

# Moins de plastique dans les emballages des supermarchés

■ TEXTE: ERIK KRUISSELBRINK - PHOTOGRAPHIE: AH, CARREFOUR, DELHAIZE ■

**Albert Heijn, en collaboration avec Avantium, travaille à la construction d'une nouvelle usine de PEF à Delfzijl, dans le nord des Pays-Bas. Le polyfuranoate d'éthylène (PEF) d'origine végétale qui y sera fabriqué remplacera le PET pour différentes formes d'emballages. Dans un premier temps, Refresco s'en servira pour fabriquer une nouvelle bouteille de jus de fruits pour AH. Albert Heijn devient ainsi la première chaîne de supermarchés au monde à utiliser des emballages en PEF pour ses produits de marque propre.**

Le PEF d'Avantium est un polymère végétal entièrement recyclable, obtenu notamment à partir de sucres de plantes agricoles comme des céréales. Comme il s'agit d'un sous-produit, la production du PEF n'entre pas en compétition avec une production vivrière utili-

Une montée en puissance sera ensuite opérée avec des usines de 100 000 tonnes et plus pour la production de FDCA et de PEF dans le cadre de licences technologiques. Les bouteilles en PEF pourront être distinguées de celles en PET au moment du tri pour le recyclage grâce à leur étiquette.



Marit van Egmond (CEO d'Albert Heijn) et Tom van Aken (CEO d'Avantium).

## EMBALLAGES DE FROMAGE DELHAIZE

Delhaize utilise 86 tonnes de plastique en moins par an pour ses emballages de fromage. Soit une diminution de 58% par rapport aux anciens conditionnements. Trois assortiments de fromages de marque Delhaize sont concernés: l'Oudendijk, les tranches de spécialités en frais emballé et le Gouda belge à partir de juin. «Cette métamorphose concerne 21 références de fromages de marque Delhaize. La réduction de plastique variera de -37% à -64%, par rapport à nos emballages actuels. Par exemple, notre gouda jeune Delhaize en tranches 330 g fera l'objet, dès le mois de juin, d'une réduction impressionnante équivalant à 20 tonnes de plastique», explique Camille Broquet, acheteuse fromages chez Delhaize.

sant l'amidon. La technologie Ray convertit les sucres industriels en MEG (monoéthylène glycol) végétal par catalyse. Les sucres peuvent aussi provenir de betteraves sucrières. Le PEF permet de fabriquer non seulement des bouteilles, mais aussi des films et du textile, assure AH. «Outre ses avantages pour la production d'emballages écoresponsables, le PEF présente des propriétés barrières supérieures, qui prolongent la durée de conservation des boissons et des aliments.» Avantium construit à Delfzijl la première usine commerciale d'une capacité de 5 000 tonnes d'acide furane dicarboxylique (FDCA), le précurseur du PEF, dont la production commerciale devrait commencer au second semestre 2024.

## DÉFIS

Pour opérer cette transition, Delhaize a été confronté à plusieurs défis. Tout d'abord, il a fallu trouver sur le marché des emballages permettant une réduction de plastique significative sans compromettre la durée de conservation du fromage, un aspect crucial pour limiter au maximum le gaspillage alimentaire. De plus, les fournisseurs ont dû investir dans des lignes de production adaptées à ces nouveaux emballages, ce qui nécessitait des technologies spécifiques. «La saveur du fromage ne sera pas affectée. La véritable prouesse tient à l'effort fourni pour réduire le gaspillage alimentaire. Comment? Nous avons allongé la durée de conservation de 16 ré-



Les nouveaux emballages de fromage en PE monomatériau de Delhaize.

férences, soit trois quarts de l'assortiment. Et pour certaines, elle a même été doublée», poursuit Camille Broquet. Tous nos emballages peuvent être refermés par une languette autocollante après ouverture. C'est la manière la plus efficace de prévenir le gaspillage de nourriture en employant le moins possible de matériau d'emballage.»

En plus de réduire l'utilisation de plastique en abandonnant le plastique dur (thermoformé) pour un emballage plus souple et fin, Delhaize fait évoluer l'emballage du fromage vers une version monomatériau, en l'occurrence du PE. De quoi permettre un tri plus efficace et un recyclage intégral de l'emballage. Delhaize fait en outre part de son intention de basculer d'autres produits ou gammes de produits que le fromage vers un emballage plus respectueux de l'environnement. Le détaillant indique par ailleurs avoir déjà économisé plus de 3 251 tonnes de plastique depuis le démarrage de son initiative Lion's Footprint en 2019.

### HACHÉ EN SACHETS

L'enseigne Carrefour Belgique utilise 6 tonnes de plastique en moins par an pour emballer son haché depuis qu'elle a remplacé les barquettes avec opercule et feuillet séparateur par des sachets. Les produits concernés sont les hachés porc et veau en 250 et 500 g, et porc et bœuf en 250 et 500 g. Ces produits sont désormais conditionnés sous film PP 60µ avec effet antibuée. Et ils sont parfaitement recyclables, précise le détaillant. Le changement de matériau d'emballage a également nécessité une adaptation du mélange gazeux protecteur, précise Carrefour. «Il s'agit de viande fraîche (du jour). Un mélange gazeux adapté est donc crucial pour pouvoir garantir la qualité de la viande et en préserver la fraîcheur jusqu'à la date de péremption. Grâce à une combinaison d'un emballage approprié et d'un processus de production adapté, la durée de conservation est même un peu plus longue qu'avec le MAP classique. D'où moins de risque de déchets et de déchirures aussi bien en magasin que chez le client.»

En plus de réduire l'empreinte plastique, le nouvel emballage, appelé Fresh Pack, assure aussi une meilleure conservation. Il prend aussi moins de place au frigo, dans le surgélateur et dans le sac poubelle. Le nouvel emballage est disponible en magasin depuis

le 8 avril. Si les résultats sont satisfaisants, Carrefour l'utilisera pour d'autres produits. Des tests sont en cours avec d'autres produits de viande.



Quatre références de viande hachée sont désormais emballées sous sachet plastique plutôt qu'en barquette.

Ce «Fresh Pack» s'inscrit dans le programme «Act for Food», qui place la transition alimentaire au cœur des engagements de Carrefour. Le processus de développement a pris environ un an. «En plus des efforts consentis pour trouver l'application technique appropriée (machine/film), il était aussi crucial d'obtenir un emballage qui plaise au consommateur», poursuit Carrefour. «Plusieurs tests sur le point de vente ont été organisés. Partant de là, l'emballage a été affiné et adapté. Le déploiement complet n'est venu qu'ensuite.» ■