



Le réemploi, un défi économique de longue haleine

Consommation. « Des investissements très importants »... qui ne seront rentables que dans plusieurs années : l'économie du réemploi (vrac, emballages, reconditionnement) reste à parfaire et portera ses fruits à long terme, selon les acteurs de l'économie.

Alors que les Français consomment en moyenne 11,2 tonnes de matières premières par an et par habitant (dont la moitié pour les matériaux de construction), « on a la responsabilité en tant que consommateurs de faire des choix », a jugé le président de l'Agence pour la transition écologique (Ademe), Sylvain Waserman. Or, selon lui, si de grandes marques « lancent des produits et essaient de franchir le pas, il n'y a pas forcément la réponse du consommateur ».

Le retard qu'accuse la France par rapport à ses objectifs est manifeste. S'agissant des emballages ménagers, le taux de réemploi était de 1,1 % en 2023, alors que la loi Agec sur l'économie circulaire a fixé un objectif de 5 % pour 2023 et de 10 % pour 2027.

Pourtant, la demande existe, à en croire certains acteurs de poids : « 40 % des consommateurs souhaitent que le distributeur leur propose des manières plus durables » de consommer, signale Pauline Guillaume, cheffe de projet RSE (responsabilité sociétale des entreprises) chez Carrefour. Le distributeur vise 300 millions d'euros de ventes en vrac et en

réemploi d'ici 2026, un montant modeste par rapport à un chiffre d'affaires qui se compte en milliards, mais déjà rehaussé par rapport à l'objectif de départ. Pour autant, même pour de grands groupes, le risque d'erreur existe, comme l'explique Elodie Bernadi, directrice RSE pour L'Oréal France. Si le géant de la cosmétique propose aujourd'hui des recharges dans la plupart de ses catégories de produits, il s'est « planté au début ». « On a cru qu'il suffisait de mettre nos top références en rechargeables et que ça allait se vendre tout seul », rapporte-t-elle, avant de se rendre compte que l'aspect vertueux était « nécessaire, mais pas suffisant ».

Obsolescence programmée et pérennité programmée

En outre, « l'économie du réemploi demande des investissements très importants » au départ, souligne Mme Guillaume, qui énumère les étapes supplémentaires à mettre en place, par exemple pour les emballages consignés : « La collecte, le lavage, le tri... »

« Pour que ça se mette en place, il faut du courage aux entreprises », d'autant que ce sont des investissements

« qui vont porter leurs fruits dans plusieurs années », relève-t-elle.

Et pour une moindre rentabilité, à en croire un spécialiste du sujet. « Si on avait gagné plus d'argent avec le réemploi, ça fait longtemps qu'on le ferait déjà », estime Fabrice Bonnifet, président du C3D, une association qui regroupe plus de 380 directeurs RSE d'entreprises et d'organisations. « La rentabilité, elle va venir », assure Célia Rennesson, directrice générale du Réseau Vrac et Réemploi, car « les matières premières coûtent de plus en plus cher et/ou on va potentiellement nous les interdire ».

Dans cette « économie de la fonctionnalité », conclut M. Bonnifet, pour « passer de l'obsolescence programmée à la pérennité programmée », il faudra que l'industriel « reste propriétaire de ses produits » et qu'il ait « tout intérêt à ce que le produit dure le plus longtemps possible ». ●

1,1

S'agissant des emballages ménagers, le taux de réemploi en France était de 1,1 % en 2023.