



## Tetra Pak France et WWF France, partenaires

«Offrez une seconde vie à la brique. Triez-la». Le slogan de la campagne de sensibilisation de Tetra Pak, cosignée par WWF, incite clairement au geste de tri. Avec cette campagne d'affichage, qui a démarré à Nantes Métropole, la filiale française du groupe helvético-suédois souhaite augmenter de 50% le taux de recyclage des briques alimentaires. «Aujourd'hui, une brique sur trois est recyclée, nous espérons passer à une sur deux d'ici à 2011» indique Yannick Richomme, président de Tetra Pak France. Actuellement, les Français consomment 4 milliards de briques alimentaires par an dont 3,3 milliards produites par Tetra Pak. A ce jour, 39% sont recyclées (1) contre 8% en 2000. Pour augmenter encore ce pourcentage et le porter à 78% de la production, Tetra Pak France a souhaité que le WWF l'accompagne dans sa démarche et qu'il accole le label du Panda. «Avec ce partenariat, déclare Serge Orru, directeur général de WWF France, nous gagnons du temps. Or du temps nous n'en avons pas beaucoup. L'objectif est de ne pas dépasser de 2°C le réchauffement global de la planète, alors que nous sommes à 5° C. L'exemplarité d'une entreprise est importante, c'est pourquoi nous avons accepté de labelliser cette action. Y. Richomme ajoute «nous avons un credo en 3 R qui est de Renouveler, Réduire et Recycler». Concernant le renouvellement, les fournisseurs de carton de Tetra Pak suivent une démarche de gestion durable des forêts avec une information claire sur l'origine des fibres utilisées. Au niveau de la réduction, Tetra Pak s'engage à utiliser un maté-

(1) voir e.bonus/actualité du 21 nov.2008

## La filière «papier, carton, emballage» du Pays de Saint-Omer

La filière «papier, carton, emballage» du Pays de Saint-Omer (encadré ci-contre) avait fait cause commune à Emballage 2008, en présentant sur un stand même le potentiel de ses entreprises. «Cette filière compte 40 acteurs performants et complémentaires, il était donc logique de valoriser et d'associer les industriels, fabricants de papier, transformateurs, imprimeurs, studios de création, le pôle de compétitivité Maud (Matériaux et Applications pour une Utilisation Durable) et le laboratoire Create (Centre de Recherche Appliquée et de Transfert d'Expertise), particulièrement actifs sur le plan de la recherche et de l'innovation, ainsi que les centres de formation ou écoles, ou encore les organismes spécialisés dans la prise en charge des préoccupations environnementales tels l'AIUBAa (Association Inter Utilisateurs du Bassin de l'Aa) ou le pôle de compétence Aquapris» indique Xavier Ibled, président de la CCI Grand Lille, antenne territoriale de Saint-Omer. Sur le stand, une centaine de contacts a ainsi été prise avec des représentants d'entreprises françaises, belges, néerlandaises ou encore espagnoles qui recherchaient soit des produits particuliers, soit des partenariats, informent les organisateurs. Les projets MATBAR (carton monomatériau recyclable et biodégradable pour l'alimentaire) et DECARTE (pour imprimer directement sur les cartons d'emballage des puces RFID avec beaucoup d'information) ont suscité un intérêt certain, ajoutent-ils (encadré p.11). Forte de ces appuis, la filière va disposer désormais d'une vitrine permanente à la Maison du

Saint-Omer Développement qui se définit comme le guichet unique des investisseurs, et véritable cellule d'ingénierie, s'est fixé trois priorités : favoriser et accompagner les projets de développement des entreprises existantes, accueillir les entreprises nouvelles et concrétiser leur implantation, promouvoir le territoire. Dans le cadre de ses missions, Saint-Omer Développement, relais unique, prend en charge le suivi complet des projets d'extension et d'implantation des entreprises. Elle appréhende, aux côtés des dirigeants d'entreprise les problématiques administratives, réglementaires, de localisation, de recherche de subventions pour les investissements matériel et immobilier, de recrutement et de formation, de recherche de logements pour les cadres de l'entreprise, de suivi une fois l'entreprise implantée, d'accompagnement des projets de développement.



Papier, équipement du Parc Naturel des Caps et Marais d'Opale, à Esquerdes (62). L'industrie papetière s'est développée dans le Nord/Pas-de-Calais, et notamment le long de l'Aa, dès le 19e siècle pour bénéficier de la présence abondante d'énergie et de rivières aux débits réguliers, rappelle X. Ibled, en pré-

cisant que le siège du syndicat régional Nord/Pas-de-Calais des fabricants de papier carton se situe à Saint-Omer. Aujourd'hui, 2500 personnes y travaillent, représentant le quart des effectifs et la moitié de la production de la région Nord/Pas-de-Calais, elle-même première région papetière de France. Les six grandes entreprises de ce secteur (Cartonneries de Gondardennes, Sical, Arjo Wiggins, Norampac, Cascades-Careo, Sill) produisent environ 600 000 tonnes de papier carton. De nombreux donneurs d'ordre se trouvent également en région : l'industrie agroalimentaire, la grande distribution, la VPC, le verre, l'imprimerie et de nombreuses industries utilisatrices d'emballages. Comme mentionnée plus haut, la recherche & l'innovation tiennent une place prépondérante avec le pôle de compétitivité Maud (voir encadré p. 11), et le Centre de Recherche Appliquée et de Transfert d'Expertise-Create dans lequel il s'inscrit. Fondé à l'initiative d'Arc

## pour augmenter le recyclage des briques alimentaires

### Nantes Métropole veut améliorer le geste de tri de la brique alimentaire

Tetra Pak France a choisi de lancer sa campagne de sensibilisation au geste de tri dans les villes où le recyclage est en dessous de la moyenne nationale. Ce qui est le cas de la communauté de Nantes qui recycle 510 g de brique alimentaire par an et par habitant alors que la moyenne nationale se situe à 550 g sur un total de 1,6 kg par an et par habitant. Soit 70 briques alimentaires par an. Sur Nantes, 256 tonnes de briques ont été collectées et recyclées sur un total de 26 890 tonnes de papier d'emballage recyclé. Précisément pour augmenter ces résultats, Nantes Métropole a noué un partenariat avec Tetra Pak France et WWF. Cette campagne qui associe une ONG, une entreprise et une communauté de commune, est une première mondiale, assurent les partenaires. La communauté de commune met en place des initiatives concrètes qui s'ins-

crivent dans le cadre de l'Agenda 21 et du paquet énergie-climat. «L'objectif est d'augmenter le taux de valorisation, avec notamment une augmentation du tri sélectif à travers le programme Tri'Sac. Celui-ci se matérialise par des sacs de 30 litres de deux couleurs ; le bleu est dédié aux déchets non recyclables, le jaune aux déchets recyclables. Une fois collectés et acheminés au centre de tri, les sacs sont séparés selon leur couleur par lecteur optique. Pour ce programme, la ville a sensibilisé les habitants par l'intermédiaire des Ambassadeurs du tri. «La brique alimentaire n'est pas recyclable dans l'esprit des gens à cause de l'aluminium qu'elle contient. L'objectif est donc de sensibiliser au juste tri et de faire le bilan ensemble dans un an» a souligné Jean Marc Ayrault, président de Nantes Métropole et maire de Nantes.

riau économe en énergie. «La brique permet de réduire les émissions de CO<sub>2</sub> car elle s'utilise en longue conservation, ce qui signifie qu'elle s'affranchit de la chaîne du froid. De plus, il faut un camion pour transporter un million de briques alors qu'il en faut 24 pour transporter

un million de bouteilles en verre» argumente le président de Tetra Pak France. En outre, le poids des briques de Tetra Pak a été réduit de 20% en 20 ans, une Tetra Brik Aseptique d'un litre, par exemple, pèse aujourd'hui 26 grammes.

C. Naa



### Le pôle de compétitivité Maud et l'emballage

Né à Saint-Omer, en 2005, le pôle de compétitivité Maud-Matériaux et Applications pour une Utilisation Durable a été créé pour renforcer la performance et l'innovation des matériaux à usage domestique et pour maintenir l'emploi dans la région. Arc International, Roquette, Sical, Cascades-Careo en font partie.

Ce pôle réunit des entreprises, des unités de recherche et des centres de formation autour des problématiques liées à la performance des matériaux. Pour optimiser la démarche d'innovation, de l'expérimentation à l'application industrielle, le pôle s'appuie sur deux sites en réseau : le campus de l'Université des Sciences et Technologies de Lille-USTL et le Centre de Recherche Appliquée et de Transfert d'Expertise-Create. Le pôle réunit trois secteurs d'activité : les matériaux, la chimie végétale, les aliments, et développe trois axes sectoriels : les arts de la table, les industries graphiques et l'emballage (voir ci-contre). «Le programme de recherche va permettre aux industriels de développer des produits nouveaux en intégrant le développement durable» indique Olivier Varlet, directeur général du pôle Maud qui poursuit «la mise en place d'une nouvelle gamme de produits et procédés innovants répondant aux exigences environnementales, économiques et sociales entend générer un chiffre d'affaires estimé à 800 millions d'euros, soit environ 11% du chiffre d'affaires des entreprises partenaires. L'impact de la sous-traitance des grandes entreprises et l'accès à la plate-forme d'innovation qui permet aux entreprises de bénéficier des compétences et d'équipements mutualisés, s'inscrivent dans une politique de développement économique local». Le pôle bénéficie de soutiens de l'Etat, du Conseil régional et de la Communauté d'agglomération de Saint-Omer par la mise à disposition des locaux du Centre de recherches-Create et par une aide pour les investissements matériels. Le pôle entend affirmer également sa volonté d'être reconnu à l'international. Il a ouvert un site Internet qui dévoile les nouveaux projets d'entreprises et de laboratoires labellisés par le pôle.

International, le pôle bénéficie de subventions de l'Etat, de la région Nord/Pas-de-Calais et de la Communauté d'Agglomération de Saint-Omer. Il est dédié à la recherche appliquée et à l'assistance technique pour les entreprises qui fabriquent ou utilisent du papier, du carton, du plastique, du métal, du verre ou de la céramique par exemple, pour les emballages et les arts de la table. Ses objectifs consistent à permettre à toutes les entreprises d'avoir accès à des moyens de recherche appliquée mutualisés pour des études et des analyses ponctuelles, à soutenir et participer à des projets de développement de nouveaux produits, de procédés de fabrication innovants, d'amélioration de produits existants. Create est le seul laboratoire privé au nord de Paris à être équipé d'un microscope électronique à balayage,

informe son responsable. Il intervient notamment sur le projet MatBar labellisé par le pôle Maud. Quant à l'Association Inter Utilisateurs du bassin de l'Aa-AIUBAa, qui regroupe les grandes entreprises et les PME du Pays de Saint-Omer, elle a pour but d'évoquer l'ensemble des problématiques liées à l'environnement auprès des administrations, collectivités locales, instances et organismes de contrôle. Pour sa part, le pôle AquaPRIS qui s'adresse prioritairement aux PME, est orienté sur le traitement de la qualité de l'eau dans le process industriel, les économies d'eau et la valorisation des rejets. Du côté de la formation, l'IUT Descartes propose un DUT Génie du conditionnement et de l'emballage, adapté au marché de l'emploi correspondant à la filière papier, carton, emballage.

F. Albasini

### Les projets Emballage du pôle Maud

Concernant la filière papier, carton, emballage, le pôle MAUD dirige actuellement deux projets de recherche :

- le projet MatBar (MATériau BARrière) : un carton monomatériau recyclable et biodégradable pour l'alimentaire
- le projet Decarte (DEveloppement de CARTon Electronique) pour imprimer directement sur les cartons d'emballage des puces RFID avec beaucoup d'informations.



## Les plastiques brésiliens à la conquête de la France avec trois atouts : "qualité, sécurité et compétitivité"

Présent aux deux précédentes éditions, le Brésil n'a pas manqué l'édition 2008 du salon Emballage. Notamment, à travers sa filière plastique avec le soutien d'Export Plastic Program. «La France et l'Europe représentent pour nous un marché à fort potentiel» explique Marco Wydra,

directeur général d'Export Plastic Program-EPP. Créée en 2003, cette structure, qui rassemblait sur son stand dix des plus importantes entreprises brésiliennes de produits plastiques manufacturés (1) est coordonnée par l'INP-Brazilian Plastic Institute, et soutenue financièrement et techniquement par l'Apex-Brasil et la chaîne intégrée d'approvisionnement en plastique brésilienne. «Les producteurs de films brésiliens et les transformateurs servent déjà de grands groupes internationaux au Brésil et sont donc rompus aux exigences de qualité et de services, argumente M. Wydra qui ajoute «nous avons trois avantages à mettre en avant : la qualité de nos produits, leur prix et la flexibilité de nos services avec une logistique très compétitive». L'industrie brésilienne du plastique occupe aujourd'hui la première place en Amérique du sud. Principalement concentrés dans trois grands districts industriels situés dans les Etats de Bahia, de Sao Paulo et Rio Grande do Sul. Depuis 2002, les exportations dans ce secteur ont quasiment triplé, passant de 402 millions de dollars en 2002 à 1,18 milliard de dollars en 2007. Le Brésil compte plusieurs grands groupes en amont de la chaîne dont trois complexes pétrochimiques

axés sur le napta, un complexe pétrochimique axé sur le gaz, quatre producteurs de résines thermoplastiques, et plus de 11 000 transformateurs de plastique à travers le pays qui ont réalisé un CA de 19 milliards de dollars (2007). Le pays

compte aussi des producteurs de bio-polymers qui prennent de plus en plus de poids dans l'économie brésilienne comme Brasken. «L'intégration de la chaîne de production de plastique brésilienne offre aujourd'hui une opportunité pour nos entreprises de montrer leur savoir-faire, et leur maîtrise de gestion dans leurs exportations» insiste M. Wydra. En mettant, tout particulièrement, en avant la qualité et la sécurité des approvisionnements des plastiques de commodité en provenance du Brésil comparé à ceux de la Chine. «Notre filière présente plus de visibilité et nous pouvons assurer des livraisons dans des délais entre 6 et 8 semaines, à des conditions très compétitives» assure M. Wydra. Le directeur général d'EPP met aussi en avant la prise en compte du programme européen REACH auquel les producteurs et les transformateurs brésiliens ont été fortement sensibilisés aux exigences qu'il implique.

F. Albasini



## The Brazilian plastics industry is particularly competitive for the European market

The Brazilian plastics industry, with ten of the largest Brazilian companies (1) in the area of plastic product manufacture, have presented their know-how and their expertise, with the support of the Export Plastic Program at Emballage 2008 exhibition, on last november. «Our industry offers know-how, a technology and a product portfolio that are particularly competitive for the European market. We wish to create a large number of business opportunities, whether it be direct exportation, technology transfer or the setting-up of industrial partnership agreements. The promotion of exchanges, economic watchkeeping, the development of industrial potential, operational support and international logistics are our priority missions in supporting the Brazilian plastics industry," says Marco Wydra, Chief Executive Officer of the Export Plastic Program. Today, the Brazilian plastics industry occupies the position of leader in South America. It is concentrated mainly within three large industrial districts located in the States of Bahia, São Paulo and Rio Large do Sul, and is experiencing a formidable rate of growth due in particular to technological development and to the evolution of associated markets. Since 2002, the Brazilian exports of manufactured products in plastic have virtually tripled, rising from 402 million dollars in 2002 to 1.185 billion dollars in 2007. In fact, the Brazilian plastics supply chain, which is one of the ten largest such chains in the world, is reputed for its leading-edge technology and for the skill levels of its people. It is composed of Petrobras (the national oil company), three petrochemical complexes based on naphta, one petrochemical complex based on natural gas, 4 producers of thermoplastic resin and over 11,000 plastic transformation companies

Export Plastic Program (EPP) was created in 2003. It is coordinated by the Brazilian Plastic Institute (INP) and is underpinned financially and technically by Apex-Brasil (Brazilian agency for the promotion of exchanges and investment) and the Brazilian integrated plastics supply chain. EPP facilitates and encourages international exchanges amongst the Brazilian plastic transformation companies, and assists the latter in the marketing of plastic products that have demonstrated their competitiveness in terms of cost and excellence. The Program also works in partnership with Plactivida (Plastics Social and Environmental Institute), which works for the development of social responsibility programs in companies covering the whole of the plastics production chain in Brazil.

throughout the country. "By directing our efforts toward the exportation of plastic manufactured products, we will increase the added value of the exported products. The development of the plastics production chain involves strengthening our exports of manufactured products and reducing direct exports of resin, thus contributing considerably to the creation of new jobs", adds Marco Wydra. Integration of the Brazilian plastics production chain with the activities of promotion and new customer prospecting is now bringing a formidable level of competitiveness to the industry.

(1) Alpes, Braspack, FFS Films, Karina, Mega Emballages, Packtec Group, Plastrela, Unipac, Videlplast et Zaraplast.

