

Des géants encore loin du compte

Une étude de Greenpeace montre que les grands distributeurs peinent à sortir de la culture du jetable.

jeudi 7 novembre 2019 [Thierry Jacolet](#)



Le plastique se royale chez les grands distributeurs suisses. Il trône sur tous les rayons, habillant les fruits et légumes, les produits cosmétiques ou les produits ménagers. Pour Greenpeace Suisse et une partie des consommateurs, cette matière a fait son temps. Tout comme les autres emballages à usage unique (cartons, alu, verre...).

«Nous n’observons aucune volonté de la part des grands distributeurs de renoncer au jetable», déplore Mathias Schlegel, porte-parole de l’ONG qui a publié une étude mercredi. «Ils n’ont toujours pas pris conscience du problème en regard des enjeux environnementaux du moment.» Il faut dire que les emballages issus de la pétrochimie aggravent la crise climatique durant tout leur cycle de vie. Quant au carton et au papier, leur fabrication pèse sur les forêts et est très gourmande en eau.

Bouteilles à consigner

«Les consommateurs sont prêts à sortir de la culture du jetable, au contraire des grands distributeurs», déplore Mathias Schlegel, sondage à l’appui: près de 95% des 1077 personnes interrogées fin septembre en Suisse seraient disposées à acheter des produits dans des contenants réutilisables. «Les entreprises ont les moyens d’investir pour proposer des solutions autres que des objets et des emballages à usage unique», assure le porte-parole. A l’image d’alternatives qui ont fait leur preuve par le passé, comme les bouteilles consignées et la vente en vrac en plein boom.

Migros, Coop, Volg, Aldi et Lidl: les grandes enseignes passées sous le scanner de Greenpeace assurent pourtant s'engager dans la voie du réutilisable, même si leurs mesures sont annoncées au compte-gouttes. «Migros étudie en permanence comment économiser les matériaux d'emballage et optimiser les conditionnements existants d'un point de vue écologique», assure le porte-parole Patrick Stöpfer.

Comme l'autre géant orange Coop, le détaillant propose plusieurs solutions réutilisables: sachets pour les fruits et légumes, boîtes dans les restaurants et take-away, sans oublier la vente à la coupe du fromage et de la viande pour les clients munis de leurs propres récipients. Aucune des cinq entreprises interrogées ne vend des produits dans des bocaux consignés ou dans des contenants réutilisables. «C'est insatisfaisant chez tout le monde», résume Mathias Schlegel. «Encore plus chez Lidl et Aldi, qui offrent le moins de systèmes réutilisables.»

Economies avec le vrac

Aldi se défend de rester les bras croisés. «Nous ne vendons que des cabas réutilisables et ne remettons pas de sachets en plastique gratuits à la caisse», soutient Eric Marbach, porte-parole d'Aldi Suisse. C'est même toute la branche qui a cessé d'offrir des sacs plastique à usage unique aux caisses depuis 2018, à la suite de l'accord négocié par la Fédération suisse du commerce de détail (swiss-retail.ch) qui a permis de réduire de 86% la consommation de ces sacs. L'accord sera étendu dès 2020 aux sacs plastique réutilisables et touchera aussi le secteur non alimentaire.

Aldi veut rattraper son retard sur la concurrence avec l'introduction d'un sachet réutilisable pour les fruits et légumes et d'un gobelet réutilisable pour les machines à café. Parmi ses objectifs: diminuer la quantité d'emballages des produits de marque propre de 25% d'ici 2025. Migros s'est donné six ans pour économiser 6000 tonnes de matériel d'emballage, soit 10%. «Nous avons annoncé vouloir doubler la vente en vrac de légumes et fruits bio cette année», relève la porte-parole Patrick Stöpfer, qui ajoute que Migros veut aussi mettre l'accent sur le renouvelable et le PET pour l'emballage de certains aliments.

Potentiel de la logistique

Coop n'est pas en reste. «Depuis 2012, nous avons réduit ou optimisé écologiquement plus de 19'000 tonnes de matériaux d'emballage», relève le porte-parole Andrea Bergmann. D'ici 2020, il faudra ajouter 8000 tonnes.

Des objectifs qui ne convainquent pas Greenpeace. «Il faut faire de réels efforts et non prendre des mesures cosmétiques pour récupérer l'attention des consommateurs interpellés par la pollution plastique», observe Mathias Schlegel.

Les grands distributeurs font pourtant des avancées dans l'ombre. «Avec la modification de la forme de la bouteille d'eau Aproz, nous économisons 90 tonnes de PET par an», relève-t-on du côté de Migros. «Et ça, personne ne le remarque...» La logistique est aussi un secteur au fort potentiel. Aldi est passé du système de caisses en plastique jetables à celui des caisses réutilisables pour la livraison des fruits et légumes ainsi que pour les produits de boulangerie.