

## Qu'est-ce que le projet de *Code volontaire* ?

Le *Code volontaire pour l'optimisation des contenants, emballages et imprimés* (CEI) est une démarche proactive ayant comme objectif d'encourager les entreprises à adopter de bonnes pratiques de conception de produits emballés et d'imprimés, et ce, en regard de leur cycle de vie. Première initiative volontaire de l'industrie, à l'échelle du Canada, dans un cadre de la responsabilité élargie des producteurs (REP), le *Code volontaire* propose une démarche pour stimuler l'innovation, répertorier et promouvoir les meilleures pratiques.

## Objectifs généraux

- Aider les entreprises à mieux comprendre et gérer les impacts environnementaux de leurs emballages et imprimés
- Fournir une approche cadre pour accroître la cohésion entre les diverses initiatives en optimisation d'emballages
- Outiller les entreprises dans la conception de produits emballés et d'imprimés
- Créer un répertoire d'informations sur les démarches d'optimisation d'emballages et diffuser les bonnes pratiques des entreprises
- Promouvoir et faire connaître les entreprises signataires

---

## Optimiser plutôt que réduire

Contrairement à la réduction d'un emballage qui sous-entend une réduction de la masse, l'optimisation est une démarche d'amélioration globale basée sur le concept de pensée cycle de vie : la prise en compte des relations entre les sphères environnementale, sociale et économique propres à un produit emballé du « berceau au tombeau ». Par optimisation, on entend toute action ou modification de l'emballage ou du produit faisant partie des champs d'intervention définis par le *Code volontaire*.

## Concepts clés pour l'optimisation

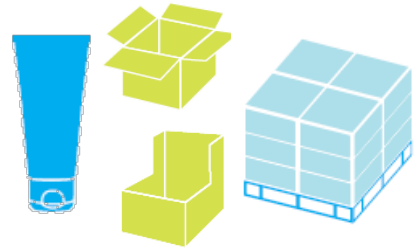
Ainsi, la démarche proposée prend non seulement en compte le système complet d'emballages (primaire, secondaire et tertiaire), mais aussi le cycle de vie du produit (couple emballage + produit). Ces principes permettent de s'assurer que, pour des fonctions essentielles identiques, la masse ou le volume du système d'emballages est optimal et n'affecte pas l'acceptabilité par le consommateur ou l'utilisateur final. La réussite des actions en optimisation d'emballages passe inévitablement par une démarche qui englobe les fabricants d'emballages, les conditionneurs, les distributeurs, ainsi que les consommateurs (parties prenantes).

## Couple emballage + produit

L'emballage existe parce qu'il répond à des exigences fonctionnelles découlant du produit qu'il contient. Le consommateur n'achète pas des emballages, mais des produits emballés. Avant d'être obsolète, une fois le produit consommé, l'emballage est une partie essentielle du produit emballé et doit être conçu selon les besoins du produit qu'il contient.

### Système d'emballages

L'emballage primaire ne représente que la partie visible du système d'emballages. L'emballage secondaire et l'emballage de transport font partie d'une démarche globale d'optimisation. Tout comme le couple *emballage + produit*, la modification de l'emballage primaire, secondaire ou tertiaire peut avoir des répercussions sur les autres composants du système d'emballages.



### Valeur d'usage identique du produit emballé

L'acceptabilité du produit emballé par le consommateur est une condition essentielle au succès commercial d'un produit. La modification d'un emballage, d'un composant d'emballage ou du produit (conditionnement, formulation) ne doit pas altérer la performance du produit emballé une fois chez le consommateur. L'acceptabilité constitue donc un critère de performance permettant de cerner les points critiques au-delà desquels une modification de l'emballage peut l'affecter.

---

## Démarche progressive

En tenant compte du niveau de maturité des entreprises en développement durable et en optimisation d'emballages, le *Code volontaire* propose une démarche progressive. La phase 1 s'étendra sur une période de quatre ans. Chacun des trois volets ciblera différents secteurs d'activités pour en arriver à engager, d'ici 2015, l'ensemble des secteurs dans une démarche d'optimisation de produits emballés et d'imprimés. Les deux premiers volets de cette phase se concentrent principalement sur l'emballage alors que le troisième volet traitera des imprimés.

### Horizon du projet

Phase 1 Premier volet 2011	Phase 1 Deuxième volet 2012	Phase 1 Troisième volet 2013	Phase 2 2014 - 2015
<i>Manufacturier - détaillants</i> Alimentaire Santé et beauté	Restauration rapide <i>Manufacturier - détaillants</i> Équipements électroniques et électriques Grandes surfaces Vêtements Jouets	<i>Général et Services</i> Institutions bancaires, Assurances, Immobilier, etc. <i>Manufacturier - détaillants</i> Biens durables Fournitures de bureau Pharmaceutique Médicaments	Modulation du tarif ÉEQ

---

## Champs d'intervention

Conformément aux principes fondateurs du concept de responsabilité élargie des producteurs (REP), il est proposé aux entreprises d'adopter une démarche fondée sur les trois champs d'intervention suivants :

### 1. Réduire à la source : Emballer moins et mieux

Réduire à la source la production d'emballages et de déchets d'emballages en éliminant le suremballage

## 2. Écoconception : penser global, agir local

Promouvoir l'écoconception comme l'approche de conception qui prend en compte les impacts environnementaux, sociaux et économiques durant tout le cycle de vie des produits emballés et des imprimés

## 3. Recyclabilité : plus de valeur, moins de déchets

Accroître la recyclabilité des emballages et des imprimés en vue de l'atteinte des objectifs publics de recyclage et de gestion des matières résiduelles

Ces champs d'intervention s'alignent autant sur les objectifs en matière de REP du *Plan d'action* du Conseil canadien des ministres de l'environnement (CCME) en termes d'écoconception, que sur les stratégies du Plan d'action 2011-2015 de la *Politique québécoise de gestion des matières résiduelles* en termes de réduction à la source et de recyclabilité des emballages. Il répond également aux demandes des consommateurs au plan de la performance environnementale des produits emballés. À partir de ces champs d'intervention, un éventail de sept stratégies pour la mise en place d'une démarche d'optimisation selon les objectifs de l'entreprise est proposé.

## Stratégies

### 1. Penser cycle de vie

Assurez-vous une réduction globale de l'empreinte des produits emballés? → Approche systémique

### 2. Adopter des critères d'approvisionnement responsable

Avez-vous une politique d'approvisionnement responsable? → Matières premières

### 3. Améliorer le ratio emballage/produit

Un changement dans la conception de l'emballage peut-il entraîner une réduction de la masse ou du volume? → Conditionnement de l'emballage + produit

### 4. Concevoir pour le transport

Une modification de l'emballage peut-elle conduire à une amélioration du système de distribution ou des modes de transport? → Entreposage, distribution, marchés

### 5. Améliorer le scénario d'usage

Une modification de l'emballage permet-elle d'améliorer l'expérience du consommateur tout en préservant les fonctions essentielles du produit emballé (critères de performance)? → Consommateur/utilisateur final

### 6. Améliorer la recyclabilité

L'emballage est-il présentement compatible avec la filière de collecte sélective et de recyclage? → Gestion de fin de vie

### 7. Communiquer

Quels sont les facteurs de succès d'une bonne communication environnementale? → À l'interne et à l'externe



Pour chaque stratégie, une série d'actions est présentée sous forme de listes de contrôle (*checklist*). Elles permettent de démontrer quelles étapes du cycle de vie peuvent être influencées (positivement ou négativement) par l'application de ces actions. Ces listes d'actions dressent un portrait général des stratégies pouvant être appliquées; il est toutefois possible pour une entreprise de les bonifier en y ajoutant ses propres actions. Pour évaluer et mesurer la portée des résultats et des bénéfices d'une démarche pour l'optimisation d'emballages, des indicateurs de performance sont établis pour chaque stratégie.

---

## Bénéfices pour les signataires

Les entreprises signataires du *Code volontaire* retireront bien plus que des bénéfices économiques en mettant en œuvre les stratégies proposées. C'est une occasion, pour elles, de signifier publiquement leur engagement dans une démarche d'amélioration continue en matière de conception de produits emballés.

- Stimuler l'innovation et la créativité en adoptant un processus d'amélioration continue basé sur le concept de la pensée cycle de vie (démarche systémique)
- Faire connaître votre engagement en termes de responsabilité sociale et environnementale et être à l'avant-garde des tendances et des exigences du marché et des consommateurs
- Réduire les coûts → Approvisionnement, pertes et inefficacités
- Différencier ses produits → Positionnement stratégique
- Appuyer les objectifs corporatifs → Politique interne de développement durable
- Répondre aux attentes des clients → Partenaires d'affaires et consommateurs
- Améliorer la performance de la chaîne d'approvisionnement et de logistique → Collaboration multipartite

## Engagements des entreprises signataires - Je signe donc je m'engage!

1. Adopter les stratégies qui s'inscrivent dans les trois champs d'intervention du *Code volontaire* pour initier des changements réels dans les pratiques des entreprises
2. Promouvoir la démarche du *Code volontaire* au sein des équipes internes (employés), de la chaîne d'approvisionnement de l'emballage (partenaires d'affaires) qu'auprès de la société civile (consommateurs)
3. Informer et éduquer le consommateur sur les retombées des démarches pour l'optimisation d'emballages et sur son rôle d'acheteur et de citoyen quant à la collecte sélective et au recyclage des matières
4. Produire et déposer annuellement la *Fiche synthèse* présentant le bilan des démarches d'optimisation d'emballages afin que ÉEQ puisse suivre et évaluer l'avancement des démarches entreprises

### Rapport de déclaration des données et des renseignements

ÉEQ s'engage à limiter l'accès aux renseignements et aux données confidentiels fournis par l'entreprise signataire aux employés de ÉEQ impliqués dans le projet du *Code volontaire* et à ne pas divulguer les renseignements et données confidentiels à quelque tierce partie à moins d'avoir obtenu, au préalable, le consentement écrit de l'entreprise.

Ce premier volet de la phase 1 du *Code* marque le début d'une démarche volontaire et proactive des entreprises qui mettent sur le marché québécois des contenants, emballages et imprimés. Cette initiative de responsabilisation se déploiera sur un horizon de quatre ans et entraînera une amélioration significative des pratiques de l'industrie.