

NUTRIPACK Pionnier du recyclage de ses emballages

IDENTITE DE L'ENTREPRISE

Raison sociale : NUTRIPACK

Statut : SAS

C.A. : 22,5 M euros (2010)

Effectif : 110 salariés

Coordonnées : 150 Route de Lallaing
59148 FLINES LEZ RACHES

Téléphone : 03 27 99 16 26

Site : www.nutripack.fr
www.proplast-group.com

Création de l'entreprise : 1990

Activité :
Fabrication et commercialisation Emballages Alimentaires

Personne(s) rencontrée(s) :
Martine LAMARENIE, Grands Comptes 03 27 99 16 26 m.lamarenie@proplast-group.com
Myriam WILS, Responsable Communication 03 27 99 24 31 m.wils@proplast-group.com
Alexandre BERTHE, Directeur Commercial 03 27 99 24 35 a.berthe@proplast-group.com
Charlotte MORMENTYN, Responsable Ressources Humaines 03 27 99 22 82
c.mormentyn@proplast-group.com

PARTENAIRES

Comité 21, Ecoeff, Ademe, Ettique,

LA DEMARCHE EN UN COUP D'ŒIL

I - CONTEXTE

Nutripack-groupe PROPLAST située à Flines les Raches (59) fabrique et commercialise des emballages alimentaires destinés aux professionnels de la restauration collective et de l'industrie agroalimentaire avec un chiffre d'affaires de 22,5 millions d'euros et 110 salariés.

Constatant que le marché de la restauration collective présente une possibilité de récupérer les emballages fabriqués, Nutripack a l'idée de mettre en place en 2009 la première filière de recyclage des barquettes usagées, filière qui s'intègre bien dans une démarche de Développement Durable tant du côté de l'entreprise que des clients. Nutripack est ainsi la seule entreprise en France mais aussi à l'international, à proposer une telle filière de recyclage.

II - OBJECTIFS

- Réduire l'empreinte environnementale en partenariat avec les clients et créer une filière de recyclage
- Optimiser le développement des collaborateurs



III - LES ENGAGEMENTS RSE

1) Gouvernance : assurer la transparence du système de décision et de contrôle Mise en place progressive	BP 1
2) Droits de l'homme : respecter les droits fondamentaux de la personne Egalité homme/femme : 50% de femmes dans l'encadrement pour 40% dans l'ensemble de l'effectif	BP 2
3) Relations et conditions de travail : valoriser le capital humain Optimiser le développement des collaborateurs	BP 3
4) Bonnes Pratiques d'affaires : agir avec loyauté et responsabilité sur les marchés	
5) Respecter les intérêts des clients et des consommateurs : Impliquer les clients dans la filière de recyclage	BP 4
6) Respecter l'environnement : - Eco-conception des produits - mise au point d'une filière de recyclage - Utilisation de transports « propres »	BP 5 BP 6 BP 7
7) Engagement sociétal : conjuguer les intérêts de l'entreprise et l'intérêt général en cours de lancement	BP 8

IV - CONTRIBUTION A LA PERFORMANCE ECONOMIQUE DE L'ENTREPRISE

Évolution du Chiffre d'affaires sur 3 ans

2008: 20,7 M euros
2009: 21,5 M euros
2010: 22,5 M euros

Économies réalisées par la filière de recyclage :

2009 : - 5500 euros
2010 : + 22235 euros
Projection 2011 : +132635 euros
(Voir tableau détaillé dans partie 1.3 page n°11)

V- BENEFICES SOCIAUX, ENVIRONNEMENTAUX et/ou de GOUVERNANCE

- Bénéfices sociaux :

Nombre de salariés chez Nutripack pour les 3 dernières années :

Année	Effectif
2008	96
2009	96
2010	102
2011	110

Répartition Homme/Femme:

Année	Homme	Femme	Total
2008	60	36	96
2009	57	39	96
2010	62	40	102

Turn over:

Moyenne sur 3 ans : 3%

Taux handicapés : 2,5%

Formation :

2010 : 1,8% de la masse salariale (taux légal 0,9%)
2011 : 3 % de la masse salariale

- Bénéfices environnementaux :

1 barquette recyclée = 132 g CO₂ économisés = 1 kilomètre en voiture
28 barquettes* recyclées permettent de fabriquer 1 caisse de livraison
** valeur calculée pour un type de barquette GN1/3 recyclée*

Broyé brut récupéré à partir des barquettes :

- 2008 : 2 tonnes soit une économie de 5,2 teq CO₂
- 2010 : 90 tonnes soit une économie de 234 teq CO₂
- Potentiel 2011 : 3025 tonnes de broyé soit 3770 teq CO₂

- Bénéfices pour les Clients :

Nutripack offre aux clients la possibilité de préserver l'environnement en faisant un achat éco-responsable. (voir page 10 / impact pour les clients)

- Bénéfices pour la Cité :

La distribution des produits impacte directement la Cité. Chaque jour des millions de repas (scolaires, hospitaliers, ...) sont conditionnés dans des barquettes.

La mise en place de la filière recyclage s'inscrit directement dans la réalisation d'une bonne pratique responsable du fabricant à l'utilisateur.

Recycler c'est assumer en « vidant les poubelles publiques » (les cantines scolaires par exemple).

VI - LA DEMARCHE DETAILLEE

Nutripack fait partie du Groupe PROPLAST créé et géré par la famille Berthe qui possède 100% des actions. L'éventail du savoir faire du groupe lui procure une expertise transversale dans le secteur du conditionnement : fabrication d'emballages alimentaires plastiques et de machines de conditionnement.

Le groupe est composé de 3 sociétés Nutripack, Mecapack, Idpack. Présent depuis 1990 sur le marché européen (France, Angleterre, Espagne, Italie) avec un CA de 70 M euros ce groupe est maintenant un groupe international pour qui innovation rime avec efficacité.

Spécialiste de l'injection plastique et du thermoformage, Nutripack traite environ 7000 tonnes de matières plastiques (polypropylène PP¹) par an et propose une large gamme d'emballages, notamment de barquettes qui répondent aux différentes problématiques de conditionnement en terme de forme, de volume (de 30 ml à plus de 9 litres) et d'esthétique.

Ces barquettes en polypropylène sont distribuées pour 85%, auprès des hôpitaux et cuisines centrales gérées par les collectivités locales et par les Sociétés de Restauration Collective (SRC). Les 15% restant sont destinés à l'agroalimentaire.

Elles sont utilisées dans les cuisines pour le conditionnement, le transport et la remise en température des repas.

1 Réduire l'empreinte environnementale en partenariat avec les clients

Se préoccuper de la fin de vie des barquettes permet d'économiser les ressources et de réduire l'impact sur l'environnement. Nutripack anticipe sur une évolution drastique de la réglementation et met au point avec ses clients une filière de récupération et de recyclage des barquettes usagées.

Focus sur l'évolution du contexte environnemental :

► La réglementation sur les déchets d'emballages dans les ordures ménagères

Le Plan National sur les déchets 2009 – 2012 annonce l'orientation de la fiscalité pour le traitement des déchets et fixe des objectifs : moins de déchets, plus de recyclage et valorisation des déchets organiques.

Aujourd'hui, le prix du traitement des déchets se résume aux frais de collecte et de traitement soit en moyenne 100 € la tonne. Demain le prix du traitement des déchets sera a minima doublé.

► L'impact du traitement de fin de vie des barquettes sur l'environnement

Le recyclage produit 3 fois moins de gaz à effet de serre que l'incinération (Etude Ecoeff) :

1 tonne de barquettes recyclées = 2 600 Kg de CO₂ non rejetés (soit 20 000 Km d'un véhicule émettant 130 g de CO₂ par km).

► Les produits de substitution, l'alternative au polypropylène

Aujourd'hui apparaissent des matières dites naturelles de substitution : les bioplastiques, les matières compostables biodégradables, etc. ...

Leur utilisation doit prendre en compte les contraintes strictes d'utilisation des barquettes par les clients sur les critères suivants : alimentaire, étanchéité pendant 3 à 5 jours minimum, résistance à la température (130°C) et économique (le coût du repas).

Les bioplastiques sont des produits fabriqués essentiellement en PLA à base d'amidon de maïs, de pulpe de canne à sucre ou de bambou. Une barquette en bioplastique coûte en moyenne 2,5 fois le prix d'une barquette traditionnelle en PP. Elle ne résiste pas à la remise en température. Elle est biodégradable si elle n'a pas été recouverte de plastique mais il n'existe aucun centre de compostage en France acceptant de composter des barquettes avec des restes alimentaires. Donc ces produits devront être incinérés ou mis en décharge.

¹ matière plastique recyclable non biodégradable

Un dernier point est à prendre en compte: l'origine de ces matières biodégradables. Une barquette fabriquée en PLA (amidon de maïs) véhicule le risque de présence d'OGM (déjà constaté). De plus la fabrication d'une barquette en pulpe (canne à sucre ou bambou) doit se faire sur le lieu de production, c'est-à-dire en Asie ce qui impacte le bilan environnemental du fait de leur transport par container en France. Cette barquette ne répond donc pas aujourd'hui au besoin des utilisateurs de la restauration.

□ **Nutripack procède en plusieurs étapes :**



BP 5 et BP 6

1.1 Développer l'éco-conception :

L'Eco-conception permet d'économiser les ressources mais aussi de réduire les impacts des transports. Le renouvellement des outillages fait que Nutripack sur les 5 dernières années a proposé à ses clients d'alléger le poids des barquettes d'au moins 10%.

Évidemment l'éco-conception est indispensable mais elle n'inscrit pas l'entreprise dans une démarche responsable. Elle permet de réduire les impacts de production et de transport mais pas de « vider les poubelles ».

Nutripack recherche des solutions alternatives dans les matériaux et teste de nouvelles matières notamment des bioplastiques.

1.2 Etudier l'intérêt de créer une filière de recyclage :

Des essais de recyclage sont d'abord réalisés notamment en 2000 avec l'hôpital de Roubaix où des barquettes usagées sont broyées. Cette initiative fait naître l'idée de recycler les barquettes.

Nutripack, ne trouvant pas de filière sur place, lance en 2008 une étude sur l'intérêt écologique de faisabilité d'une filière de récupération et de recyclage des barquettes alimentaires usagées avec la participation du Framée² et d'Ecoeff³ :

- ➔ Une A.C.V. (Analyse du Cycle de Vie) des barquettes intégrant les différents traitements de fin de vie : recyclage, valorisation énergétique et mise en décharge.
- ➔ Une étude environnementale comparative entre l'utilisation de barquettes à usage unique recyclées via la filière Nutripack et l'utilisation d'un bac inox réutilisable avec bilan environnemental complet.

Les résultats démontrent que le recyclage des barquettes à usage unique produit :

- **trois fois moins de gaz à effet de serre que leur incinération,**
- **moins d'impact sur l'environnement que le bac inox réutilisable.**

1 barquette recyclée = 132 g CO₂ économisés = 1 kilomètre en voiture

28 barquettes* recyclées permettent de fabriquer 1 caisse de livraison

** valeur calculée pour un type de barquette GN1/3 recyclée*

□ **Nutripack décide de se lancer :**

1.3 Création de la Filière de recyclage Nutripack

1. Chez le client une fois utilisées, les barquettes sont vidées de leurs restes alimentaires. Elles y sont ensuite lavées, rincées, séchées, puis entreposées dans des caisses de livraison dans l'attente de leur collecte,
2. Une fois le nombre de caisses suffisant atteint soit un minimum de quatre palettes, Nutripack se charge de la collecte et de la valorisation,

² FRAMEE : Fond Régional d'Aide à la Maîtrise de l'Energie et de l'Environnement

³ ECOEFF : Ecoeff est un bureau d'études proposant des prestations de conseil, études et formations dans les domaines de l'éco-conception, des achats durables et de la stratégie carbone

3. Les barquettes sont rachetées au poids. La reprise de la matière est valorisée de deux façons soit par rachat direct (250 euros à la tonne), soit en fournissant pour une tonne de matière récupérée 50 caisses fabriquées avec la matière recyclée,
4. Les barquettes récupérées sont broyées chez Nutripack. La matière broyée est soit vendue en l'état soit granulée pour injection et fabrication de pièces sans contact alimentaire. Le granulage se fait chez « un compounder » de la région Nord,
5. Le granulage permet de fabriquer **des caisses pérennes** utilisées pour livrer et récupérer chez les clients les barquettes et de remplacer les cartons.



RESULTATS

Résultats

Broyé brut récupéré à partir des barquettes :

- 2008 : 2 tonnes soit une économie de 5,2 teq CO₂
- 2010 : 90 tonnes soit une économie de 234 teq CO₂

- Potentiel 2011 :

4 clients grands comptes ont déjà signé une convention de recyclage représentant au total plus de 3 000 tonnes de barquettes par an :

- Sodexo, Sogeres, RGC : 1750 tonnes soit 455 teq CO₂
- Ansamble : 275 tonnes soit 715 teq CO₂
- Avenance : 850 tonnes soit 2210 teq CO₂
- Dupont : 150 tonnes soit 390 teq CO₂

Impact pour les Clients :



BP 4

Nutripack offre aux clients la possibilité de préserver l'environnement en faisant un achat éco-responsable.

La filière de recyclage Nutripack c'est :

- Zéro euro de frais de traitement,
- Zéro euro de taxe au titre du Point Vert,
- Zéro euro de taxe au titre de la TGAP (Taxe Générale sur les Activités Polluantes),
- Une recette pour le rachat du Polypropylène,
- Pas d'impact sur le prix du repas.

De plus 28 barquettes⁴ recyclées permettent de fabriquer 1caisse de livraison pérenne et de supprimer les caisses cartons.

→ **Nutripack se lance dans de nouvelles actions :**



BP 7 Nutripack incite et privilégie les transports « propres » :

- o par des livraisons en camion Euro IV et Euro V et des transports combinés rail/route sur l'axe Lille – Lyon – Marseille. (Euro IV et V est une norme de transport : plus le chiffre est élevé moins le camion pollue, V étant la plus haute note).
- o Dans le cadre du remplacement des véhicules de société, tous les véhicules émettent moins de 130g de CO₂ au kilomètre parcouru. Auparavant, la moyenne était de 160 g/km. Les émissions de CO₂ sont devenues le premier critère de choix des voitures.
- **Tous les rebuts d'usine sont recyclés à 100 %.**
- **Nutripack développe une politique de la qualité orientée sur l'hygiène et la sécurité des produits.** Celle-ci est contrôlée et validée par différentes actions:
 - o Certification ISO 9001 en 1998,
 - o Certification BRC IOP en février 2011 : norme développée afin de donner aux clients des garanties en matière d'hygiène de la production des emballages
 - o Démarche HACCP : Hazard Analysis Critical Control Point/ Analyse pour la maîtrise des dangers et des points critiques.
 - o Démarche 5 S (technique de management japonaise « entreprises propres »).

2- Faire progresser la Diversité

- Une gestion du plan d'emploi des seniors.

En prévision de l'évolution de l'âge moyen 37 ans et 45 ans en production, il est important de travailler sur le maintien dans l'emploi des seniors dont certains occupent des postes pénibles : horaires postés, port de charge.

Des actions sont proposées aux collaborateurs via ce plan (bénéficiaire d'un bilan de compétences ou d'une VAE), la Direction ayant la volonté de reconnaître les compétences et savoirs des collaborateurs.



BP 2 - Une égalité homme/femme exemplaire

Égalité de rémunération entre les hommes et les femmes et égalité H/F dans l'encadrement avec la prise de fonction de femmes à des postes clés : Grands comptes, RH, informatique, Qualité, Finances, Communication et Logistique.

→ **20 personnes dans l'encadrement dont 50% de femmes.**

Répartition Homme/Femme :

Année	Homme	Femme	Total
2008	60	36	96
2009	57	39	96
2010	62	40	102

- Des efforts pour intégrer les travailleurs handicapés afin d'augmenter le taux de 2,5%

Depuis 2006, Nutripack est en contact avec ETTIQUE, une entreprise de travail temporaire d'insertion et de qualification pour l'emploi pour les personnes en situation de handicap. Nutripack, avec l'Agefiph, s'informe des manifestations de la région qui mettent en relation les entreprises et les personnes en situation de handicap.

⁴ valeur calculée pour un type de barquette GN1/3 recyclée

En 2007, Nutripack a travaillé sur l'ergonomie des postes de travail avec la CARSAT pour mieux les adapter à l'intégration des salariés handicapés.

3-Optimiser le développement des collaborateurs



BP 3 Pour faire face à l'évolution de l'entreprise, Nutripack engage depuis 2008 une démarche GPEC (Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences) et un plan d'actions.

Cette démarche permet:

- la détection des besoins de formation,
- la détection des potentiels et des tuteurs/formateurs internes dans l'organisation,
- la gestion des passeports professionnels : (chaque collaborateur dispose d'un passeport professionnel régulièrement mis à jour en lien avec la paie (évolutions de carrière),
- la gestion des formations,
- de définir et de valider des échelles de niveaux en lien avec les compétences, afin de permettre aux collaborateurs de s'auto-évaluer et aux managers de mener les entretiens de progrès annuels : 100 % d'entretiens sont réalisés,
- de développer d'autres supports d'entretiens comme les entretiens de seconde partie de carrière, les entretiens de recrutement, les supports d'intégration d'un nouvel embauché.

Un catalogue de formations en ligne est déployé, afin de permettre aux managers de mieux accompagner et conseiller leurs collaborateurs en regard de leurs besoins de développement. Ce catalogue est utilisé notamment lors des entretiens.

□ **Cela aboutit à la mise en place d'un budget formation de 1,8% (2 fois l'obligation légale) et une prévision de 3% pour 2011.**

La politique de communication s'appuie sur un journal interne et une réunion annuelle du personnel. Une enquête sur le climat social est prévue.

4- Mise en place progressive de la GOUVERNANCE :



BP 1 Transparence et communication :

- audit énergétique
 - o Cet audit en cours, a pour but de mettre en place une charte de bonnes pratiques et de responsabiliser chacun à la maîtrise des principales énergies (eau, électricité, air comprimé, etc....) et à leur optimisation.
 - o A titre d'exemple, ceci va jusqu'au choix du matériel composant le parc machines. Les services techniques et achats, sensibilisés sur ce point, choisissent des machines de production hybrides qui permettent d'économiser jusqu'à 30% d'énergie.
- sensibilisation aux pratiques mises en place
 - o chaque mois, chacun est informé du CO₂ économisé grâce à la filière recyclage par le biais de la publication d'un compteur qui publie le montant économisé et qui est communiqué aussi en bas des mails des collaborateurs.
 - o Cette communication s'étend aux clients et plus largement à tous les visiteurs du site internet.
- partage de la valeur
 - o Une prime de productivité a été mise en place
 - o Tout le personnel de production bénéficie de cette prime dont 25% dépendent de la qualité et du respect du tri sélectif mis en place dans le groupe.

5- ENGAGEMENT SOCIÉTAL



BP 8

Projet en cours :

La Direction a missionné un groupe de travail interne pour étudier la participation de NUTRIPACK dans un projet sociétal impliquant toute l'entreprise.

Le projet retenu est d'accompagner la Croix Rouge, dans la fabrication de prothèses orthopédiques (jambes, genoux, ...) en polypropylène pour les victimes des mines et des guerres. Nutripack pourrait fournir la matière première : le granulat de propylène injecté (obtenu à partir du broyé des barquettes recyclées).

VII - FACTEURS CLES DU SUCCES

- demande systématique par les clients de solutions environnementales dans les critères d'achats,
- efficacité prouvée de la récupération et du recyclage des barquettes, fondée sur une ACV réalisée et validée par Ecoeff,
- implication de la Direction, se préoccupant de l'impact environnemental des produits fabriqués,
- mobilisation de l'ensemble des salariés,
- liens forts avec les partenaires investis sur le sujet: comité 21, Ecoeff, Ademe mais aussi les clients,
- recherche permanente de solutions alternatives dans les matériaux, notamment des bioplastiques.

VIII - MOYENS MIS EN ŒUVRE

Humains

R&D: 2 personnes

3 années de développement

Mobilisation de clients partenaires, notamment lors des essais.

Matériels et Financiers

Investissement pour la mise en œuvre d'une filière de recyclage (montants Hors Taxes)		
	Investissements matériels	Investissements immatériels
Moule d'injection du bac	144 000 €	
Etude rhéologique		3 470 €
Broyeur granulateur	136 530 €	
Lavage des bacs de transport	33 050 €	
Modification dans l'ERP		712 €
Total	313 580 €	4 182 €

Moule d'injection pour le bac de transport des barquettes récupérées (en PP recyclé)

Broyeur pour matière récupérée

Création d'une zone pour le broyage

Développement d'un nouveau flux de production et logistique

Propos recueillis auprès de
Martine LAMARENIE, Grands Comptes
Myriam WILS, Responsable Communication
Alexandre BERTHE, Directeur Commercial
Charlotte MORMENTYN, Responsable Ressources Humaines

Par José RIVELON, Conseiller rédacteur
Accompagné par Marie-Madeleine CARPENTIER,
Responsable Bonnes Pratiques Réseau Alliances