



STRATÉGIE

WWW : COCA-COLA PREND SES BOUTEILLES EN MAIN

Pendant les deux jours de conférences Intergraf et FTA Europe traitant, à Bruxelles au printemps dernier, de l'avenir de l'emballage, Francisco Nogueira, Packaging Innovation Manager at The Coca-Cola Company, a partagé la stratégie de l'entreprise pour l'avenir de ses emballages. Il a offert une bonne vision d'ensemble et les perspectives de développement du géant des boissons gazeuses. C'est une opportunité assez rare, dont notre correspondante à Bruxelles, Dominique Huret, donne les principaux éléments.



En investissant avec intelligence et courage pour notre planète et dans nos emballages, nous pouvons contribuer à renvoyer le problème global des emballages au passé », a déclaré James Quincey, pdg de The Coca-Cola Company. Ce Britannique basé aux États-Unis est à la tête de l'entreprise depuis 2016. Après plus de 6 ans aux commandes, il donne un nouveau ton et de nouvelles impulsions à la stratégie d'emballage du géant des boissons gazeuses. Baptisée « WWW » pour World Without Waste (ou un Monde sans déchets en français), cette stratégie comporte trois volets, comme l'explique Francisco Nogueira, Coca-Cola R&D EMEA Packaging Innovation Manager.

L'ÉCO-CONCEPTION D'ABORD

« En quelques mots, tous les emballages que nous concevons doivent répondre aux critères d'allègement, de réduction et de réutilisation. Ensuite vient l'impératif de la collecte avec l'objectif de collecter un emballage pour chaque produit vendu. Puis nous tablons sur une collaboration et

un engagement étroit avec nos partenaires. Pour la conception, les objectifs de Coke d'ici 2025 ne sont pas nouveaux : rendre 100 % de ses emballages recyclables au niveau mondial. À titre d'exemple, depuis l'été 2021, toutes les bouteilles PET en Belgique et au Luxembourg sont composées à 100 % de rPET (1), du PET recyclé. Nous nous rapprochons ainsi un peu plus d'un monde sans déchets », explique Francisco Nogueira. De plus, Coke prévoit d'éliminer 3 millions de tonnes de plastiques vierges provenant de sources non renouvelables. Pour 2030, 50 % des emballages seront fabriqués en matériaux recyclés, et 25 % du volume sera proposé en réutilisable.

« Concrètement, pour la conception des emballages, il y a quatre grands axes de travail, dans le projet nommé « la bouteille du futur ». Les deux principaux objectifs sont de réduire l'utilisation du plastique en le remplaçant et en l'allégeant, et d'augmenter le nombre de bouteilles réutilisables. L'un des domaines de travail consiste à améliorer la recyclabilité du PET en remplaçant les bouteilles colorées par des bouteilles en PET transparent, en particulier pour le Sprite et le Fuze Tea. Deuxièmement, et on en parle beaucoup,



Francisco Nogueira,
Coca-Cola R&D EMEA
Packaging Innovation
Manager

l'utilisation accrue de matériaux recyclés et d'origine végétale. Notre objectif est d'atteindre 100 % de PET recyclé et renouvelable. Un autre sujet sur lequel nous déployons beaucoup d'efforts est celui des nouvelles solutions visant à réduire l'emballage dans son ensemble. Les sirops de soda pour l'eau gazeuse, les nouvelles solutions de distribution et les produits rechargeables. Ensuite, comme nous essayons d'encourager l'innovation et nous développons de nombreux prototypes. Par exemple notre AdeZ, notre boisson à base d'amandes et de plantes dans la bouteille Paboco Paper. Mais pour diverses raisons, la production à grande échelle de bouteilles en plastique végétal, en plastique issu des océans et en fibre papier est vraiment très complexe. Elles resteront destinées à des marchés très spécifiques. Nous devons donc nous concentrer sur une grande variété de solutions », indique Francisco Nogueira.

LA COLLECTE RESTE CENTRALE, TOUT COMME LE PARTENARIAT

Le volet « collecte » de la stratégie WWW a des objectifs ambitieux. D'ici 2030, 100 % des bouteilles et canettes produites par Coca Cola doivent être collectées et recyclées, grâce à un système de collecte adapté à chaque marché. Sur ce point précis, aucun chiffre n'a été communiqué. Au niveau des partenariats, l'un des projets clés est la mise en œuvre du système de consigne. Selon Coca-Cola, 13 systèmes de consigne sont aujourd'hui en place en Europe et en Scandinavie. Précurseur, la Finlande a été la première à mettre en place ce système en 1971 et Malte, la Lettonie et la Slovaquie l'ont suivie l'année dernière. La législation est passée mais le système de consigne n'est pas encore en place dans 9 autres régions/pays, dont l'Écosse prévu cette année, 6 autres en 2024 et, pour 2025/2026, 3 autres encore, dont le reste des régions du Royaume-Uni. Neuf autres pays de l'UE dont la France et la Belgique sont en discussion avec une législation primaire publiée mais une mise en œuvre prévue pour 2025/2026. Parmi les partenaires en matière d'innovation, on trouve Sipa, Erema, Ioniq, Cure Polyester Rejuvenation, GrEn. The Ocean Cleanup, River Cleanup, Mares, Zerowaste future sont certains des partenaires pour les déchets marins et les solutions de recyclage. « Lorsque nous parlons de partenariat, nous sommes conscients de notre responsabilité. Nous voulons utiliser notre marque pour atteindre tous nos consommateurs et les sensibiliser au message WWW. Il s'agit d'un message clé et nous voulons que toutes nos marques portent

ce message sur chaque canette et chaque bouteille », ajoute Francisco Nogueira.

PAS TROIS, MAIS ... QUATRE R

Plusieurs exemples de la gamme sont de bonnes illustrations : Valser, eau minérale suisse se présente sans étiquette, la bouteille Coca-Cola en plastique marin composée de plastique de récupération « non recyclable » ou encore la bouteille en 100 % recyclable. Mais les changements les plus radicaux concernent le segment de la réutilisation, comme l'explique M. Nogueira : « Pour de nombreuses raisons, nous avons décidé il y a plusieurs années de limiter nos bouteilles en verre pour passer à des alternatives plus légères. Nous voici de retour au verre, pour les besoins de la réutilisation, mais cette fois dans une géographie limitée. Ainsi, les caisses et casiers reviendront là



Valser, eau minérale suisse se présente sans étiquette



où ils avaient disparu et comprendront du verre mais aussi du PET réutilisable. La législation française interdisant les emballages à usage unique dans la restauration rapide et les bâtiments publics favorise les innovations. En Allemagne déjà, McDo et Burger King développent des systèmes de consigne des emballages réutilisables, avec l'aide des entreprises de la chaîne logistique d'approvisionnement. Notre équipe de R&D travaille dur pour créer des équipements innovants pour servir les consommateurs sur place et à l'extérieur. La restauration rapide est un segment, mais il y aura aussi les hôtels, les bâtiments publics, les foyers, les transports... et de nombreux problèmes restent à résoudre tels qu'hygiène, carbonatation, récipients et transport. Pour arriver à une planète sans problème de déchets, nous devons réaliser une révolution dans nos modes de consommation et nous y travaillons d'arrache-pied », conclut Francisco Nogueira.

Dominique Huret (Cape Decision)



(1) à l'exception du bouchon et de l'étiquette, ainsi que des bouteilles Aquarius 1.5 l, Tropic 1.5 l et Minute Maid 33 cl