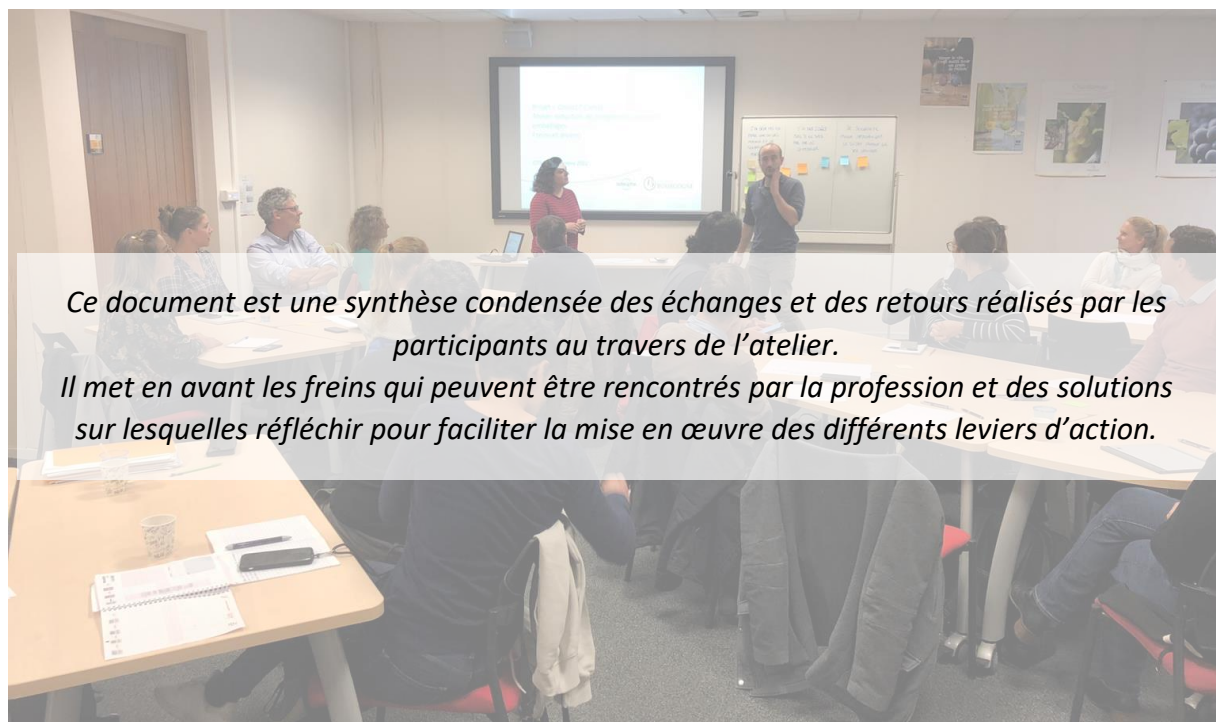


Compte-rendu de l'atelier « Emballage »

3 novembre 2022

*Dans le cadre de notre trajectoire de réduction des gaz à effet de serre, le premier atelier thématique, sur la réduction de l'impact de l'emballage et plus particulièrement la bouteille, s'est tenu jeudi 3 novembre au CITVB à Beaune. Il est le premier d'une série d'ateliers thématiques qui vont se poursuivre sur l'hiver, avec pour **objectif de co-construire un plan d'actions adapté à notre vignoble**. Plus d'une vingtaine de professionnels, ainsi que des intervenants d'Adelphe, Verallia ou bien encore J'aime Mes Bouteilles ont participé. Cet après-midi fut riche d'échanges et de discussions. Alternant atelier de réflexion et interventions des différents acteurs, cet atelier a permis aux participants de mieux cerner le sujet et ses enjeux, de mettre en avant les freins à la mise en œuvre des leviers de réductions tels que : l'allègement de la bouteille, le choix des fournisseurs, les autres contenants ou bien encore le ré-emploi, mais aussi de réfléchir tous ensemble aux solutions que nous pourrions envisager.*



Ce document est une synthèse condensée des échanges et des retours réalisés par les participants au travers de l'atelier.

Il met en avant les freins qui peuvent être rencontrés par la profession et des solutions sur lesquelles réfléchir pour faciliter la mise en œuvre des différents leviers d'action.

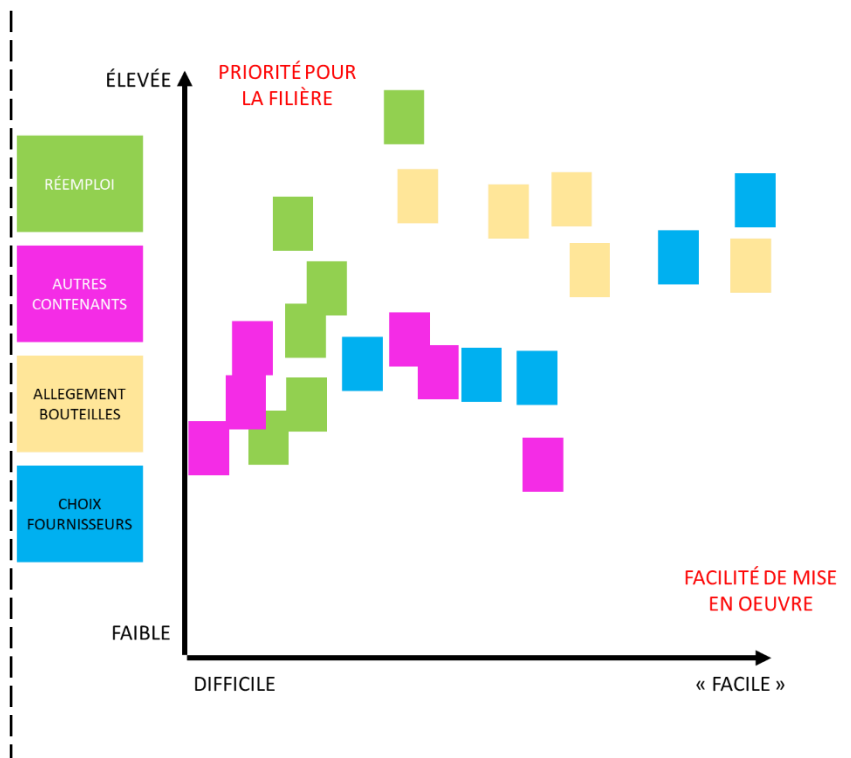
Introduction

Sur le bilan carbone de la filière des vins de Bourgogne, les intrants représentent 34 % des émissions de CO₂. Cela englobe les intrants à la vigne, au chai et les emballages. 30 % sont liés à l'emballage et la bouteille en verre compte au final près de 27 % du bilan carbone total de la filière. C'est pour cette raison que l'atelier s'est concentré sur la bouteille en verre et les différents leviers permettant de réduire son empreinte (cf présentation en annexe pour plus d'informations).

Un premier atelier de réflexion tous ensemble pour appréhender les leviers

Afin de réaliser une première réflexion sur les leviers identifiés dans notre trajectoire, un exercice de réflexion a permis de placer sur le tableau les 4 leviers en fonction de deux critères (la priorité pour la filière ET la facilité de mise en œuvre).

Les leviers ne sont pas tous vus de la même manière par les différents participants. En effet, le réemploi (vert) se retrouve de manière homogène, et est envisagé comme difficile à mettre en œuvre. L'allègement des bouteilles (jaune) est placé comme une priorité pour la filière avec une facilité de mise en œuvre différente selon les participants. La question du choix du fournisseur (bleu) est moins tranchée avec une répartition hétérogène des étiquettes sur les deux axes. Pour terminer, les autres contenants (rose) se répartissent sur l'axe avec une priorisation moyenne et avec une mise en œuvre difficile à moyenne.



Echanges sur les freins et les solutions évoquées lors de cet atelier

Deux ateliers de réflexion en petits groupes ont ensuite été conduits (un sur les freins puis un sur les solutions que l'on pourrait construire ensemble), avec entre les deux, des

présentations des intervenants : Adelphe, Verallia et J'aime Mes Bouteilles. (cf présentation des intervenants en PJ).

Les deux parties, freins et solutions ont été synthétisées par levier.

Levier 1 – L'allègement de la bouteille

Sur les freins, beaucoup de questions se posent sur la question marketing et notamment la **perception de la bouteille allégée par les consommateurs**. Ce point est variable d'un consommateur à l'autre, en fonction du pays par exemple. Certains participants font ressortir des **problèmes techniques liés à la mise en œuvre** : risques de casse à l'embouteillage et lors du transport, la durée de garde, ou bien la question de la multiplication des références au sein des domaines. D'autres freins sont orientés sur les fournisseurs et la production des bouteilles en verre : **l'offre est plus limitée en bouteilles allégées** (teintes et formes). Le choix est donc plus restreint pour répondre aux différentes gammes de certains domaines. Pour terminer, **le frein logistique** est abordé : la bouteille allégée implique de revoir l'adaptation des autres emballages pour les expéditions (cartons, palettes, ...), ainsi que de la réticence de certains transporteurs.

Pour répondre à ces freins des **solutions collectives** ont été évoquées : par exemple mettre en place d'un accord de l'ensemble de la filière ou fixer un seuil de poids maximal de la bouteille. La réflexion peut être poussée en proposant une standardisation de la bouteille en verre à l'ensemble de la région. D'un point de vue technique, il semble important aussi d'acquérir des données sur le lien entre bouteille allégée et durée de garde mais aussi d'améliorer les problèmes rencontrés lors du transport (optimisation des méthodes, échanges avec les cartonniers par exemple). Un axe important porte aussi sur la **communication** : envisager une communication de la filière pour travailler sur la perception clients. Une des pistes est également le **lien avec les fournisseurs** : échanges entre la filière et les verriers pour travailler sur la R&D, par exemple sur les risques de casse ou la diversification des offres et solutions proposées.

Levier 2 : Le choix du fournisseur (énergie décarbonée, taux de calcin...)

Sur ce levier, le groupe a mentionné plusieurs freins : au niveau des fournisseurs en eux-mêmes avec un **nombre de fournisseurs limité**, une distance importante entre les lieux de production et les clients et le **choix et la pérennité des références proposées**. Certains participants abordent le déséquilibre entre le poids de la filière vins par rapport aux autres, rendant plus complexe l'adaptation des fournisseurs aux demandes. **Les moyens financiers** sont aussi des freins pour le choix des fournisseurs ainsi que **l'accès à l'information**.

Il est proposé de mettre en place des **échanges constructifs avec les fournisseurs clés à l'échelle nationale**. L'idée d'une **harmonisation de la gamme pour la filière** est émise permettant de régler un certain nombre de freins. Sur le long terme les fournisseurs qui ne répondront plus aux critères, intégration du calcin ou énergie décarbonée, auront moins de chance de pérenniser leur entreprise.

Levier 3 : Avoir recours à d'autres contenants (BIB...)



Le premier frein aux autres contenants est lié à des inquiétudes sur les **retombées marketing, l'histoire du vin, mais également les fraudes**. **L'investissement de nouvelles chaines de production** est quant à lui un frein financier qui pose également la question de la sous-traitance. Le problème de la mise en œuvre est abordée (si plusieurs types de contenants, cela multiplie les besoins). Le manque de recul sur certains contenants ou sur **l'évolution des vins dans le temps** peut donner à réflexion sur **la qualité du produit**, mais aussi la santé des consommateurs. Le **manque de connaissances ou de transparence** est souligné sur certains contenants alternatifs du point de vue de **leur impact environnemental global** (analyse du cycle de vie), il reste d'ailleurs souvent à usage unique (production, recyclage, ...).

L'une des premières solutions abordées est **la communication**, en demandant la transparence des fournisseurs **sur les alternatives mais aussi l'importance d'une communication sur les autres contenants et leurs avantages auprès des consommateurs**. Une campagne de sensibilisation des consommateurs sur les contenants recyclables et responsables serait à développer. Pour certains contenants plus courants, des actions de communication de la filière, auprès du grand public, pourraient permettre de modifier les codes du vin dans les bouteilles en verre. Dans cette même orientation, une **communication sur le cycle de vie des contenants avec la sensibilisation au recyclage** est à envisager pour éviter le transfert de pollution. Un autre point évoqué est **la réalisation d'études sur la conservation à long terme et la qualité des vins avec les différents contenants**. Du côté des **CHR**, une **réflexion peut être menée sur des contenants alternatifs** de plus grands volumes et réutilisables, par exemple pour les vins au verre.

Levier 4 : le réemploi

Les freins identifiés sur ce levier recoupent ceux liés à **l'allégement de la bouteille, tel que les gammes au sein d'un domaine ou sur l'ensemble de la région ou l'acceptation du**

consommateur. D'autres freins dépendent de **la matière première**, le blanchiment du verre ou **l'intégrité de la bouteille réutilisée** (mémoire du verre – risque de casse). Des **questions de logistique** se posent, dans le cas de vente à l'étranger, l'organisation des retours ou le stockage des bouteilles vides. Des **questionnements sur la sécurité alimentaire** ressortent aussi: la **traçabilité des bouteilles** (par exemple lots gravés, adaptation en cas de norme IFS BRC), **l'hygiène ou le lavage avec des produits chimiques**. Pour terminer, la **question du cycle de vie de la bouteille est importante avec le transport des bouteilles vides sur de grandes distances ainsi que l'usage d'eau pour le lavage** et la réduction de l'empreinte de la bouteille par rapport au recyclage.

Les diverses solutions discutées par les participants ne sont pas toutes à construire seul mais collectivement, elles peuvent être soutenues par l'entreprise de réemploi, par les collectivités locales ou par l'interprofession. Comme la majorité des leviers une **grande phase de communication est à prévoir**. **Les points de collectes peuvent être un premier pas** pour généraliser et faciliter le retour de la consigne, en les multipliant. Il est envisageable de **créer un plan d'action dans l'objectif de fixer des objectifs de réemploi à l'échelle de la filière**.



Conclusion

Quels que soient les leviers, lors de cet atelier, la communication auprès des consommateurs a été très largement abordée et constitue un point stratégique important. Cette stratégie peut être indépendante à l'échelle de l'entreprise, mais elle doit aussi être faite à une échelle plus large au niveau d'une appellation, d'un secteur de production ou de la filière. La mise en œuvre de ces pratiques et leurs impacts d'un point de vue logistique constituent un deuxième axe de travail important, à l'échelle individuelle et collective. Il semble également nécessaire d'apporter plus d'informations sur les innovations, sur l'impact de ces pratiques d'un point de vue environnemental mais aussi sur la qualité du vin. De même, la prise en compte des différents circuits de distribution sera un facteur déterminant pour définir les différentes actions à mettre en place en fonction des particularités de chacun. Plus largement, suite aux échanges, il est accordé que les différents leviers touchent aussi le sujet de la RSE, permettant de répondre à des demandes sociétales et apporter de l'attractivité (exemple des salariés en quête de sens).

Liste des participants à l'atelier :

Merci à l'ensemble des professionnels et intervenants présents à cet atelier :

Anaïs Lafont, Amandine Eaux, Célia Hémar, Victor Mignardot, Céline Coté, Benoît Sordet, Fanny Keller, Tristan Méo, Manuel Olivier, Pierrick le Gouill, Jean Dufouleur, Justine Capelle, Pierre Gernelle, Sandra Belorgey, Laurène Boss, Anne-Sophie Dutilleul, Amandine Brillanceau, Léa Nouvelet, Caroline Campalto, Vincent Bottreau, Géraud-Pierre Aussendou, Simon Chapelle, Mehdi Besbes, Jean-Dominique Reffait, Marie-Astrid Gossé, Nathalie Maréchal, Muriel Charlet.

Contacts :

Lucie GUILLOTIN
lucie.guillotin@bivb.com
06 32 35 24 86

Juliette SARRAZIN
Juliette.sarrazin@bivb.com
07 85 76 66 61