

PIERRE DEHÉ & XAVIER CAPILLA


GROUPE POCHET
L'EXCELLENCE EN HÉRITAGE

INSTITUT
DU VERRE



DIRECTEUR RSE



RESPONSABLE
ENVIRONNEMENT

MAI 2021

L'industrie du verre est engagée depuis de nombreuses années pour la préservation de la planète. Renouvellement progressif des outils de production pour une plus faible émission de gaz à effet de serre, recours à des matériaux recyclés, baisse de la consommation d'eau, l'Institut du Verre et le Groupe Pochet témoignent des nombreuses réalisations concrètes du secteur pour l'environnement.

Pouvez-vous nous présenter vos organisations respectives et leurs spécificités?

P. D. – Le groupe Pochet, spécialisé dans le packaging haut de gamme pour le Parfum et la Beauté, regroupe 4 pôles: verre, plasturgie, métal et décoration. Il bénéficie aujourd’hui d’une **expertise unique dans le flaconnage de luxe.**



Fort de quatre siècles d’histoire aux côtés des plus grands parfumeurs, le groupe Pochet a évolué au fil du temps s’adaptant à la demande de ses clients et à l’évolution du marché. Du verre, nous nous sommes diversifiés dans l’injection plastique, le métal, le trading et la vente d’accessoires, ainsi que le parachèvement. Nous savons allier métiers artisanaux et industriels pour réaliser des produits de haute qualité. **Tous nos sites français ont été reconnus Entreprise du patrimoine vivant (EPV).** Ce label est une marque de reconnaissance de l’État qui distingue les entreprises françaises aux savoir-faire artisanaux et industriels d’excellence. Le groupe Pochet a également un fort engagement sociétal et environnemental. **Depuis plus de 20 ans, la Responsabilité sociale des entreprises (RSE) fait partie de l’ADN de l’ensemble des sociétés du groupe.** L’un de nos objectifs prioritaires est de préserver la planète et de contribuer à l’économie circulaire.

X. C. – L'Institut du Verre est un organisme au service de la Fédération des Industries du Verre et de la Fédération du Cristal et du Verre. **Il traite l'ensemble des questions liées à l'environnement et à la santé au travail.** Chaque adhérent peut soumettre des questions qui concernent directement son activité. Selon le sujet, la question sera traitée individuellement ou en comité si elle est commune à l'ensemble de la profession.

Les questions peuvent être traitées en amont ou en aval d'une réglementation. En effet, l'Institut assure une veille environnementale pour l'industrie verrière et assure un rôle essentiel de passerelle entre les verriers et les pouvoirs publics dans ces matières. Nous précisons les attentes de l'administration et nous décryptons les textes pour les entreprises adhérentes.

Les adhérents des Fédérations sont de tailles très variées, de la TPE de 4 salariés aux groupes mondiaux. Notre particularité est d'avoir un rôle de soutien technique particulièrement pour les plus petites structures.



En quoi le réchauffement climatique a-t-il un impact sur vos organisations?

P. D. – Le verre est fondu à très haute température, jusqu'à 1500° C. Cette fusion génère une utilisation importante d'énergies fossiles et d'importantes émissions de CO2. Il existe par conséquent un enjeu majeur et stratégique pour nous de travailler sur ces deux piliers. La société Pochet du Courval œuvre depuis plusieurs années à l'amélioration des process de manière à diminuer ses émissions de CO2. Ce travail a nécessité des investissements très lourds.

X. C. – La lutte contre le changement climatique est présente dans de nombreuses réglementations et constitue une priorité pour les clients et

les salariés. Impulser une dynamique de progrès rapide est donc essentiel. De grands changements ont déjà été réalisés mais le travail engagé doit être poursuivi.

Nous travaillons depuis longtemps sur le sujet de l'efficacité énergétique. L'énergie a en effet un coût non négligeable qui se répercute sur nos industries. Si le verre est « énergo-intensif », car nos besoins en termes de température induisent bien un besoin important en énergie, cela ne signifie cependant pas forcément qu'il est « CO2-intensif ». En effet, il nous est possible de recourir à des énergies faiblement carbonées le cas échéant (biométhane, biofuel, éventuellement électricité...). Cette question du changement climatique est stratégique et transverse puisqu'elle concerne tous les secteurs d'activité.

La dimension temporelle est un autre point à ne pas négliger: les entreprises évoluent à un rythme lent parce qu'il s'agit d'une industrie lourde dont la durée de fonctionnement des outils est d'une dizaine d'années. Lorsque nous trouvons une solution, il faut prendre du temps pour la mettre en œuvre. D'où parfois le sentiment d'un décalage entre le moment où la solution est connue et le moment où elle peut être déployée à grande échelle.

P. D. – Je vais faire un parallèle: votre voiture, vous ne la changez pas tous les ans. Elle a une durée de vie de cinq à sept ans. Il faut donc



l'amortir, même si les derniers modèles sont plus écologiques. Il en est de même pour notre four à verre: la durée de vie d'un four est de dix à quinze ans. Un four, selon la taille et l'activité, peut coûter plusieurs millions d'euros. Notre dernier investissement a été réalisé en 2014: nous avons totalement changé la technologie de notre four et nous avons divisé par deux sa consommation d'énergie*. L'investissement étant très important, changer à chaque nouvelle norme ou nouveauté technologique environnementale pourrait mettre en péril nos sociétés.

X. C. – D'où l'importance aussi pour les entreprises d'anticiper les problématiques environnementales.

Quels engagements et actions votre organisation a-t-elle réalisés en faveur de l'environnement tout au long de son histoire?

P. D. – **Nous avons engagé une Démarche RSE en suivant la norme ISO 26000***. Nous avons réalisé une feuille d'action de manière à réduire notre impact environnemental, améliorer nos procédés de fabrication, écoconcevoir nos produits, mais aussi à préserver la santé et la sécurité de nos salariés. Depuis 2014, nous sommes ainsi parvenus à diminuer nos émissions directes ou indirectes de CO₂ de 17 %. Parallèlement, nous avons baissé de 41 % nos émissions de solvants provenant de l'application de peinture sur nos articles en verre. La consommation d'eau a été divisée par vingt depuis 2014. L'introduction de matières premières recyclées dans nos produits a permis d'économiser plus de 2400 tonnes de matières premières. Les émissions spécifiques (par tonne de verre) ont diminué pour l'ensemble des paramètres mesurés, avec des progrès très significatifs (- 60 % pour l'énergie spécifique depuis les années 60).

X. C. – Nous sommes principalement en BtoB. Cela signifie qu'il faut prendre en considération l'ensemble des industriels avec qui nous collabo-

rons. Si nous amorçons un changement, il faut convaincre l'ensemble de la chaîne de valeur qu'il sera aussi positif pour eux. Il est nécessaire de rappeler qu'en matière d'environnement, nous ne pouvons pas évoquer uniquement la question du changement climatique. Les différents aspects que vient d'évoquer Pierre Dehé sont également primordiaux.

Les entreprises verrières ont mis en place une filière de recyclage du verre d'emballage dès les années 1970. Le taux de recyclage en progrès constant fait du verre d'emballage l'un des matériaux les plus recyclés! Nous avons aussi baissé nos émissions de poussière, nos rejets de Nox, SOx (émissions de substances acidifiantes) en équipant nos sites avec des installations de traitement, en travaillant sur le design de nos installations...

Dans quelle mesure utilisez-vous vos moyens de communication et marketing pour vos organisations respectives aujourd'hui?

P. D. - Le développement durable fait partie de l'ADN et des valeurs partagées du Groupe Pochet. C'est un sujet majeur pour lequel le groupe s'engage depuis plus de 20 ans avec des réalisations majeures en ce sens comme notre verre SEVA qui contient plus de 14 % de matières recyclées sans affectation de la teinte. Ce sujet a pris de l'ampleur chez nos clients et les consommateurs depuis quelques années. Communiquer, partager, échanger sur nos avancées avec nos clients, fournisseurs, parties prenantes, mais aussi en interne avec nos collaborateurs, permet de créer une dynamique vertueuse, d'innover collectivement et fait bouger les lignes pour une économie plus circulaire. Être à l'écoute du marché et du client final est également un point primordial pour nous. Les réseaux sociaux nous permettent notamment de recueillir les avis et de mieux comprendre les attentes. Nous nous appuyons aussi sur l'opinion de nos salariés qui sont qui sont aussi nos premiers consommateurs.

X. C. – L’attractivité de notre industrie pour les jeunes diplômés est une priorité. Nous intervenons de plus en plus dans des formations universitaires. Notre objectif est de montrer que nous sommes innovants, respectueux de l’environnement, attractifs. Nous sommes fiers de travailler dans le verre et nous essayons de transmettre cette passion dans les différentes formations qui peuvent nous concerner.

Xavier Capilla, quel soutien apporte l’Institut du Verre en matière d’environnement aux sociétés verrières?

X. C. – Nous avons trois types de soutien: nous informons sur les textes en discussion au niveau national ou européen, nous représentons les verriers auprès des autorités et instances nationales et nous soutenons nos adhérents sur des projets spécifiques. Nous collectons des données et nous pouvons informer nos adhérents sur la moyenne du secteur. Les entreprises obtenant les meilleures performances peuvent être invitées à partager leurs bonnes pratiques. Nous organisons également des réunions thématiques avec des intervenants extérieurs sur les sujets transverses.

Quels seraient les risques pour une entreprise de ne pas s’engager contre le réchauffement climatique?

P. D. – Il y a beaucoup de sujets stratégiques. La société évolue et ses attentes sont de plus en plus fortes. Mais la priorité est la décarbonation. Cette logique est commune à toutes les industries. Tous les secteurs sont touchés par la lutte contre le changement climatique. Il convient de choisir à chaque fois la bonne solution au bon moment. Se tromper de solution peut être fatal pour une entreprise. Les autres priorités sont alignées avec des attentes spécifiques: la réutilisation du packaging vert comme le remplissage en boutique

d'un flacon de parfum, l'allègement des emballages, l'augmentation des matières recyclées dans les produits...

Quels seraient les risques pour une entreprise de ne pas s'engager contre le réchauffement climatique ?

X. C. – Les impacts seraient nombreux, nous en avons déjà indirectement parlé. L'impact serait grand vis-à-vis des clients, mais aussi vis-à-vis des salariés. Certains jeunes diplômés refusent de travailler dans certaines entreprises pour ces raisons-là. Il y a aussi un aspect très pragmatique qui sera l'accès aux finances vertes qui croient de manière importante. Je ne sais pas si, dans quelques années, il sera encore possible de financer une mine de charbon. Notre objectif est d'évoluer et de nous adapter aux nouvelles exigences environnementales. Le but est d'être vu comme tel. Il y a deux choses importantes: le faire et le faire-savoir. On a fait des progrès et parfois sans suffisamment le valoriser. Désormais, nous devons mieux promouvoir les actions que nous menons auprès de nos parties prenantes.

P. D. – Si nous ne nous engageons pas, nous serions écartelés. Nous défendons des valeurs vieilles de 400 ans et des engagements en découlent pour préserver la planète. On se doit de les tenir. Les collaborateurs de nos entreprises appartiennent à la société. Ils reflètent la société. On ne peut pas aller à l'encontre d'une tendance forte. Nous sommes engagés aujourd'hui pour l'environnement comme toute la société est aujourd'hui engagée pour lutter contre la Covid 19.

* Construction du four 5 à boucle avec électro-filtre en 1997, reconstruction du four 4 en 2014 avec 50 % de gain énergétique.

** Norme de l'Organisation internationale de normalisation (ISO) établissant les lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale des entreprises