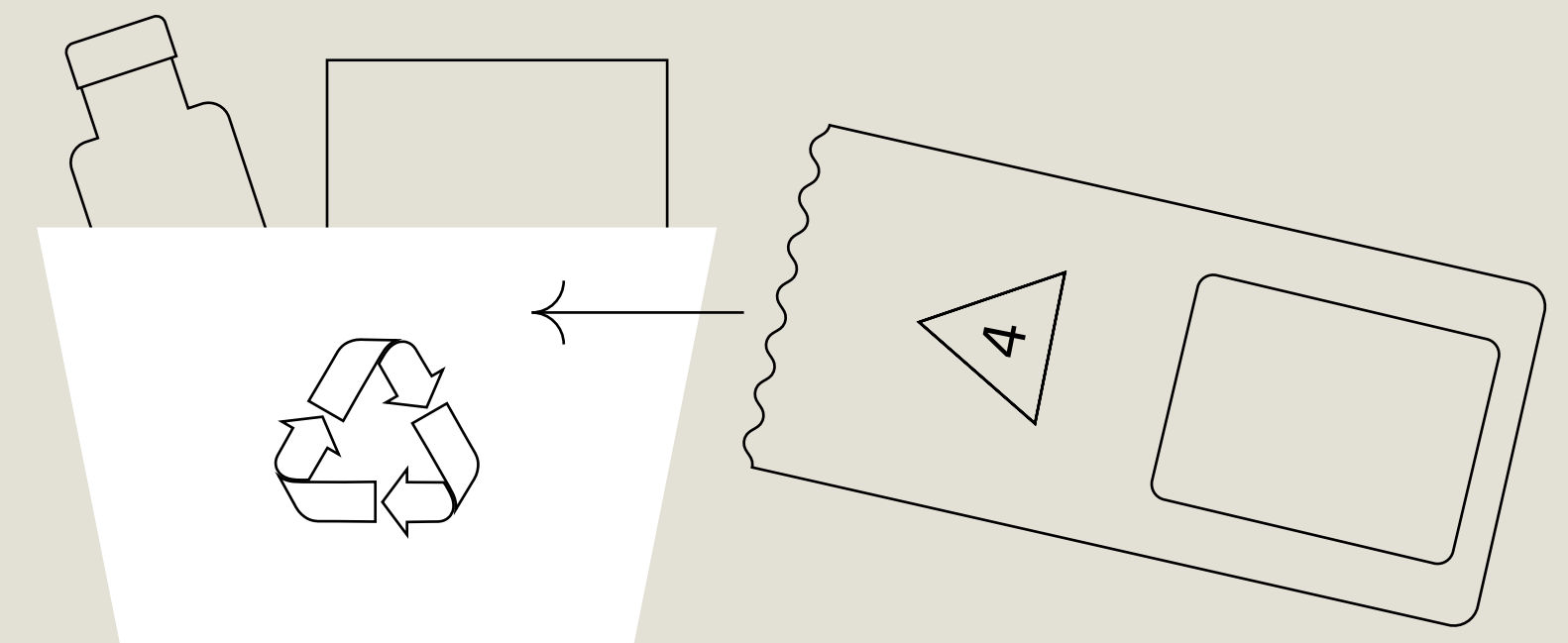
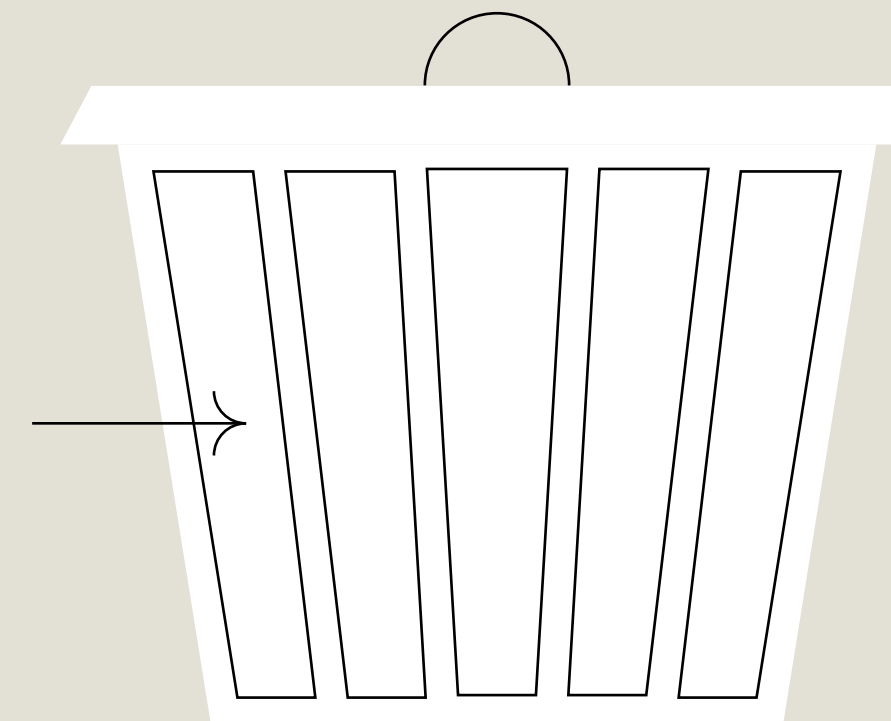
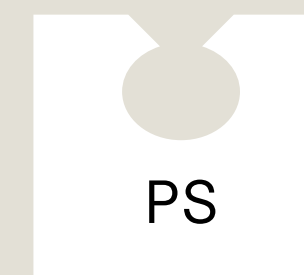
L'important avec le recyclage, c'est de communiquer de façon claire et efficace. Il n'est donc pas toujours gagnant de créer de nouveaux visuels, icônes ou logos lorsqu'on parle de recyclage. Il faut éviter toutes formes d'écoblanchiment et de communication mensongère. En voici des exemples : mentionner que l'emballage est écologique; vert; bon pour la planète; biodégradable; respectueux de l'environnement; non polluant; qu'il préserve la nature; etc.

Le Code d'identification (triangle avec un numéro) doit être utilisé pour identifier le type de résine de plastique et faciliter le bon traitement par les filières de gestion des matières résiduelles et du recyclage. Il ne doit pas être utilisé seul pour affirmer qu'un emballage est recyclable. De plus, la norme ASTM¹ précise que le symbole ne doit pas se retrouver près du ruban de Möbius ou près du terme «recyclable».

Là où la création peut être mise à profit : les indications pour gérer chaque composant (chaque partie) de l'emballage. Cela peut se traduire par une courte phrase, un pictogramme intuitif, alouette! Cela peut aussi passer par une stratégie de communication de l'image de marque, de l'entreprise et de ses valeurs.

Il faut simplement s'assurer que les instructions de tri s'appliquent dans les provinces et/ou les territoires où le produit emballé est vendu. Si ce n'est pas le cas, il est important de préciser que la réglementation en matière de récupération et de recyclage varie à travers le Canada, et que l'emballage pourrait ne pas être accepté dans certaines régions.

SÉPARER LES MATÉRIAUX POUR UNE MEILLEURE RÉCUPÉRATION



¹ ASTM International (2021). D7611/D7611M-20 – Standard Practice for Coding Plastic Manufactured Articles for Resin Identification.

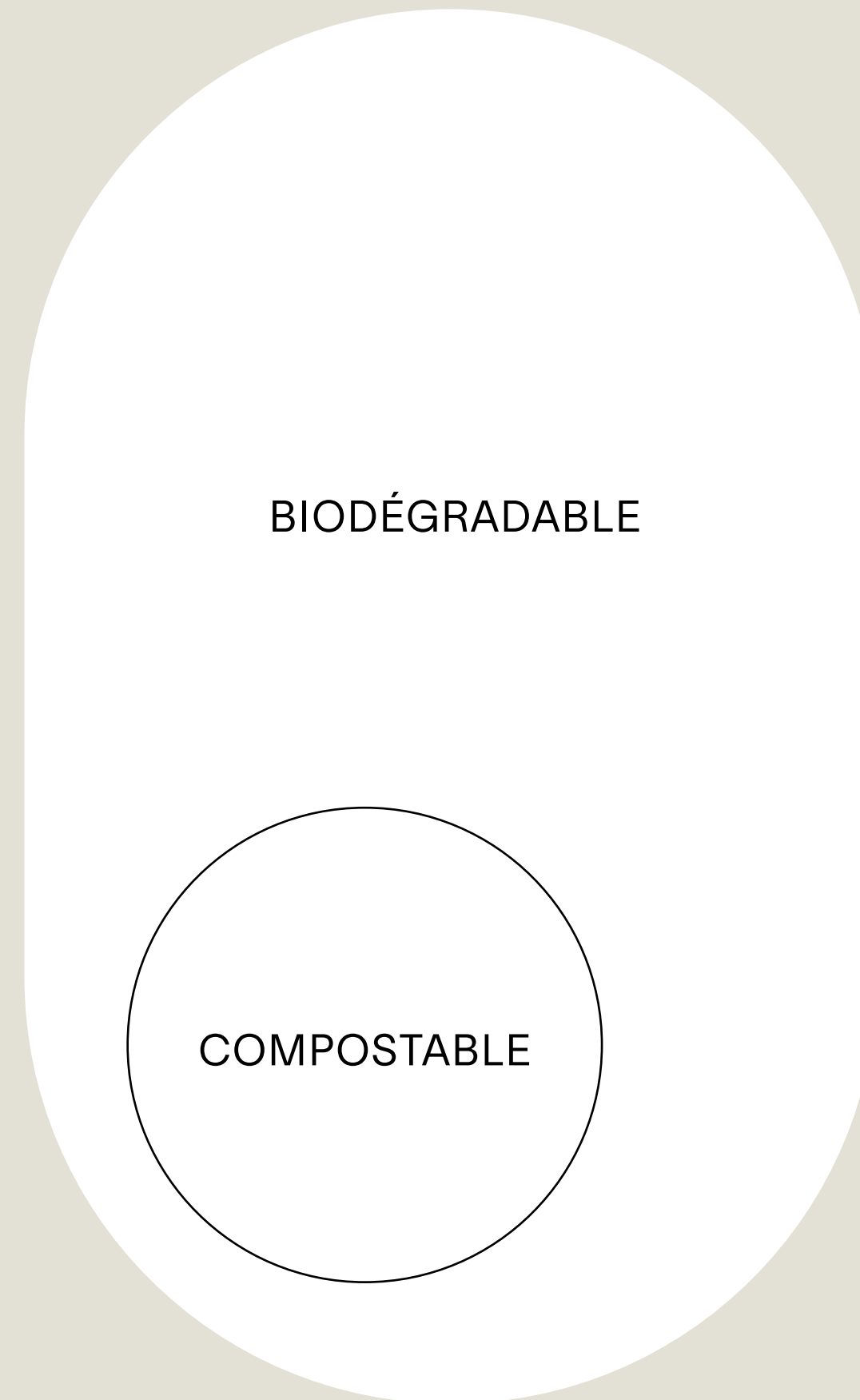
DÉCONSTRUCTION DES MYTHES

06 PENSER SON EMBALLAGE AU-DELÀ DE LA RECYCLABILITÉ.

Lorsqu'on conçoit un emballage, réfléchir à sa recyclabilité est essentiel, mais il ne faut pas focaliser que sur cette étape de son cycle de vie. Il faut penser l'emballage en réfléchissant à son cycle de vie complet, parce qu'avant de le mettre au bac, il aura fait beaucoup de chemin.

Néanmoins, miser sur la recyclabilité, c'est emboîter le pas vers une simplification de l'emballage. Comme l'adage le dit : « *Garbage in... Garbage out...* ».

Les choix de conception que l'on fait auront une influence sur la recyclabilité d'un emballage. Cela concerne les matériaux, la pigmentation, les dimensions, les barrières et les revêtements, les additifs et les étiquettes, mais aussi leurs adhésifs et leurs encres.



07 L'EMBALLAGE COMPOSTABLE N'EST PAS UNE SOLUTION MIRACLE.

Les affirmations « biodégradable » ou « compostable » que l'on voit sur certains emballages peuvent porter à confusion et même tomber dans une forme d'écoblanchiment.

Voici pourquoi :

- 01** Il peut s'agir d'une autodéclaration environnementale apposée par l'entreprise sans qu'elle ne soit vérifiée par un tiers indépendant. Ainsi, il est possible de douter de la réelle biodégradabilité et compostabilité de l'emballage identifié comme tel. Rien n'oblige une entreprise à apposer cette déclaration sur son emballage.
- 02** Il peut s'agir d'une affirmation appuyée par un programme de certification qui ne reflète souvent pas la réalité sur le terrain. La certification repose sur des analyses réalisées en laboratoire, dans des conditions spécifiques, contrôlées et idéales.

Contrairement au recyclage, la mission de la filière du compostage et de la biométhanisation (un procédé de traitement biologique des matières organiques résiduelles par fermentation en absence d'oxygène) est de produire un compost de qualité à partir de matières organiques et putrescibles et non de gérer des emballages de plastiques.

À retenir : Les plastiques compostables sont biodégradables, mais les plastiques biodégradables ne sont pas tous compostables.

Le terme « biodégradable » est de plus en plus contesté ici et ailleurs dans le monde. Plusieurs soulèvent des enjeux liés à l'utilisation du terme, et certains vont même jusqu'à l'interdire.

La ressemblance entre les plastiques recyclables et ceux identifiés comme compostables confond le citoyen et entraîne des problèmes de contamination, tant dans le système de recyclage que de compostage, ce qui est un problème en soi.

L'emballage compostable ne permet ni de sortir de l'usage unique, ni de réutiliser le matériau dont il est constitué. C'est donc un pensez-y-bien!

Pour en savoir plus sur le sujet, consultez le [rapport de Éco Entreprises Québec](#).

DÉCONSTRUCTION DES MYTHES

DANS UN MONDE IDÉAL, L'EMBALLAGE:

est pertinent et communicatif, il donne toutes les informations obligatoires, nécessaires et utiles, ainsi que les instructions de tri simples et efficaces.

est fait d'un seul matériau recyclé et nécessite un minimum d'étapes de fabrication.

ne contient aucune substance toxique nocive pour l'environnement et la santé et conserve parfaitement le produit jusqu'à ce qu'il se rende au consommateur.

est produit localement et est facilement recyclable.

est intuitif pour l'utilisateur, facile et sécuritaire à manipuler, il peut avoir un deuxième usage et sa fin de vie utile

(parce qu'il y a toujours une fin à tout!)

doit être réfléchi.

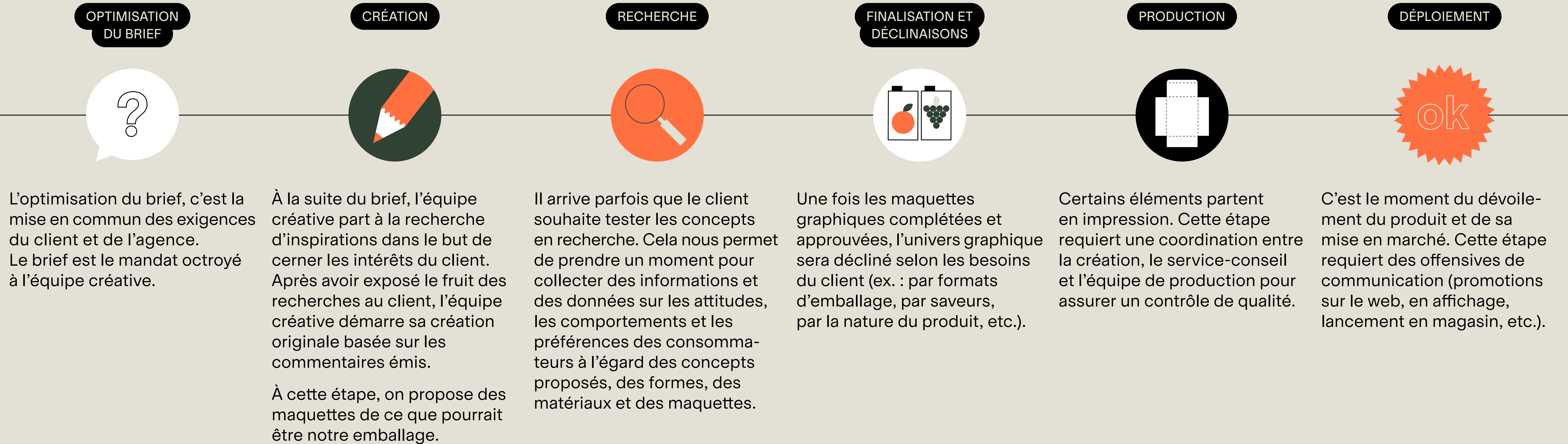
08 L'EMBALLAGE IDÉAL ET UNIVERSEL N'EXISTE PAS!

L'emballage doit être adapté, répondre à des normes, des réglementations, des spécificités, et bien plus. Il est souvent l'aboutissement d'une jonglerie avec plusieurs critères et compromis. Dans ce cas, il faut se donner le temps de prendre le temps. Écoconcevoir exige de la patience, de nouvelles façons d'explorer l'univers des possibles, d'accepter de mettre de côté des idées originales, mais pas super environnementales ou pertinentes, du doigté, de la cohérence, et aussi une dose d'humilité.

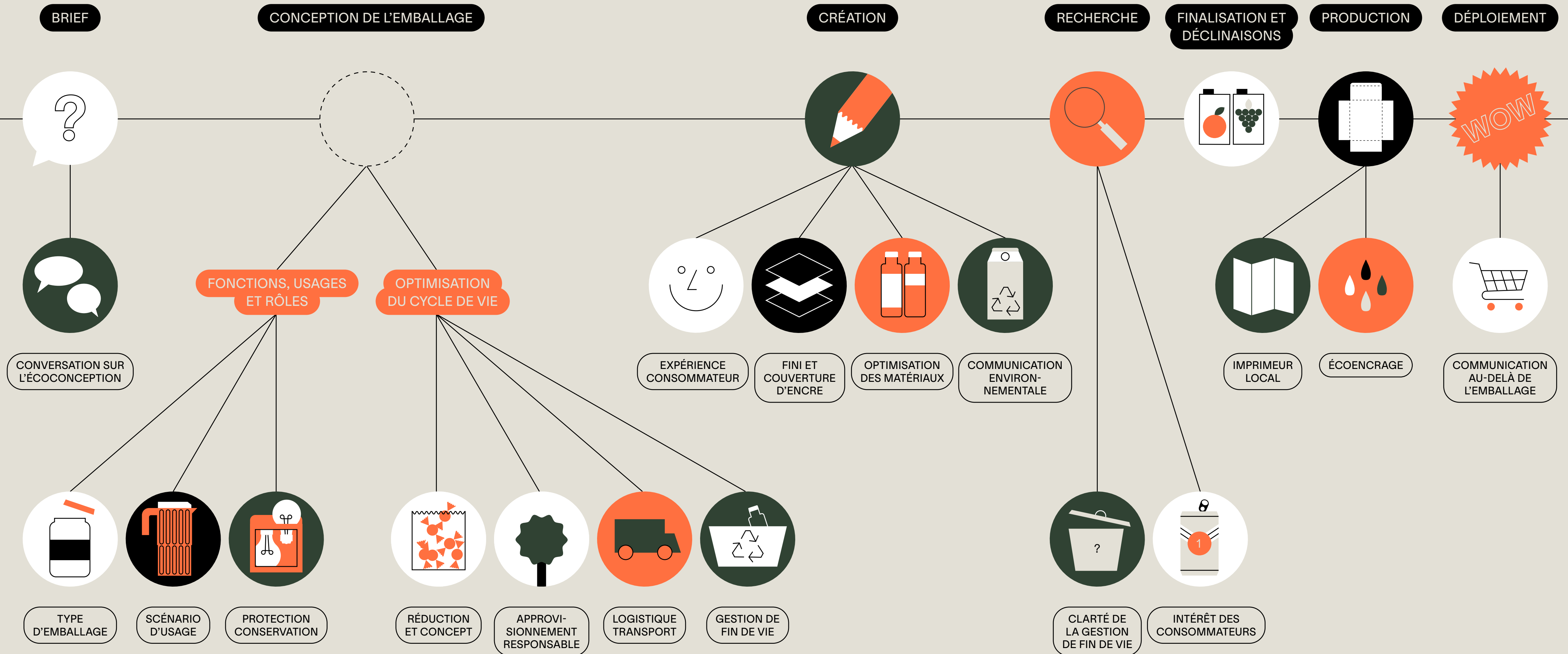
OPTIMISATION DU PROCESSUS

Dans un monde idéal, des changements seraient appliqués dès la première étape du processus de création d'une pièce imprimée ou d'un emballage. La réalité ne nous permet pas toujours d'y arriver. Peu importe à quelle étape du processus vous êtes impliqués, il est possible d'améliorer la conception du produit afin qu'il soit plus écoresponsable. Qu'elle soit petite ou grande, chaque modification est bénéfique.

PROCESSUS ACTUEL



PROCESSUS OPTIMISÉ



PROCESSUS OPTIMISÉ

01 BRIEF COMMENT OUVRIR LA CONVERSATION SUR L'ÉCOCONCEPTION?

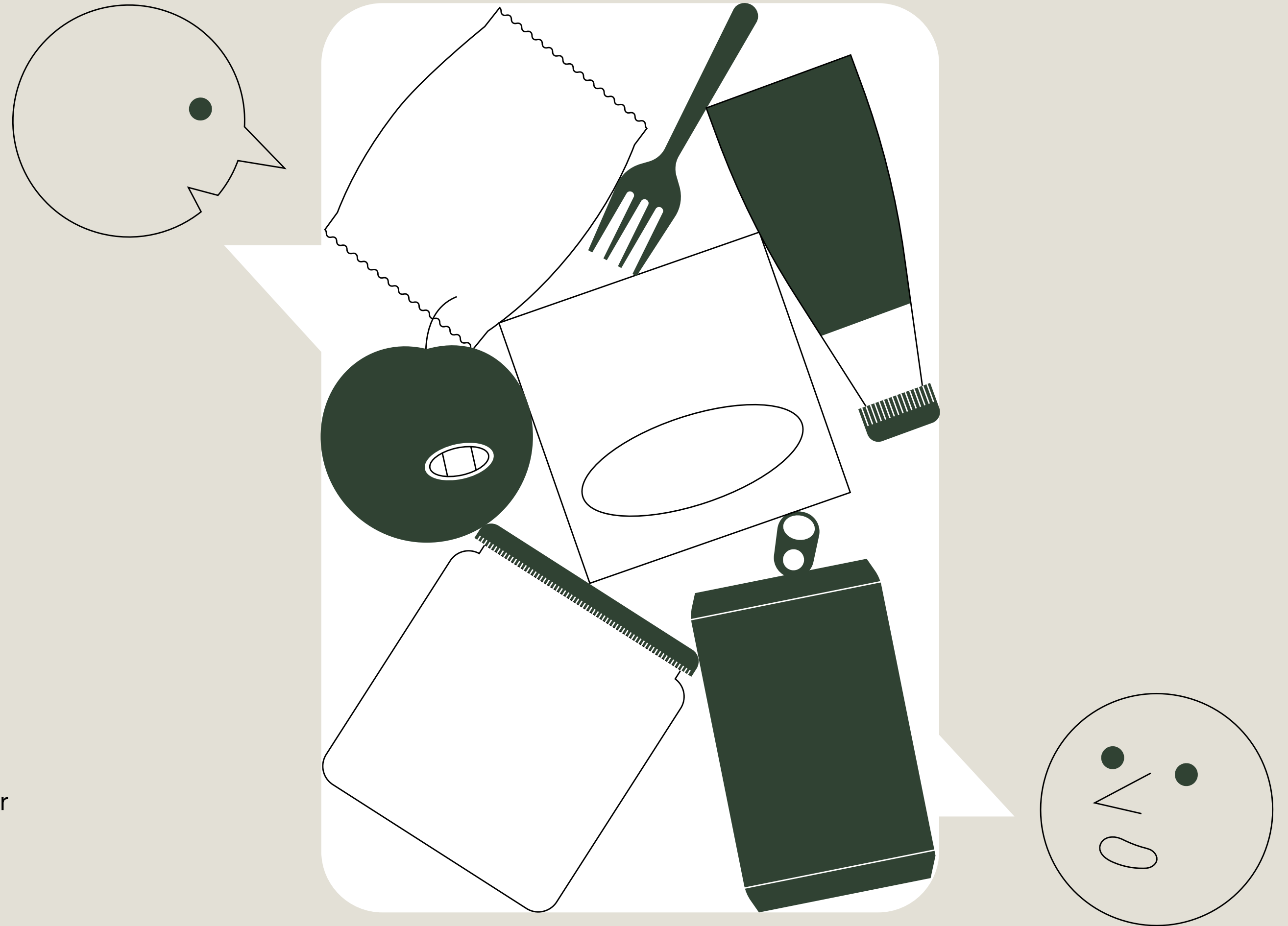


Votre client souhaitera connaître les bénéfices de l'écoconception et les avantages pour lui de passer à l'action. Ça tombe bien, parce qu'il y en a plusieurs, tant d'ordre économique, tel que la réduction de coûts en approvisionnement, en impression ou en transport que réglementaires, tels que les bannissements de matériaux et la responsabilité élargie du producteur. Grâce à l'écoconception et à sa valeur générée, votre client pourra mieux se positionner face aux consommateurs.

De plus, dès les premières conversations, vous pouvez déjà sonder votre client sur ses besoins en abordant les différents aspects décrits en détail dans les pages suivantes, tels que le cycle de vie de l'emballage, ses fonctions, ses usages et ses rôles.

À l'étape du brief, vous pouvez départager les idées créatives selon celles qui sont jugées essentielles et celles qui seraient souhaitables, mais non nécessaires.

C'est en intégrant l'écoconception à l'étape du brief que les agences pourront se démarquer en tant qu'acteur influent et mettre leur créativité à contribution pour bâtir un avenir plus sain et guider le changement sociétal nécessaire.



PROCESSUS OPTIMISÉ

02 CONCEPTION DE L'EMBALLAGE FONCTIONS, USAGES ET RÔLES

AVEZ-VOUS PENSÉ AUX FONCTIONS ET AUX RÔLES DE VOTRE EMBALLAGE?



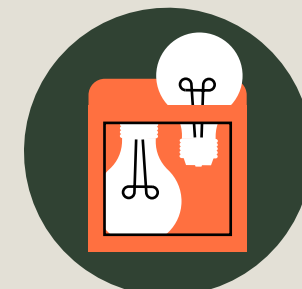
RÉFLÉCHISSEZ AU TYPE D'EMBALLAGE À PRIVILÉGIER SELON LE CONTEXTE DE MISE EN MARCHÉ

- Posez-vous la question : visez-vous l'usage unique, la courte vie, la réutilisation ou bien le vrac?
- Évitez de choisir un emballage compostable à usage unique lorsqu'une alternative réutilisable ou recyclable existe.



IMAGINEZ LE SCÉNARIO D'USAGE DE L'EMBALLAGE

- Avez-vous pensé à vos personas? Qui l'utilisera? Comment?
- Pensez à l'ouverture de votre emballage tout comme la préhension et la manipulation.



CONSIDÉREZ LA PROTECTION ET LA CONSERVATION DE VOTRE PRODUIT

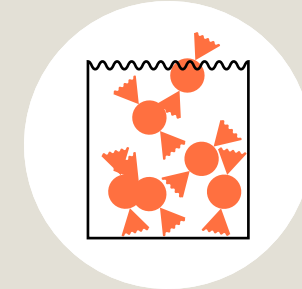
- L'emballage agit comme barrière contre l'humidité, la lumière, les gaz, les germes et les bactéries. Il réduit les risques de bris, de vol et d'altération du produit.
- Si le produit emballé est altéré ou brisé par manque de protection, on parle de sous-emballage. Si au contraire, l'emballage est la conséquence d'une surévaluation des besoins de protection du produit ou qu'il est utilisé uniquement pour augmenter la visibilité ou l'attrait du produit, sans contribuer à la fonction de protection ou de conditionnement, on parle de suremballage. Il faut utiliser une juste quantité de matériau pour répondre aux besoins du produit emballé.

PROCESSUS OPTIMISÉ

02 CONCEPTION DE L'EMBALLAGE OPTIMISATION DU CYCLE DE VIE

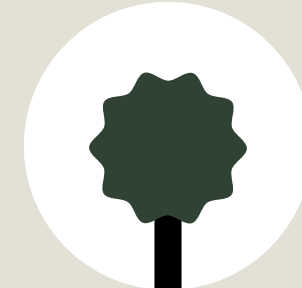
QUELLES ACTIONS POUVEZ-VOUS POSER POUR OPTIMISER LE CYCLE DE VIE DE L'EMBALLAGE ?

L'étape de la conception de l'emballage est, pour le moment, une étape qui est souvent réalisée par le client. C'est-à-dire que le designer de l'agence de création est souvent briefé une fois que le contenant, le type de matériau, la forme, le gabarit, les méthodes et lieux d'impression ainsi que les couleurs sont déjà définis par le client. Nous proposons alors d'analyser les opportunités d'écoconception en lien avec le choix des matériaux, des formes et des formats. En ajoutant cette étape à la suite du brief plutôt qu'en amont, on maximise les chances d'obtenir un résultat pour lequel l'écoconception rime avec impact sur le marché.



RÉDUISEZ ET REPENSEZ L'EMBALLAGE DÈS L'IDÉATION

- Trouvez l'équilibre entre le sous-emballage et le suremballage
- Allégez la masse ou le volume
- Limitez les vides techniques inutiles
- Réduisez ou éliminez les composants d'emballages accessoires
- Concevez en tenant compte du système d'emballage (primaire, secondaire et tertiaire)
- Réduisez la taille des étiquettes



VOYEZ À L'APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE

- Intégrez du contenu recyclé
- Optez pour des matériaux ayant des certifications fiables (vérifiées par un tiers indépendant) et transparentes
- Évitez les substances toxiques ou dangereuses (ex. : SPFA, BPA)
- Réduisez vos distances d'approvisionnement et privilégiez des fournisseurs ou manufacturiers situés au Québec

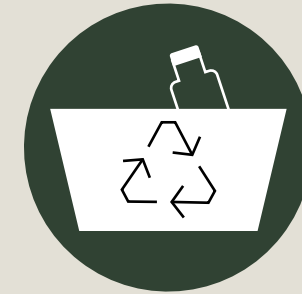
PROCESSUS OPTIMISÉ

02 CONCEPTION DE L'EMBALLAGE OPTIMISATION DU CYCLE DE VIE

QUELLES ACTIONS POUVEZ-VOUS POSER POUR OPTIMISER LE CYCLE DE VIE DE L'EMBALLAGE?

**REPENSEZ LA LOGISTIQUE ET LE TRANSPORT DE L'EMBALLAGE EN OPTIMISANT :**

- Le nombre d'emballages primaires dans les emballages secondaires
- La taille et les matériaux des emballages secondaires
- La palettisation
- Et en allégeant son poids et sa taille

**CONSIDÉREZ LA GESTION DE FIN DE VIE**

- Choisissez des matériaux réellement recyclables et largement acceptés dans la collecte sélective au Québec et qui ont plusieurs débouchés
- Concevez des emballages constitués d'un seul matériau. Si plusieurs composants sont nécessaires, pensez à ce qu'ils soient séparables.
- Utilisez des fibres provenant du bois et évitez les fibres alternatives
- Évitez l'usage du PVC, du PLA et des emballages de plastiques compostables (pour plus d'information, consultez ce rapport)
- Minimisez l'utilisation de colorants, d'encre et de colles
- Réduisez ou évitez l'utilisation de pigments contenant du noir de carbone
- Évitez les couches métallisées ou plastifiées
- Favorisez le PET transparent et évitez le PET opaque ou coloré
- Évitez les composants d'emballages de très petite taille
- Pensez à la réutilisation de l'emballage

PROCESSUS OPTIMISÉ

03 CRÉATION QUELLES ACTIONS POUVEZ-VOUS POSER À TITRE DE DESIGNER?

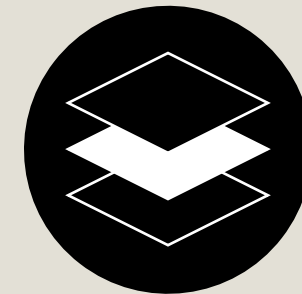


Que l'équipe de création soit impliquée aux décisions liées à la conception de l'emballage ou non, il est toujours possible d'apporter des changements positifs au cours du projet. Chaque action, même si elle semble petite, est importante et peut faire une différence à grande échelle.



RÉFLÉCHISSEZ À L'EXPÉRIENCE CONSOMMATEUR

- Scénarisez l'expérience de consommation du produit, de l'achat à sa fin de vie.
- Concevez l'emballage de façon à minimiser les pertes de produits et le gaspillage lors de l'utilisation (ex. : permettre la vidange du contenu, optimiser la fermeture pour les produits de consommation en portions).
- Simplifiez les manipulations et minimisez les risques pour la santé et l'environnement (blessures, bris et contamination).
- Permettez la réutilisation et le remplissage des emballages selon le contexte.
- Évitez les expériences de *unboxing* qui encouragent le suremballage.



AMÉLIOREZ LES FINIS ET OPTIMISEZ LA COUVERTURE D'ENCRE

Tout comme pour la gestion de fin de vie, l'équipe créative peut faire des choix de matériaux, de format et de finis écoresponsables :

- Diminuez l'utilisation de ressources non renouvelables (encres minérales).
- Minimisez le taux de couverture d'encre et la surface d'impression.
- Optimisez les polices et graisses de caractères.
- N'ayez pas peur du blanc : supprimez l'inutile.
- N'imprimez pas sur les parties découpées ou invisibles aux consommateurs.
- Évitez les estampages métalliques ou plastifiés.
- Évitez les pigments foncés, tel que le noir de carbone, qui nuisent à la recyclabilité des emballages.
- Utilisez des encres non solubles dans l'eau.

PROCESSUS OPTIMISÉ

03 CRÉATION QUELLES ACTIONS POUVEZ-VOUS POSER À TITRE DE DESIGNER?



OPTIMISEZ VOS MATÉRIAUX

- Proposez un matériau intégrant un taux de matière recyclée.
- Optez pour un matériau monomatériau lorsque celui-ci répond aux besoins du produit et est en adéquation avec ses propriétés.
- Utilisez des adhésifs solubles dans l'eau.



DÉVELOPPEZ UNE COMMUNICATION ENVIRONNEMENTALE HONNÊTE, CLAIRE ET JUSTE

- Identifiez clairement le matériau de chaque composant de l'emballage.
- Déclarez la nature des matériaux recyclés et recyclables.
- Indiquez les certifications environnementales des matériaux.
- Apposez des instructions de tri pour chaque composante (pour plus de détails, consultez le [Guide utile pour la communication de l'écoconception d'emballage](#)).

PROCESSUS OPTIMISÉ

04 RECHERCHE COMMENT IMPLIQUER LE CONSOMMATEUR?



Il est possible, et même très courant, d'impliquer le consommateur dans le processus de travail lors de l'étape de recherche. Tester les visuels, l'impact en tablette, le goût, etc., permet d'assurer une bonne acceptabilité du produit par le consommateur.

Inclure les consommateurs à cette étape permettra d'éviter qu'un produit écoconçu rejeté par les consommateurs engendre des pertes matérielles et financières.



TESTEZ LA CLARTÉ DE LA GESTION DE FIN DE VIE

Lorsque le produit ou le contenant arrive en fin de vie, est-ce que le consommateur comprend la façon dont il doit en disposer? Est-ce que les instructions de tri sur l'emballage sont claires?



TESTEZ L'INTÉRÊT DES CONSOMMATEURS

Testez certains points concernant l'écoresponsabilité avec le consommateur. Par exemple, est-il prêt à payer plus cher? Achètera-t-il le produit s'il n'a plus de fenêtre pour voir le contenu? Trouve-t-il que le produit est attrayant même si le matériau utilisé est moins clair à cause de son contenu recyclé?

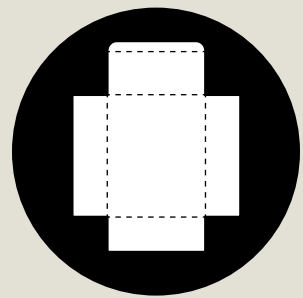
05 FINALISATION ET DÉCLINAISONS



À cette étape-ci, les conseils et les actions de l'étape de création peuvent être appliqués, que ce soit l'expérience consommateur, la communication environnementale, la couverture d'encre et les finis, ou le choix des matériaux.

PROCESSUS OPTIMISÉ

06 PRODUCTION COMMENT MODIFIER SES MÉTHODES DE PRODUCTION HABITUELLES SANS ALTÉRER LE RENDU?



CHOISISSEZ BIEN VOTRE IMPRIMEUR

Optez pour un imprimeur local (régions, provinces ou pays limitrophes) qui est en mesure de démontrer ses connaissances, son leadership et sa performance en matière de gestion de son empreinte environnementale.

Pour plus d'informations sur le type de questions à valider, visitez [cette section](#) du portail de Éco Entreprises Québec.



INTÉGREZ LES PRINCIPES D'ÉCOCONCEPTION

Complétez votre démarche d'intégration des principes d'écoconception :

- Privilégiez l'écoencrage pour réduire le taux de couverture d'encre, les visuels et les polices de caractères, mais supprimez aussi l'inutile. Pour plus de détails, consultez le guide de [Citeo](#).
- Choisissez des encres végétales, non toxiques et évitez les finis métallisés.
- Optez pour des adhésifs non toxiques et solubles dans l'eau.
- Minimisez le taux de couverture (taille) et l'épaisseur des étiquettes.

PROCESSUS OPTIMISÉ

07 DÉPLOIEMENT COMMENT INTÉGRER L'ÉCOCONCEPTION À LA STRATÉGIE DE DÉPLOIEMENT ET À LA CRÉATION DU MATÉRIEL PROMOTIONNEL ?



Vous pouvez peaufiner vos efforts en écoconception au-delà de l'emballage en appliquant les conseils précédents au matériel promotionnel. Vous pouvez penser l'ensemble de votre matériel promotionnel sous la loupe de la réduction, de réutilisation, de recyclabilité et de durabilité.

lg2

4051, RUE MOLSON
BUREAU 100
MONTRÉAL (QC) H1Y 3L1
+1 514 281-8901

Éco
Entreprises
Québec

1600, BOUL. RENÉ-LÉVESQUE OUEST
BUREAU 600
MONTRÉAL (QC) H3H 1P9
+1 514 987-1491