**Paris 2024 : au pays des JO « les plus verts », le plastique est roi**

Paris 2024 et son partenaire officiel, Coca-Cola, ont fait grand cas de la réduction des déchets plastiques pendant les Jeux olympiques et paralympiques. Pourtant, plus de la moitié des 18 millions de boissons seront servies à partir de bouteilles en plastique individuelles, suscitant l’indignation des visiteurs et des associations.

Maxime Bertail - 06/08/2024 – La Croix

Aux Jeux olympiques « les plus verts de l’histoire », les spectateurs en quête de rafraîchissement tombent des nues : aux buvettes rouge-Coca, les sodas à cinq euros sont versés dans des gobelets consignés… à partir de bouteilles en plastiques de 50 cl, immédiatement jetées à la poubelle.

Et les visiteurs de partager leur indignation sur les réseaux sociaux, comme cet internaute sur X (anciennement Twitter) qui met en lumière les limites de la distribution d’Ecocup, ces gobelets réutilisables : « Une Écocup n’est pas écolo dès lors qu’on vide une bouteille en plastique dedans et qu’on la jette. Tout est fait pour que l’Écocup ne soit jamais rendue, refaire la queue pour la rendre, la ramener au bon stand. L’Écocup est clairement une vente supplémentaire pour Coca – celle-ci étant consignée pour deux euros NDLR. »

Dix millions de bouteilles plastiques

Il y a quatre ans, Paris 2024 s’engageait pour des Jeux « zéro déchet et zéro plastique à usage unique ». L’objectif a depuis été revu à la baisse. En juin 2023, son partenaire Coca-Cola, qui s’est offert l’exclusivité de la distribution de boissons pour l’événement, annonçait cette fois « soutenir l’ambition de réduire de moitié l’empreinte plastique à usage unique » par rapport aux Jeux de Londres en 2012, sans apporter davantage de précisions chiffrées sur cet objectif.

Le sponsor met en avant l’utilisation de gobelets réutilisables et de bouteilles de verre consignées, ainsi que l’installation de 700 fontaines, dans des points de vente pour le grand public et pour la restauration des athlètes, qui permettront d’acheter de l’eau mais aussi du Coca-Cola, du Fanta, du Sprite, et autres marques du groupe.

Pourtant, sur les 18 millions de boissons que la marque compte distribuer pendant l’événement, 10 millions le seront dans des bouteilles en plastiques. C’est ce que révélait France Nature Environnement (FNE) en juin, indiquant s’être procuré un document confidentiel du Comité d’organisation des Jeux olympiques et paralympiques (COJOP).

Outre celles destinées à la vente, quatre millions de bouteilles en plastiques seront distribuées gratuitement aux athlètes et aux arbitres, ce qui est interdit par la loi Anti-gaspillage pour une économie circulaire (AGEC). Mais le COJOP, dans une note confidentielle révélée en avril 2023 par le journal L’Équipe, invoque un enjeu de santé publique. En effet, selon les organisateurs une personne mal attentionnée pourrait notamment y introduire des produits dopants dans le but de disqualifier les athlètes, d’où la nécessité d’avoir des bouteilles scellées. Un motif que conteste la FNE, rappelant que ces dernières sont interdites dans des compétitions telles que Rolland Garos. Sollicité par La Croix, le COJOP n’a pas donné suite.

Des contraintes opérationnelles

Les objectifs affichés par Coca-Cola et Paris 2024 semblaient enterrés avant le début des Jeux. Aujourd’hui, des spectateurs consternés accusent directement la marque de boisson de communication mensongère : « Je ne suis pas du genre à blâmer les marques imparfaites qui tentent de s’améliorer mais quand j’ai l’impression qu’on me prend pour une idiote, j’ai du mal à garder le sourire », interpelle Ingrid Vanhée sur LinkedIn, l’ancienne directrice de la stratégie de Citeo, l’organisme qui accompagne les entreprises de la distribution à réduire l’impact de leurs emballages. La marque de soda, ironise-t-elle, semble en quête de « la médaille d’or du Greenwashing » – c’est-à-dire de l’utilisation trompeuse de l’argument écologique.

Contacté par La Croix, Coca-Cola invoque des contraintes opérationnelles sur un certain nombre de sites : « L’installation de fontaines à boissons a parfois été rendue impossible faute de raccordement au réseau de distribution d’eau, aux surfaces disponibles ; les bouteilles en verre n’étaient pas non plus une option pour des raisons liées à la manutention ». L’entreprise rappelle aussi que ses bouteilles sont faites de matière majoritairement recyclée, et qu’elles sont conservées au moment du service, plutôt que données aux clients, afin d’être mieux « triées, compactée et transportées pour être recyclées dans le centre de recyclage de notre partenaire embouteilleur en France ».

« Par définition, le plastique n’est pas réutilisable »

« Il y a eu beaucoup de communication autour de solutions qui n’en sont pas », rétorque Nathalie Gontard, directrice de recherche à l’Institut national de recherche pour l’agriculture, l’alimentation et l’environnement (Inrae). La spécialiste des emballages a les bouteilles recyclées dans le viseur : « On a l’impression que parce que les bouteilles sont en rPET (plastique recyclé), il n’y a plus d’impact. Mais le procédé de recyclage est très limité, et il y a beaucoup de perte. On ne peut recycler que quelques fois. »

Même chose du côté des ecocups, « soi-disant réutilisables. Le plastique, par définition, n’est pas réutilisable. C’est un matériau qui s’abîme vite, et qui libère des microplastiques dès sa fabrication. Il faudrait éviter de prêter au plastique des vertus qu’il n’a pas. »

L’alternative évidente, selon elle, est le verre. « On fait maintenant des verres très résistants, qui ne poseraient pas de problème de solidité. Ils ne sont pas forcément plus chers, et on peut les laver sur place, à l’infini. Je ne sais pas pourquoi la logistique serait plus compliquée. On le fait bien dans les cantines », remarque-t-elle.

Nathalie Gontard regrette surtout que les autorités et le COJOP n’ont pas été plus stricts sur la question des déchets : « Les contraintes techniques, je pense qu’elles ont bon dos, parce que certains arrivent bien à les dépasser. Si le plastique avait été interdit pendant l’événement, je pense qu’il y aurait eu plus d’effort pour déployer les fontaines à boisson. »

Au fond, l’objectif de réduction des plastiques à usage unique soulève une autre question, celle du choix des partenaires dans un tel événement. Le géant américain du soda est un sponsor historique des JO. En 2019, le Comité international olympique (CIO) et Coca Cola annonçaient prolonger de 12 ans un partenariat qui dure déjà depuis 1928. Mais à l’heure de l’urgence climatique et alors que les jeux de Paris se veulent exemplaires en matière environnementale, ce choix interroge. « Je trouve ça dommage de célébrer le sport, la santé, avec une telle boisson, estime la chercheuse. Coca-Cola représente tout sauf la santé – la nôtre, et celle des générations futures ».