



ANIMER LE LANCEMENT D'UNE DÉMARCHE D'ÉCO-CONCEPTION POUR AMÉLIORER LA COMPÉTITIVITÉ DES ENTREPRISES

**EVOLUTION D'UNE DÉMARCHE D'ÉCO-CONCEPTION INTEGRANT
DES CRITÈRES SOCIAUX ET SOCIÉTAUX**

Avec le soutien financier de



Edito



Sophie Costedoat



Nathalie Boyer

Dans la continuité de la mission intitulée « Compétitivité Durable des Entreprises » qui s'est déroulée de 2010 à 2011, la Direction Générale de la Compétitivité de l'Industrie et des Services (DGCIS, Ministère du Redressement Productif) a confié à l'association Orée en 2012, une mission visant à favoriser l'émergence de projets éco-innovants et collaboratifs de qualité dans le domaine de l'éco-conception et de l'écologie industrielle et territoriale et à aider les entreprises, plus particulièrement les PME, dans la mise en œuvre opérationnelle de ces thématiques au sein de leur stratégie d'entreprise innovante ou de territoire.

Pour permettre une meilleure diffusion des démarches d'éco-conception, l'association Orée a élaboré un guide « *Animer le lancement d'une démarche d'éco-conception pour améliorer la compétitivité de l'entreprise* » qui s'adresse à toute entreprise qui souhaite développer une offre compétitive et durable dans le cadre de la mise en œuvre de la conférence environnementale, méthodologie innovante qui intègre des critères environnementaux et techniques.

Issu d'un travail collaboratif entre l'association Orée et le Centre des Jeunes Dirigeants, ce guide a été construit en mutualisant des outils pertinents sur ces thématiques. C'est une occasion pour le dirigeant et les collaborateurs de l'entreprise de remettre en question la stratégie d'entreprise et d'imaginer d'autres modèles économiques comme l'économie de fonctionnalité ou l'économie circulaire.

S'appuyant sur les principes de l'éco-conception, à savoir la prise en compte des critères environnementaux pour développer la compétitivité des entreprises, la démarche étape par étape ici présentée permettra de mobiliser les salariés, les parties prenantes en partant de sa vision actuelle pour améliorer (reconcevoir) ou inventer (concevoir) un nouveau produit ou service mais aussi sur une lecture ciblée des lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale instaurées par l'ISO 26 000.

La méthodologie ici proposée permettra d'instaurer un dialogue bilatéral et interactif avec l'ensemble des services de l'entreprise mais aussi avec toutes les parties prenantes de chaque étape du cycle de vie d'un produit ou d'un service. Grâce à celle-ci, les participants à la démarche pourront appréhender de façon optimale l'intégralité du contexte institutionnel, juridique, économique et associatif pour développer leur projet entrepreneurial. Structurée en quatre étapes, la méthodologie permettra à toute entreprise d'orienter, de piloter et de formaliser rapidement une démarche d'éco-conception pour répondre à des questions simples comme :

- Où en êtes-vous au regard d'une démarche d'éco-conception ?
- Sur quoi travailler pour améliorer la compétitivité de mon entreprise en y insérant de l'éco-conception ?
- Vers où aller pour développer mon projet ?
- Comment parvenir à dynamiser mon équipe ?
- Comment mesurer mes progrès et comment communiquer les résultats en interne et en externe ?

Ce guide est conçu de manière pragmatique, afin de proposer des fiches outils qui accompagneront la réflexion des entreprises et les aideront à mener de façon autonome une démarche d'amélioration continue du service rendu et/ou une réduction des coûts environnementaux.

Ce guide est un moyen pour l'entreprise de pouvoir se différencier par rapport à ses concurrents en apportant une réponse aux réglementations environnementales de plus en plus nombreuses et aux attentes des consommateurs leur permettant d'intégrer dans leurs décisions d'achat, des critères de qualité environnementale.

Remerciements

Pour la confiance et le soutien qu'ils nous ont accordé : Pascal Faure, Directeur Général de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services ; Yves Robin, Chef du service de l'Industrie ; Nicolas Lermant, Sous-Directeur des filières des matériels de transport, de l'énergie et des éco-industries ; Sophie Costedoat, Chef du bureau des écotechnologies, de la mécanique et des machines de production.

Ce guide étant issu des travaux collaboratifs entre l'association Orée et le Centre des Jeunes Dirigeants (CJD), nous tenions à les remercier chaleureusement et plus particulièrement, pour leur travail efficace et dynamique : Luc Ardellier et Gaëlle Brière.

Pour le soutien technique et la rédaction de ce guide : Sarah Benosman et Guillaume Jouanne, Evea. Pour l'apport de leurs outils ou de leurs visuels : Hélène Teulon, Gingko 21 ; François Raffin, Auki ; Samuel Mayer, Pôle Eco-conception et l'ADEME.

Nous souhaiterions aussi remercier les participants au groupe de travail éco-conception d'Orée du 23 novembre 2012 pour leur contribution à la première phase test :

- Sophie Bonnier, Ecoemballages
- Alexandre Maurin, Green Cross France et Territoires
- Mélanie Mac Donald, Des Enjeux et des Hommes
- Jean-Baptiste Petit, PWC
- Joanna Rebelo, Gecina
- Hervé Ross Carre, AFNOR
- Caroline Sorez, Avnir

Enfin, pour la coordination et la contribution à la rédaction du guide : Nathalie Boyer et Maria Fortunato, Association Orée.

SOMMAIRE

Préambule	4
Pourquoi l'éco-conception est-elle pertinente pour mon entreprise ?	4
A quoi sert le Guide Orée « Animer le lancement d'une démarche d'éco-conception » ?	6
1 Comment exploiter ce guide ?	9
2 Quelle est ma démarche d'éco-conception intégrant des critères sociaux et sociétaux ?	11
Où en êtes vous au regard d'une démarche d'éco-conception ?	12
Sur quoi travailler pour améliorer la compétitivité de mon entreprise en y insérant l'éco-conception?	13
Vers où aller pour développer mon projet?	14
Comment parvenir à dynamiser mon équipe ?	15
Comment mesurer mes progrès et communiquer en interne et en externe ?	16
3 Quelques fiches-outils	18
Veille réglementaire et concurrentielle	19
Réaliser son auto-diagnostic	22
Réaliser un SWOT	23
Matrice de l'offre de l'entreprise	25
Périmètre d'actions	27
FAST pour l'analyse fonctionnelle	31
Cycle de vie - Bien	33
Cycle de vie - Service	37
MIME : Matrice Multi-impacts multi-étapes	38
BIP : Balisage des Impacts Prioritaires	39
Identification des principaux enjeux et leviers d'action	40
Roue de l'éco-conception	41
4 ANNEXES	42
Annexe 1 : Exemple d'éco-conception d'une bouilloire intégrant des critères sociaux et sociétaux	42
Où en êtes vous au regard d'une démarche d'éco-conception ?	42
Sur quoi travailler pour améliorer la compétitivité de mon entreprise en y insérant l'éco-conception ?	43
Vers où aller pour développer mon projet?	44
Comment parvenir à dynamiser mon équipe ?	45
Comment mesurer mes progrès et communiquer en interne et en externe?	46
Annexe 2 : Quelques logiciels d'éco-conception gratuits et multi-secteurs	48
Annexe 3 : L'affichage environnemental	49
Annexe 4 : Les attentes des consommateurs	50

PRÉAMBULE

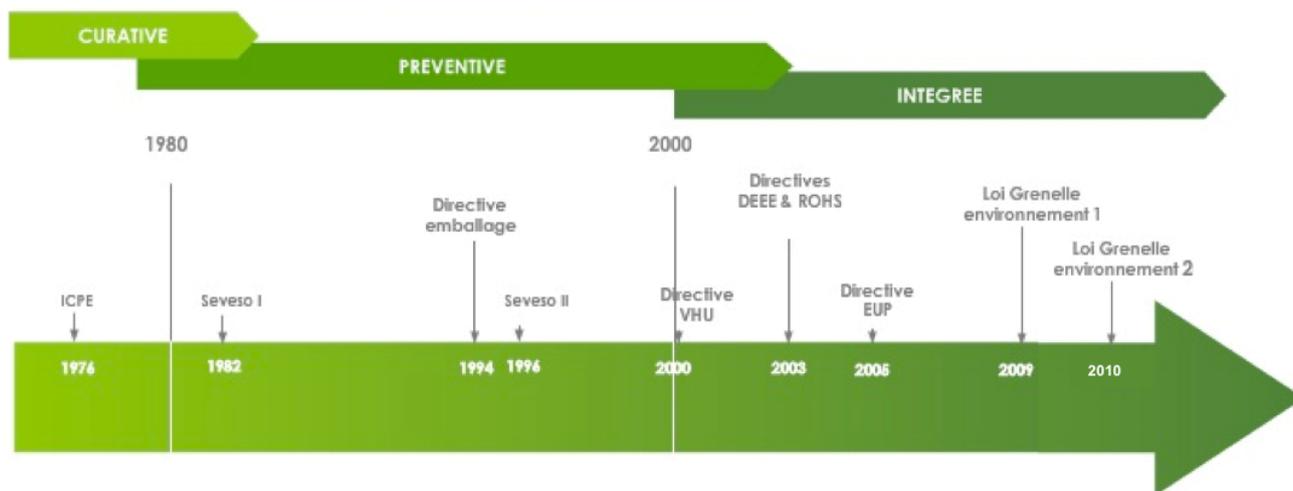
Ce guide a été développé par EVEA, Orée et le CJD dans le cadre d'une mission de la DGCIS pilotée par Orée en vue d'une meilleure diffusion des démarches d'éco-conception intégrant des critères sociaux et sociétaux au sein des PME.

POURQUOI L'ÉCO-CONCEPTION EST-ELLE PERTINENTE POUR MON ENTREPRISE ?

- **Un cadre réglementaire et normatif**

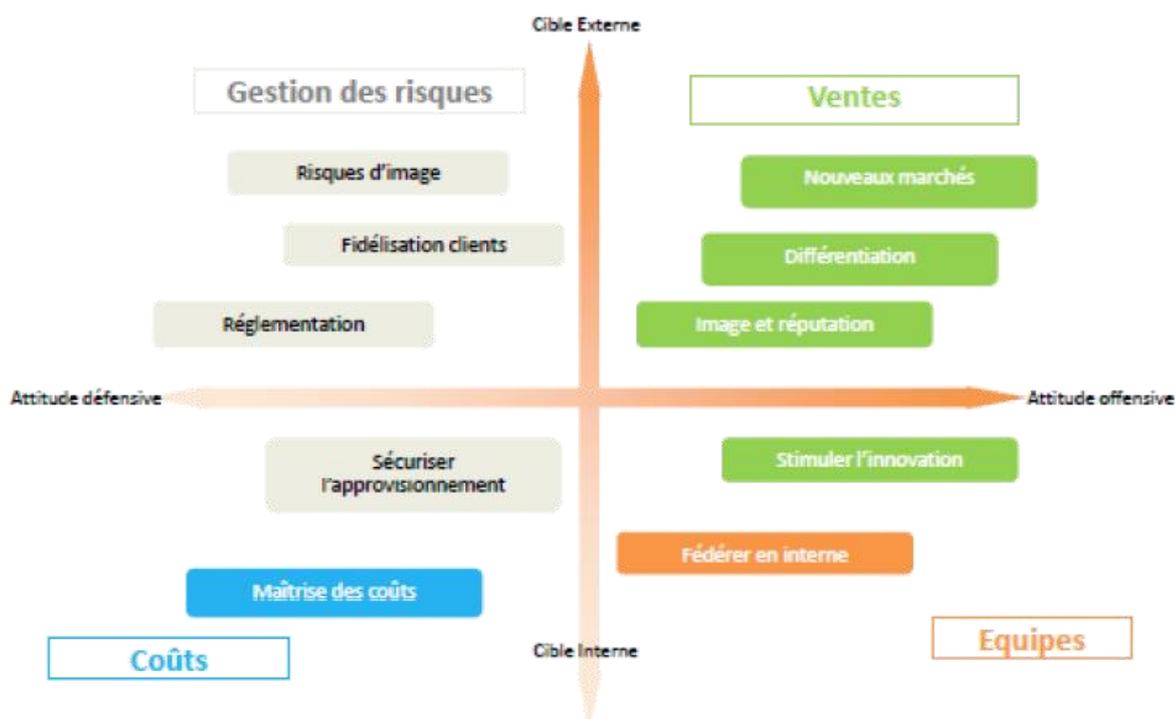
La réglementation environnementale ne cesse de progresser. Elle est passée d'une approche curative (traiter les pollutions) depuis les années 70 à une approche préventive ciblée produit : prévention à la source, responsabilité des producteurs quant à la fin de vie de leurs produits, éco-conception de certains produits...

Cf. Focus sur l'affichage environnemental en Annexe 3

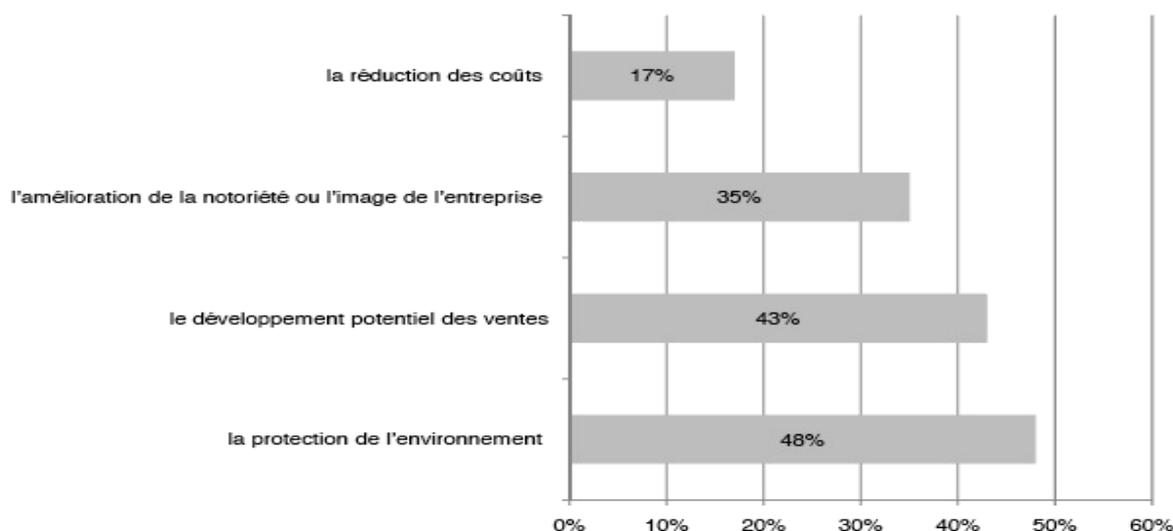


+ d'infos sur <http://ecoconception.oree.org/eco-conception-en-question/pourquoi-eco-conception-un-produit-et-ou-un-service/un-cadre-reglementaire-et-normatif.html>

- **Une approche adaptée à toute stratégie de développement :** (Les 4 raisons de se lancer dans l'éco-conception – Source ADEME - www.ademe.fr/eco-conception)



- **Des gains potentiels** : Les 4 principaux bénéfices déclarés – Source étude BVA pour l'ADEME. Sur le site de l'ADEME : Management environnemental et éco-produits > Concevoir > Outils et études



Cf. Focus sur les attentes des consommateurs en Annexe 4

- **Une occasion de questionner sa stratégie d'entreprise et d'imaginer d'autres modèles économiques**

L'éco-conception peut amener à faire de l'économie de fonctionnalité qui consiste en la substitution de la vente d'un produit par la vente de l'usage. La valeur d'un produit pour le consommateur réside dans la fonction, donc les bénéfices qu'il retire de son utilisation en réponse à son besoin, et non dans la possession du produit en question.

Par exemple, dans une économie de fonctionnalité, les consommateurs achètent - dans une certaine durée - de la mobilité plutôt qu'un véhicule, une climatisation constante à 18 degrés plutôt que du gaz ou de l'électricité, un service de nettoyage régulier plutôt qu'un lave-linge, etc. Dans une telle optique, la valeur économique du produit ne repose plus sur sa valeur d'échange, mais bien sur sa valeur d'usage.

Exemples d'économie de fonctionnalité :

- Photocopieur : la location de photocopieurs par Xerox et son offre de services de reproduction de documents « à la copie » (document management services), qui se basent sur une stratégie d'entreprise totalement orientée autour de la récupération et la ré-utilisation des produits usagés.
- Pneumatiques : Michelin offre un service de gestion et maintenance des pneumatiques, destiné aux entreprises de transport. Les pneus sont loués, ce qui permet à Michelin de les récupérer à temps pour pouvoir les rechapier, s'assurant ainsi un marché captif. L'entreprise de transport, de son côté, a l'assurance d'un bon fonctionnement et la sécurité associée.
- Safechem, une filiale de Dow Chemical en Allemagne, a développé le système Safetainer, qui permet de récupérer les solvants chlorés en évitant les pertes par évaporation. Ces solvants sont ensuite recyclés avant d'être retournés aux clients, dans le cadre de contrats de location.

La démarche d'éco-conception peut aussi conduire au développement de modèles **d'économie circulaire** :

- Utilisation d'un déchet comme ressource pour produire un autre produit
- Développement de circuits donnant une deuxième vie aux objets en les recyclant
- Réintroduction de tous les déchets, sous-produits de la production de biens, dans le cycle de la production et de la consommation
- Optimisation du taux de recyclage et de valorisation des déchets
- Augmentation dans le gisement de déchets de la proportion réutilisée ou recyclée et valorisée sous forme de nouvelles matières

→ Conclusion

L'éco-conception **est un moyen de faire évoluer son offre** pour limiter les besoins en ressources et réduire ses déchets, tout en étant différenciant. C'est également un moyen pro-actif **pour s'inscrire dans la durée**. **L'éco-conception est accessible, pertinente pour votre activité et indissociable de la stratégie d'entreprise.**

A QUOI SERT LE GUIDE ORÉE « ANIMER LE LANCEMENT D'UNE DÉMARCHE D'ÉCO-CONCEPTION » ? :

Conçu pour aider les TPE / PME / PMI à initier et piloter une démarche d'éco-conception en toute autonomie, ce guide propose un cadre pour formaliser pas à pas une démarche d'amélioration continue en se servant, si nécessaire, des outils proposés en partie 3 et inciter les entreprises à appréhender l'intégralité des relations qu'elles entretiennent avec leur environnement. Il est ici proposé une méthodologie innovante qui intègre aussi les critères sociaux et sociétaux.

Qui doit l'utiliser? Employé(e) ou dirigeant(e) de l'entreprise dont les responsabilités sont suffisantes pour :

- définir une stratégie d'éco-conception intégrant des critères sociaux et sociétaux et la mettre en œuvre,
- animer un groupe de pilotage pluridisciplinaire dont chaque membre contribuera à la démarche par un travail individuel et une participation à des restitutions /consolidations collectives,
- consulter des parties prenantes expertes (ex : ADEME, CCI, entreprises non concurrentes de son réseau, pôle de compétitivité, associations...)

Comment est-il structuré ? 4 parties :

- 1- Partie 1 - « Comment exploiter ce guide? » :
 - Définition des rôles de l'animateur de la démarche et des personnes à mobiliser
 - Recommandations sur l'organisation pratique (méthodes de travail et planning)
- 2- Partie 2 - « Quelle est et sera ma démarche d'éco-conception intégrant des critères sociaux et sociétaux? » :
 - Chaque étape de la démarche y est décrite de la définition initiale des objectifs à l'amélioration continue grâce aux plans d'actions,
 - avec un renvoi à des fiches outils et des emplacements pour compiler les résultats
- 3- Partie 3 – Quelques fiches-outils à ma disposition
Une fiche spécifique à chaque outil présenté dans la partie 2 où seront précisés les objectifs et bonnes pratiques (qui / quoi / quand) pour se l'approprier
- 4- Partie 4 - Annexes :
 - Un exemple de partie 2 complétée par un concepteur-assembleur-revendeur de bouilloires
 - Les logiciels d'éco-conception gratuits et multi-secteurs
 - L'affichage environnemental
 - Les attentes des consommateurs

Comment a-t-il été construit ?

En mutualisant les outils gratuits maîtrisés par Orée, le CJD (Centre des Jeunes Dirigeants) et EVEA, dans cette première version éditée en décembre 2012 :

- les supports de la commission PSD (Produits & Services Durables) animé par le CJD
- le Guide EcoFaire développé par la SEM régionale des Pays de la Loire, en collaboration avec EVEA
- le site web du Pôle éco-conception : <http://www.eco-conception.fr/>
- le site web OpenGreen, développé par Gingko 21 et Auki, www.opengreen.info
- les publications de l'ADEME
- la plate-forme web éco-conception d'Orée : <http://ecoconception.oree.org/>
- les retours des tests réalisés dans le cadre du groupe de travail Orée

Comment poursuivre votre démarche après vous être approprié ce guide ?

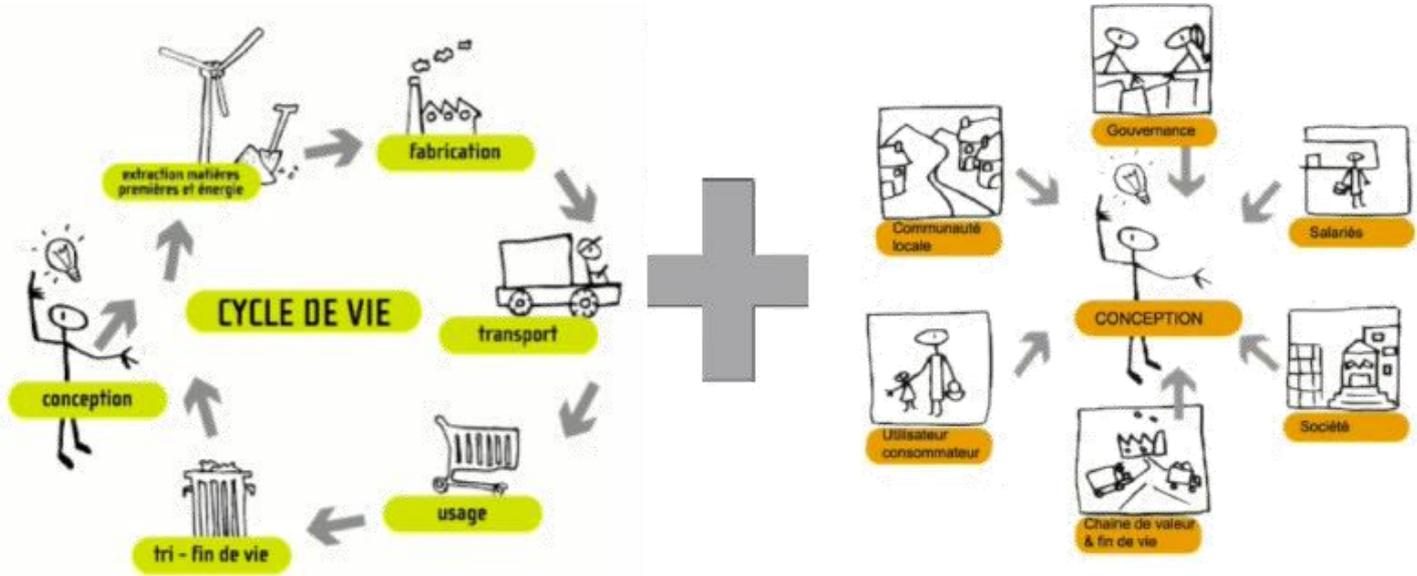
En complément de ce guide, chaque entreprise pourra exploiter des guides d'éco-conception sectoriels et bénéficier d'un accompagnement par des professionnels du Développement Durable (ex : ADEME, chargés de missions de CCI, les cabinets conseils...) pour enrichir sa démarche.

N'hésitez pas à faire remonter vos remarques et suggestions à Orée pour améliorer ce document : oree@oree.org

QU'EST-CE QU'UNE DEMARCHE D'ECO-CONCEPTION INTEGRANT DES CRITERES SOCIAUX ET SOCIETAUX ?

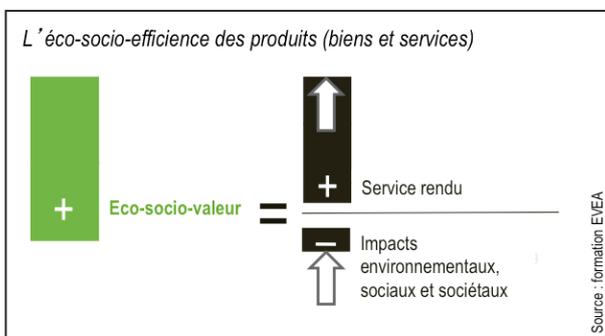
(Source : le Pôle éco-conception et le CJD)

Au carrefour d'une approche par parties prenantes et d'une vision globale du cycle de vie du produit, l'éco-conception se présente comme une solution pour intégrer l'ensemble des critères du développement durable en conception de produit.



Véritable moyen pour **développer une offre compétitive et durable**, l'éco-conception est une démarche qui se concrétisera différemment suivant la stratégie de votre entreprise. Elle pourra s'apparenter à une innovation :

- technique (nouveaux procédés de fabrication, de maintenance, de gestion, de recyclage ou d'élimination des déchets...)
- commerciale (changement du mode de distribution, de la communication...)
- et/ou organisationnelle (révision des missions des collaborateurs, développement de partenariats...).



Une stratégie d'éco-conception visera toujours :

- l'amélioration du service rendu
- et/ou la réduction des coûts environnementaux, sociaux et sociétaux

Exemples d'axes de réduction des coûts :

- *environnementaux* : optimiser la masse, le volume, la quantité de déchets, la consommation d'énergie en production/utilisation...
- *sociaux / sociétaux* : améliorer les conditions de travail, la santé, la sécurité des salariés

Ce guide s'appuie sur une lecture ciblée des lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale instaurées par l'ISO 26000. Orée et EVEA ont retenu les principes et outils les mieux adaptés aux petites et moyennes entreprises, cibles principales de ce guide :

- une attention toute particulière est portée sur l'éco-conception, à savoir la prise en compte des critères environnementaux, science dont les indicateurs qualitatifs et quantitatifs peuvent être définis et suivis par des non-experts,
- certains outils émergents et encore au stade de recherche, comme l'analyse de cycle de vie sociale, ne sont pas illustrés.

Il est proposé ici une démarche fondée sur des principes scientifiques mais aussi du raisonnement de bon sens pour appliquer les valeurs du Développement Durable à votre entreprise le plus simplement et efficacement possible.

Les PME et l'éco-conception – Source EVEA d'après Pôle éco-conception

Pour
les débutants

- **Introduction à la démarche :**
 - Qu'est-ce que l'éco-conception?
 - Comment l'appliquer dans mon secteur?
 - Quels arguments pour convaincre?
- **Conseil, guides et outils:** réponse à vos besoins (faire, savoir, demander et rechercher) pour la mettre en place > Ce guide Orée s'inscrit dans cette partie

Pour les
pratiquants
occasionnels

- **Bonnes pratiques :** exemples
- **Astuces, méthodes et outils :** aide et ressources pour le déploiement
- **Expertise externe :** enrichir sa démarche par de nouvelles valeurs ajoutées

Pour les
expérimentés

- **Sensibiliser :** mobiliser, motiver, convaincre en interne
- **Aides financières:** information sur celles qui existent, comment les demander et les obtenir
- **Support méthodologique :**
 - Module de formation
 - Outils et méthodes d'évaluation, de créativité et de pilotage
 - Cas pilote, suivi/vérification, support

1 COMMENT EXPLOITER CE GUIDE ?

COMMENT S'ORGANISER EN EQUIPE ?

Pour formaliser et animer votre démarche (partie 2 du guide), en utilisant si nécessaire la boîte à outils en partie 3, un animateur devra s'approprier et cadrer la méthodologie. Il devra mobiliser son équipe autour des principes de l'éco-conception et rappeler à chaque membre de l'équipe (lui compris) l'importance de son rôle : les obligations et les limites, en vue du succès collectif. Ci-dessous sont détaillées :

- les responsabilités de l'animateur,
- nos recommandations sur le choix des participants, c'est-à-dire les autres personnes à intégrer à la démarche,
- la méthode de travail à privilégier.

L'animateur : impliqué tout au long du développement de la démarche, son rôle requiert :

- une **préparation de chaque réunion** : suivi de l'état d'avancement de la démarche (= remplissage de la partie 2 du guide), mise à jour du planning général, construction et diffusion de l'ordre du jour (avec choix des outils à exploiter si nécessaire) ;
- une **écoute active et une animation efficace** : reformuler, réguler, relancer, résumer, recentrer, recadrer, illustrer par des exemples, encourager et formaliser les résultats, conclure par le rappel des décisions prises et du plan d'actions immédiat ;
- une **maîtrise des outils d'éco-conception** (boîte à outils proposée en partie 3 ou méthodes de travail répondant aux mêmes objectifs) pour assurer leur bonne appropriation par les participants ; il est **garant du bon traitement de toutes les étapes préconisées dans le guide**, en respectant les conseils d'exploitation des outils et les contraintes de délais définies au lancement de la démarche ;
- une bonne **compréhension des points de vue**, attentes et enjeux de chaque participant ; l'animateur devra recueillir leur perception, les **impliquer par consultation et/ou collaboration opérationnelle** à chaque étape de la démarche d'éco-conception intégrant des critères sociaux et sociétaux ;
- une **identification des compétences externes à mobiliser** sur la démarche pour cibler les consultants ou bureaux d'études dont l'accompagnement et/ou livrables soutiendront l'équipe.

L'animateur peut maintenir au meilleur niveau les exigences de ce guide et favoriser l'amélioration des outils au bénéfice de tous. Toute observation, toute difficulté rencontrée ou à l'inverse toute heureuse découverte pourra ainsi être partagée avec Orée pour faire progresser, année après année, les thèmes, les méthodes et les outils, augmentant ainsi la satisfaction de ses utilisateurs.

Participants

Selon les termes de l'ISO 26000, dialoguer avec ses parties prenantes « aide l'entreprise à aborder sa responsabilité sociétale en fournissant un éclairage à ses décisions ». Le déroulé de cette démarche nécessite donc pour en assurer la pertinence d'impliquer l'ensemble des services de l'entreprise. A minima, nous préconisons d'impliquer les fonctions suivantes au sein de l'entreprise (dans certaines entreprises, certaines fonctions peuvent être concentrées sur la même personne) :

- Direction pour les prises de décisions
- Bureau d'étude / conception / design pour l'expertise « produit »
- Marketing / commercial pour la connaissance des attentes du marché
- Production / qualité / industrialisation pour l'évaluation de la faisabilité technique des idées d'éco-conception
- Achat / relation fournisseurs pour l'évaluation économique des idées d'éco-conception

Pour un regard externe, la démarche peut également faire intervenir des parties prenantes comme l'ADEME, la CCI, des ONG, des clients ou encore des fournisseurs...

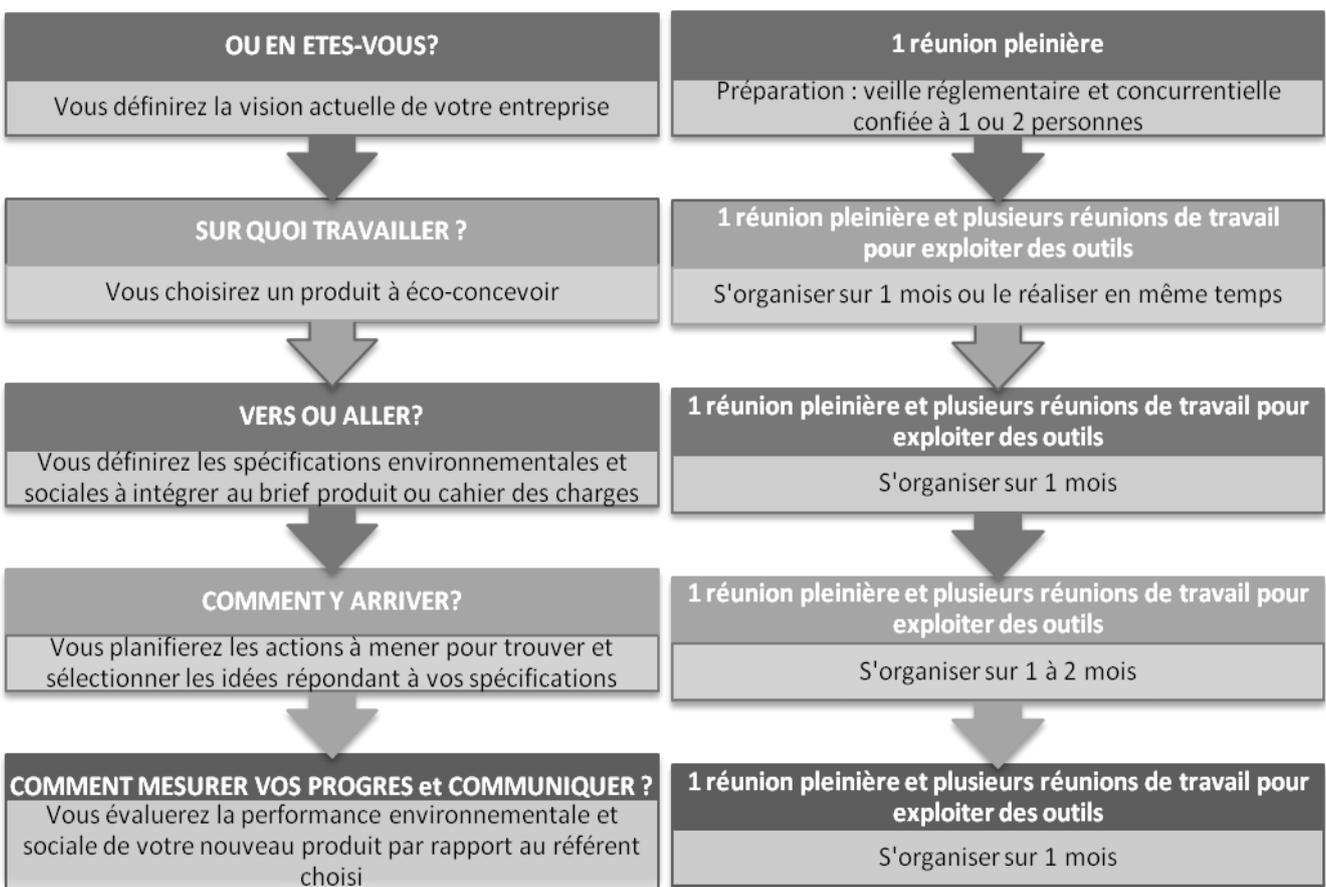
Méthode de travail: planification et format d'échange adapté

Pour répondre au mieux aux questions proposées, ce guide préconise à l'animateur de **planifier les réunions de travail et jalons de la démarche** :

- pendant lesquelles tous les participants pourront s'exprimer,
- entre lesquels chaque participant devra connaître ses tâches personnelles.

Le format d'échange devra s'adapter aux spécificités de l'entreprise et pourra évoluer pour chaque étape de la démarche : réunions formelles et/ou informelles, entretiens individuels, conférences, ateliers, audiences publiques, tables rondes, comités consultatifs, forums... à partir du moment où la communication bilatérale est effective et interactive.

A titre indicatif, nous vous proposons l'organisation suivante qui pourra être modulée (ex : fusion de plusieurs plénières) en fonction de la maturité de la démarche éco-conception de l'entreprise :



2 QUELLE EST MA DÉMARCHE D'ECO-CONCEPTION INTEGRANT DES CRITÈRES SOCIAUX ET SOCIÉTAUX ?

Définitions utiles pour l'utilisation de ce guide :

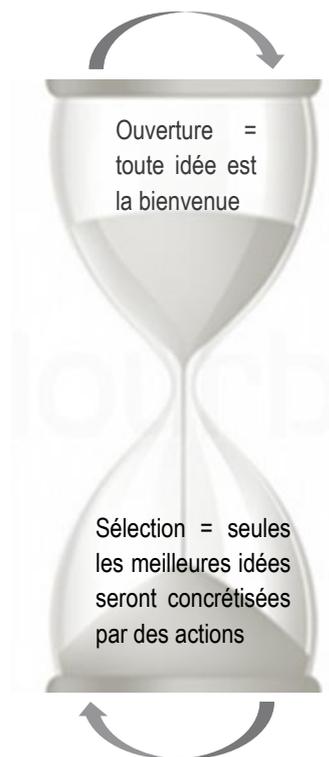
Produit : On désignera par ce terme une partie de l'offre de votre entreprise à améliorer (reconception) ou à inventer (conception d'un nouveau produit) :

- un bien ;
- un service ;
- ou une typologie de biens et/ou services ayant la même fonction principale (ex : une gamme de produits).

Référent : C'est la base pour comparer le produit étudié. Il peut être :

- le produit existant avant éco- conception ;
- un produit concurrent qui assure le même service rendu ;
- un ensemble de produits qui, rassemblés, assurent le même service rendu ;
- un scénario ou un comportement actuel en cycle de vie.

Dans les pages qui vont suivre, nous vous invitons à répondre à plusieurs questions afin d'orienter, piloter et formaliser votre démarche étape par étape. A chacune de ces étapes, des outils seront proposés pour vous aider à trouver vos réponses.



Tels les grains de sable de ce sablier, vos idées pour éco-concevoir seront nombreuses. Il faudra assurer leur compilation pour n'en oublier aucune et savoir retourner à tout moment le sablier pour passer de l'«ouverture» à la «sélection». Répondre aux questions de ce guide revient en fait à analyser votre offre sous différents angles pour stimuler votre créativité et votre esprit critique.

CE GUIDE PROPOSE UNE MÉTHODOLOGIE EN 4 ÉTAPES POUR VOUS AIDER À FORMALISER RAPIDEMENT UNE DÉMARCHE D'ÉCO-CONCEPTION.

LES OUTILS SERVENT À ALIMENTER VOTRE RÉFLEXION ET DOIVENT ÊTRE UTILISÉS DE FAÇON TRÈS LIBRE : À TOUT MOMENT, PLUSIEURS FOIS, AVEC DES GROUPES DE TRAVAIL DIFFÉRENTS... ILS APPORTENT TOUJOURS UN ÉCLAIRAGE NOUVEAU.

Cf. exemple de formalisation de la démarche d'éco- conception d'une bouilloire intégrant des critères sociaux et sociétaux en Annexe 1

OÙ EN ETES VOUS AU REGARD D'UNE DÉMARCHE D'ÉCO-CONCEPTION ?

Cf. exemple de formalisation de la démarche d'éco-conception d'une bouilloire intégrant des critères sociaux et sociétaux en Annexe 1

Pour renseigner les tableaux ci-dessous, vous pouvez au préalable exploiter les fiches-outils suivantes :

- *Veille réglementaire et concurrentielle (p.19)*
- *Réaliser son auto-diagnostic (p.22)*

Vision : Chaque entreprise, en fonction de sa raison d'être, s'est donné une vision lui indiquant où elle devrait être à une certaine échéance. Pour atteindre cette vision, elle prépare sa stratégie, la formalise puis la partage avec ses parties prenantes directes. Celle demandée ici peut être celle du dirigeant, individuelle et personnelle et hors de toute contrainte (« si je rêve, je vois mon entreprise dans X ans ... »)

Ma vision aujourd'hui (en 3 phrases maximum):

Votre entreprise a-t-elle intérêt à entreprendre une démarche d'éco-conception intégrant des critères sociaux et sociétaux ?

Oui, voici notre intérêt :

L'animateur de cette démarche sera :
Et nous devons vérifier les points suivants :

Non, parce que :

Que puis-je changer pour pouvoir me lancer ? :

SUR QUOI TRAVAILLER POUR AMELIORER LA COMPETITIVITE DE MON ENTREPRISE EN Y INSERANT L'ECO-CONCEPTION ?

Cf. exemple de formalisation de la démarche d'éco-conception d'une bouilloire intégrant des critères sociaux et sociétaux en Annexe 1

Pour renseigner les tableaux ci-dessous, vous pouvez au préalable exploiter les fiches-outils suivantes :

- Veille réglementaire et concurrentielle (p.19)
- SWOT (p.23)
- Matrice de l'offre de l'entreprise (p.25)
- Périmètre d'actions (p.27)
- Cycle de vie (bien et service) (p.33 et 37)
- MIME : Matrice Multi Impacts Multi Etapes (p.38)
- BIP : Balisage des Impacts Prioritaires (p.39)
- Identification des principaux enjeux et leviers (p.40)

Cf. définitions PRODUIT et REFERENT en page 9

Pour choisir le produit que vous souhaitez éco-concevoir, 4 principes sont préconisés:

1. Etre prêt à revoir sa stratégie par un travail collaboratif avec ses collaborateurs et les différentes parties prenantes
2. Identifier les enjeux environnementaux et sociétaux principaux de son offre : réglementation, attentes...
3. Dépasser les frontières de l'entreprise pour rechercher des solutions dans son écosystème : une entreprise est en synergie avec son environnement, les déchets des uns peuvent ainsi devenir les ressources des autres...
4. En déduire le produit grâce auquel je vais lancer ma démarche d'éco-conception et identifier le référent correspondant.

Type et nom du produit sur lequel je veux travailler à renseigner **dans une des cases** du tableau ci-dessous :

N.B. Le nom étant renseigné au lancement du projet, il sera évidemment susceptible d'évoluer (ex : produit xxx.version2 pour une reconception du produit xxx)

	Amélioration (=reconception)	Innovation (=conception d'un nouveau produit)
Bien		
Service		
Typologie de biens et/ou services ayant la même fonction principale (ex : une gamme de produits)		

Référent :

L'état initial de mon référent (ne pas hésiter à ajouter de nouvelles lignes si plus de 5 indicateurs semblent pertinents)

Indicateurs (ex : masse, volume, énergie, eau, quantité de déchets, émissions CO2, épuisement des ressources naturelles...)	Valeur (en précisant l'unité)	Outil / méthode utilisé (ex : Bilan produit ADEME, suivi annuelle des conso. du site et correspondance avec la ventilation du CA, mesure spécifique)

VERS OÙ ALLER POUR DEVELOPPER MON PROJET?

Cf. exemple de formalisation de la démarche d'éco-conception d'une bouilloire intégrant des critères sociaux et sociétaux en Annexe 1

Pour renseigner les tableaux ci-dessous, vous pouvez au préalable exploiter les fiches-outils suivantes :

- Veille réglementaire et concurrentielle (p.19)
- Périmètre d'actions (p.27)
- FAST (p.31)
- MIME : Matrice Multi Impacts Multi Etapes (p.38)
- BIP : Balisage des Impacts Prioritaires (p.39)
- Identification des principaux enjeux et leviers (p.40)
- Roue de l'éco-conception (p.41)

À partir des critères listés à l'étape précédente, organisez vos objectifs de performance durable par partie prenante. Ces objectifs sont les spécifications environnementales et sociales à intégrer au brief produit ou cahier des charges.

Chaîne des acteurs	Spécifications environnementales et sociétales
Fournisseurs	
Sous-traitants Transports et logistique	
Les différents services de l'entreprise (R&D, achats, marketing, design, bureau d'études, production, communication...)	
...Clients Prescripteurs Autres intermédiaires	
Utilisateurs finaux	

COMMENT PARVENIR A DYNAMISER MON EQUIPE ?

Cf. exemple de formalisation de la démarche d'éco-conception d'une bouilloire intégrant des critères sociaux et sociétaux en Annexe 1

Cette étape formalise le passage des spécifications listées dans « Vers où aller ? » à des actions concrètes pour chaque acteur du développement du produit.

Pour établir votre plan d'actions, vous pouvez :

- exploiter vos outils de pilotage projet habituels
 - ou en construire un (par exemple dans Excel) à partir de la trame proposée ci-dessous, à compléter en répondant au QQQCCP :

- *QUI agit ?*
- *QUOI ? Que doit faire la personne qui agit*
- *OU ? Si besoin de le préciser*
- *QUAND ? Les échéances précises*
- *COMMENT ? Les moyens*
- *COMBIEN ça va coûter ?*
- *POURQUOI ? Toujours préciser la finalité, c'est-à-dire les objectifs de ses actions*

Objectif	ACTION	Responsable	Echelle des temps				Pré requis	Livrables	Contraintes	Budget
			Durée	Début	Fin	Etapes				
1										
2										
3										

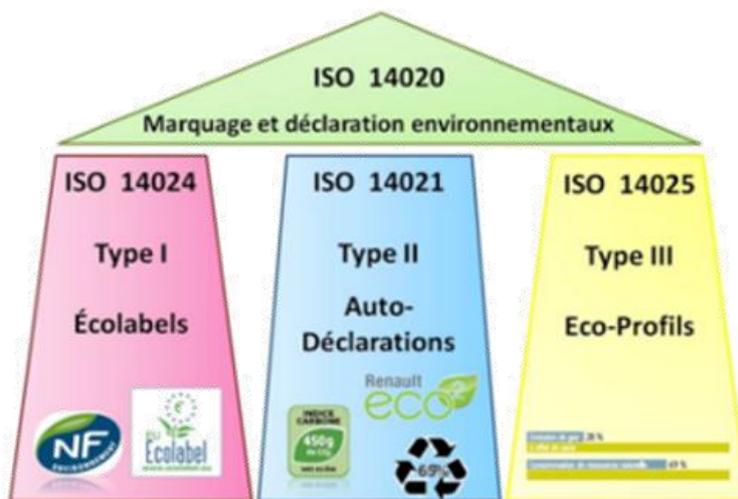


Illustration des 3 types de communication environnementale, source Pôle Eco-conception

Pour construire votre argumentaire environnemental :

1-Choisir le(s) type(s) de communication adaptés à votre cible en cochant la case correspondante :

Ecolabel(s)	
Auto-déclarations	
EPD – Environmental Product Declaration– réalisée à partir d’ACV	
Affichage environnemental selon le BPX30-323 et le référentiel adapté à sa catégorie de produit	
Justifications	

2- Développer son contenu et sa forme (symbole, pictogramme...) en respectant les normes associées et référentiels de bonnes pratiques. D’après la norme ISO 14020, applicable à tout type de communication environnementale, les étiquettes et déclarations environnementales doivent être : pertinentes, exactes, vérifiables, non trompeuses et pédagogiques.

Mon brief communication (contenu, forme...) :

3 QUELQUES FICHES-OUTILS

CE GUIDE PROPOSE UNE MÉTHODOLOGIE EN 4 ÉTAPES POUR VOUS AIDER À FORMALISER RAPIDEMENT UNE DÉMARCHE D'ÉCO-CONCEPTION.

LES OUTILS SERVENT À ALIMENTER VOTRE RÉFLEXION ET DOIVENT ÊTRE UTILISÉS DE FAÇON TRÈS LIBRE : À TOUT MOMENT, PLUSIEURS FOIS, AVEC DES GROUPES DE TRAVAIL DIFFÉRENTS... ILS APPORTENT TOUJOURS UN ÉCLAIRAGE NOUVEAU.

Pour exploiter cette boîte à outils :

1. sélectionner les outils qui vous intéressent au fil de votre démarche
2. les articuler pour pouvoir compléter les champs de la partie 2 (quelle est ma démarche d'éco-conception?)

Dans cette perspective, chacun s'appropriera les méthodes proposées dans ce guide.

Comme son étymologie l'indique, une méthode est un « méta-odos = outil - chemin » : c'est donc un outil à fabriquer des chemins. En d'autres termes, méta qui signifie « au-dessus » insiste sur l'idée qu'une méthode est, plus qu'une liste d'étapes à suivre, un outil qu'il faudra adapter en fonction du problème posé.

Page	Outil ...utile pour répondre à...	Ou en êtes-vous ?	Sur quoi travailler ?	Vers où aller ?	Comment y arriver ?	Comment mesurer vos progrès et communiquer
17	Veille réglementaire & concurrentielle	X	X	X		X
20	Réaliser un auto-diagnostic	X				
22	SWOT	X	X			
23	Matrice de l'offre de l'entreprise		X			
25	Périmètre d'actions		X	X		
28	FAST pour l'analyse fonctionnelle			X		
30	Cycle de vie - Bien		X	X		
34	Cycle de vie - Service		X	X		
35	MIME : Matrice Multi-Impacts Multi-Etapes		X	X		
36	BIP Balisage des Impacts Prioritaires		X	X		
37	Identification des principaux enjeux et leviers d'actions		X	X		X
38	Roue de l'éco-conception			X		
Pas de fiche	Votre outil de planification habituel				X	

N.B. Non exhaustive, cette liste pourra être enrichie à votre guise avec d'autres outils d'analyse fonctionnelle, de créativité et d'évaluation environnementale et/ou sociétale. L'annexe 2 vous renseigne notamment sur des solutions logicielles d'éco-conception gratuites et multi-secteurs.

VEILLE REGLEMENTAIRE & CONCURRENTIELLE

Source : Guide EcoFaire développé par la SEM régionale des Pays de la Loire, en collaboration avec EVEA

Objectifs : Identifier l'actualité et le contexte réglementaires, concurrentiels et environnementaux de l'offre de son entreprise pour en déduire le produit pertinent à développer, son positionnement (leader vs. suiveur) et quelques spécifications	
Qui ?	Le dirigeant le réalise seul ou avec ses collaborateurs et parties prenantes spécialistes du secteur de l'entreprise.
Quoi ?	Synthétiser les informations collectées dans les différents médias proposés dans les champs prévus à cet effet. En complément, il est conseillé de contacter l'ADEME, la CCI et/ou OSEO pour connaître les formations et/ou subventions possibles pour soutenir votre démarche d'éco-conception intégrant des critères sociaux et sociétaux.
Quand ?	Après avoir défini la vision actuelle de son entreprise.

Source : EVEA

Les premières recherches à effectuer :

Index des mots clés pour recherche sur Internet

En français

Mots clés

-
-
-
-
-
-

En anglais

Visite des sites Internet :

Informations utiles : environnement, technologie, marchés

Entreprises concernées ou impliquées dans le projet

Entreprises concurrentes, entreprises clientes, distributeurs, fournisseurs

Fédérations ou associations professionnelles de l'entreprise concernée par le projet

Centres techniques et autres centres de compétence liés au sujet

Salons et conférences

Actualité environnementale sur le sujet : le secteur de l'entreprise, ses produits...

Journal de l'Environnement

<http://www.journaldelenvironnement.net/>

Novethic

<http://www.novethic.fr/>

Actu-environnement

<http://www.actu-environnement.com/>

Notre planète.info

<http://www.notre-planete.info/actualites/>

Rue 89 Planète

<http://www.rue89.com/rue89-planete>

Terra eco

<http://www.terraeco.net/>

Presse généraliste, quotidiens: Usine Nouvelle, Le Monde, Les Echos...

<http://www.lemonde.fr/planete/>

Actualité (société de consommation, attitudes, tendances, comparatifs...)

60 Millions de consommateurs

<http://www.60millions-mag.com/page/>

UFC Que choisir

<http://images.quechoisir.org>

ConsoGlobe

<http://www.consoglobe.com/>

Autres : ...

Identification d'experts

Recherche par mots clés : programmes de conférences, actes de conférences, articles ...

Informations utiles

--

Publications de l'ADEME et du Ministère de l'Ecologie (et les équivalents à l'international si besoin)

Rapports, guides, fiches en ligne, etc. en lien avec le sujet

Synthèse

--

Les principaux points de la réglementation environnementale

- sur les produits

- sur les sites industriels

Sites Internet :

http://europa.eu/legislation_summaries/environment/index_fr.htm

<http://www.legifrance.gouv.fr/>

<http://aida.ineris.fr/>

Synthèse

Ecolabels et autres référentiels

Des ecolabels officiels ont-ils été réalisés sur les produits ?

Écolabel Européen

NF-Environnement

Global Ecolabelling Network (site commun à tous les ecolabels)

Profils environnementaux (DEP ou EPD, FDES...)

Autres référentiels : fédérations professionnelles, centres techniques...

Synthèse

Si existence de risques sanitaires en production et sous-traitance (substances dangereuses, procédés ICPE...) :

Est-ce que les informations sur les compositions et procédés sont disponibles ?

Sources

Sites Internet des fournisseurs

Contacts avec les fournisseurs

Synthèse

La communication environnementale :

Acteurs	État des lieux de la communication actuelle des acteurs - Sur les produits - Sur l'activité en général (communication d'entreprise)
L'entreprise	
Les concurrents	
Les clients	
Les utilisateurs finaux	
Les fournisseurs et partenaires	

Sources d'information sur l'éco-conception sur Internet :

Type d'information	Organisme	Site internet
Générale	ADEME (Agence De l'Environnement et de la Maitrise de l'Energie)	www.ademe.fr
Générale	Agence de Protection de l'Environnement (USA)	www.epa.gov
Générale	Commission européenne environnement	www.ec.europa.eu/environment/index_fr.htm
Générale	Ministère de l'Ecologie, du Développement Durable et de l'Energie	http://www.developpement-durable.gouv.fr/
Générale	Institut Inspire	http://www.inspire-institut.org/
DEEE	Eco-organismes DEEE : <i>Recylum, Ecologic, Eco-systèmes et ERP</i>	http://eco3e.eu/introduction/
Actualité	Novethic	www.novethic.fr
Actualité	Journal de l'environnement	www.journaldelenvironnement.net
Actualité	Actu-Environnement	www.actu-environnement.com
Actualité	Institut International du Développement Durable	http://www.iisd.org
Écolabel	Ministère de l'Ecologie, du Développement Durable et de l'Energie, Guide écolabels	http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/miniguide_labels.pdf
Écolabel	Commission européenne environnement Écolabel	www.ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm
Écolabel	Marque NF	http://www.ecolabels.fr
Écolabel	GEN (Global Ecolabelling Network) groupe des Ecolabels	http://www.globalecolabelling.net/
ONG	Greenpeace	www.greenpeace.org
ONG	WWF (Organisation mondiale de protection de l'environnement)	www.wwf.fr
ONG	Les Amis de la Terre	www.amisdela terre.org
Réglementation	Direction de la Prévention des Pollutions (MEDD, INERIS)	http://aida.ineris.fr/
Réglementation	Légifrance	www.legifrance.gouv.fr
Réglementation	BREF Best REferences : Meilleures Techniques Disponibles	http://www.ineris.fr/ippc/node/10
Innovation	Center for Sustainable Design (UK)	http://cfsd.org.uk
Innovation	Didier Barthe et Jean-Christophe Vignal	http://economiedurable.over-blog.com/

RÉALISER SON AUTO-DIAGNOSTIC

Source : EcoFaire

Objectifs :

- Connaître les points forts et les points faibles de l'entreprise en matière d'environnement,
- Identifier les possibilités et les freins à la mise en place d'une démarche d'éco-conception.

Qui ?	Le dirigeant le réalise seul ou avec les personnes de son équipe participant à la définition de la stratégie d'entreprise.
Quoi ?	Les réponses aux questions du pré-diagnostic ne sont pas manichéennes. Il y a bien sûr des nuances à apporter et les commentaires sont là pour ça. N'hésitez pas à compiler vos réponses dans un autre document pour disposer de plus d'espace pour la rédaction de commentaires. De plus, un non à une question peut se transformer en objectif de projet. Par exemple, une entreprise qui déplore une mauvaise communication entre les personnes et les équipes peut, à travers ce type de projet, fédérer les équipes et résoudre des problèmes de communication interne.
Quand ?	Après avoir défini la vision actuelle de son entreprise.

MATURITE DE L'ENTREPRISE : Est-elle prête à mettre en place une démarche d'éco-conception ?			
Points forts (si réponse Oui) :		Points faibles ou freins (si réponse Oui) :	
	Oui / Non commentaires		Oui / Non commentaires
1a - Une personne ressource est-elle disponible ?		1b - Le dirigeant n'est pas convaincu	
2a - Le personnel est-il sensibilisé ou l'entreprise est-elle certifiée ?		2b - Y-a-t-il une mauvaise communication entre les personnes / les équipes ?	
3a - Le moment est-il propice ?		3b - Existe t-il des freins prévisibles (obstacle, motivation) ?	
4a - L'entreprise est-elle en bonne santé financière ?		4b - Des projets ou chantiers lourds et prioritaires sont-ils prévus à court terme ?	
5a - L'entreprise dispose t-elle ou peut-elle mobiliser des compétences indispensables (BE, design, R&D...) ?		5b - L'entreprise a-t-elle réalisé récemment des investissements lourds (équipement ou conception, R&D produit) ?	

5b – Un projet d'éco-conception peut orienter l'entreprise vers une forte remise en cause du produit et induire le besoin d'investir dans de nouveaux équipements. L'intérêt d'investissements récents pourrait être remis en cause.

INTERET DE L'ENTREPRISE : Votre entreprise a-t-elle intérêt à entreprendre une démarche d'éco-conception ?			
Points forts (si réponse Oui) :		Points faibles ou freins (si réponse Oui) :	
	Oui / Non commentaires	Non	Oui / commentaires
1c - L'entreprise recherche-t-elle un projet fédérateur ?		1d - Une substitution par une technologie plus propre est-elle en cours ?	
2c - Le marché est-il mûr (attente / demande client / distribution / marché public) ?		2d - Une image éco-conception / DD n'aura pas d'impact	
3c - Existe-t-il une réglementation ou d'autres pressions contraignantes ?		3d - Une demande client prioritaire et contradictoire avec la prise en compte de l'environnement n'est pas satisfaite	

INTERET DE L'ENTREPRISE : <i>Votre entreprise a-t-elle intérêt à entreprendre une démarche d'éco-conception ?</i>			
Points forts (si réponse Oui) :		Points faibles ou freins (si réponse Oui) :	
Oui / Non commentaires		Non Oui / commentaires	
4c - Des produits concurrents éco-conçus (ou équivalents : transfert produit/service) sont-ils sur le marché ?			
5c - L'entreprise a-t-elle besoin/intérêt de rendre sa démarche d'éco-conception visible (concours, éco-labels, communication...) ?			
6c - L'entreprise a-t-elle un projet export vers des pays sensibles au développement durable ?			
7c - Le transport, la matière ou le traitement des déchets ont-ils un impact fort sur le coût de revient ?			

7c – Cette question permet d'évaluer l'intérêt économique d'une mise en œuvre d'une démarche d'éco-conception.

1d – Cette question couvre deux aspects :

- Existe-t-il des technologies alternatives nouvelles aux process maîtrisés par l'entreprise, plus respectueuses de l'environnement ?
- Existe-t-il une offre plus respectueuse de l'environnement qui assure le service apporté par le produit de l'entreprise ?

RÉALISER UN SWOT

Source : EcoFaire

CONCLUSION – Votre entreprise est-elle prête à mettre en place une démarche d'éco-conception ?
<p>Objectifs : Identifier des opportunités / menaces (paramètres externes) et points forts / points faibles (paramètres internes) de l'entreprise pour développer sa démarche d'éco-conception et/ou un produit, en première approche.</p>
<p>Oui, voici nos points forts / leviers d'actions :</p> <p>Et nous devons consolider les points suivants :</p> <p>Calendrier prévisionnel du projet :</p>
<p>Non, parce que :</p> <p>Quelles sont les actions que nous souhaitons mettre en place avant d'engager un projet d'éco-conception ?</p> <p>A quelle période, envisageons-nous de lancer le projet ?</p>

Qui ?	Le dirigeant le réalise seul ou avec ses collaborateurs qui partagent une vision globale de l'entreprise
Quoi ?	Sur un papier vierge (ou tableau) à photographier à la fin de l'exercice, construire un tableau à 4 cases (forces, faiblesses, opportunités et menaces) et les compléter en considérant : <ul style="list-style-type: none"> - La réglementation actuelle et à venir, - L'éco-consommation privée (pression des ONG, grands comptes...), - Achats publics (exigences environnementales contenues dans les Cahiers des Charges), - Concurrence, - Image et communication de l'entreprise et du produit, - Les différents acteurs et les utilisateurs (attentes, besoins, comportements...).
Quand ?	Après avoir défini la vision actuelle de son entreprise

	Positif pour atteindre l'objectif	Négatif pour atteindre l'objectif
Origine interne	Forces	Faiblesses
Origine Externe	Opportunités	Menaces

MATRICE DE L'OFFRE DE L'ENTREPRISE

Source : CJD

Objectifs : A partir d'une analyse des impacts économiques, sociaux, sociétaux et environnementaux de son offre globale, sélectionner le produit et / ou service présentant le plus d'enjeux et avec lequel on initiera sa démarche d'éco-conception avec lequel initier sa démarche d'éco-conception

Qui ?	L'animateur et les participants de son choix (pour les aspects réglementaires, des parties prenantes externes peuvent être intéressantes à mobiliser)
Quoi ?	Sur un papier vierge (ou tableau) à photographier à la fin de l'exercice, ou directement dans le tableau ci-dessous : - dédier une colonne à chaque produit constituant l'offre de l'entreprise - pour chaque produit, évaluer les critères – qualitatifs et/ou quantitatifs - économiques, sociaux, sociétaux et environnementaux à minima proposés dans le tableau, et tous les autres jugés pertinents par l'entreprise <i>N.B. Si votre offre est constituée de plus de 3 produits, vous pouvez évidemment dupliquer cette page pour renseigner les autres produits</i>
Quand ?	Après avoir décidé d'initier sa démarche d'éco-conception et avoir réalisé une veille réglementaire/concurrentielle

	Désignation Produit			
Axe économique	Critères			
	% du chiffre d'affaire			
	Pression concurrentielle			
Axe social	Nombre de salariés impactés			
	Risques santé au travail			
	...			
Axe sociétal	Pression règlementaire en cours ou prévisible			
	...			
Axe environnemental	Consommation de matières premières (vierges / recyclées / recyclables)			
	Consommation d'énergie			
	Consommation d'eau			
	Production de déchets			
	Traitement des déchets			
	Autre source évidente de pollution (consommation et/ou émissions dans l'eau, l'air, les sols)			
TOTAL				

Les critères sont évalués essentiellement de manière qualitative. Si néanmoins des données chiffrées sont disponibles (comme les parts de chiffres d'affaires), il convient de les utiliser.

A titre indicatif, nous proposons le système de cotation suivant :

- ++ : impact très favorable,
- + : impact favorable,
- = : neutre,
- - : impact défavorable
- -- : impact très défavorable.

Il est à noter que les axes d'évaluation peuvent être adaptés, selon la spécificité de l'entreprise ou de son contexte. Par exemple, une entreprise confrontée à la mise en application prochaine d'une réglementation ayant un impact fort aura intérêt à faire apparaître cet item de manière indépendante.

Au final, une note globale est attribuée par produit et ou service en sommant les différents critères. L'équivalence suivante est utilisée.

- + = 1 ; - = -1. Neutre = 0 (par exemple 5 « + » et 2 « - » conduit à la note de « 3 »).

Le produit et ou service qui obtient la note la plus forte est celui qui est retenu pour la mise en œuvre de la démarche.

MISE EN GARDE : cela reste une aide à la décision. Cette note n'est pas à « prendre pour argent comptant ». L'évaluation même comporte des biais, les critères complètement différents sont sommés les uns aux autres, sans pondération. Donc le résultat est à prendre avec précaution. Il peut même être décidé de porter son choix sur un produit qui n'a pas obtenu la « meilleure note » par rapport à des enjeux stratégiques.

De même, nous rappelons que d'autres critères peuvent être pris en compte, voire remplacer les critères proposés. Néanmoins dans les choix des critères, il importe de couvrir l'ensemble des piliers de la RSE, le volet économique, social, sociétal et environnemental.

Le tableau ci-après illustre l'application à une société fournissant des matériels de travaux publics.

	Produit Critères	Vente d'une centrale de production d'air comprimé	Vente d'un groupe électrogène en secours d'alimentation	Location d'un groupe électrogène	Maintenance station de relevage eaux usées
Axe économique	% de notre chiffre d'affaires	++++ 50% de notre CA	+ Quelques points	+ Moins 5% de notre CA	++ 5% de notre CA
	Pression concurrentielle	++++	++	+++	+
Axe social	Nombre de salariés impactés	++++ 20	+ 3	+ 6	+++ 6
	% salariés en réinsertion / jeune en alternance	++ 1	0	++++ 2	++ 1

Axe sociétal	Pression réglementaire en cours ou prévisible	+ Plutôt stable rejet des condensats	++++ Nouvelle réglementation sur les sites critiques	+++ Pollution chantier en centre ville	++++ Pas de rejet au milieu naturel (amende police de l'eau)
Axe environnemental	Consommation de ressource chez le client	++++ 90% du coût global de l'air comprimé	++ Machines tournant peu	+++ Consommation de fuel importante quand la machine tourne	++ Consommation d'électricité
	Consommation de ressource en interne	+ Service commercial puis installation et mise en service	+ Service commercial puis installation et mise en service	+++ Eau de lavage + livraison sur site ...	+++ Déplacement sur site
	Lien évident avec la biodiversité	+ Pollution eau par condensats	+ Pollution air quand tourne mais peu	++ Pollution air	++++ eau
TOTAL		21	12	20	21

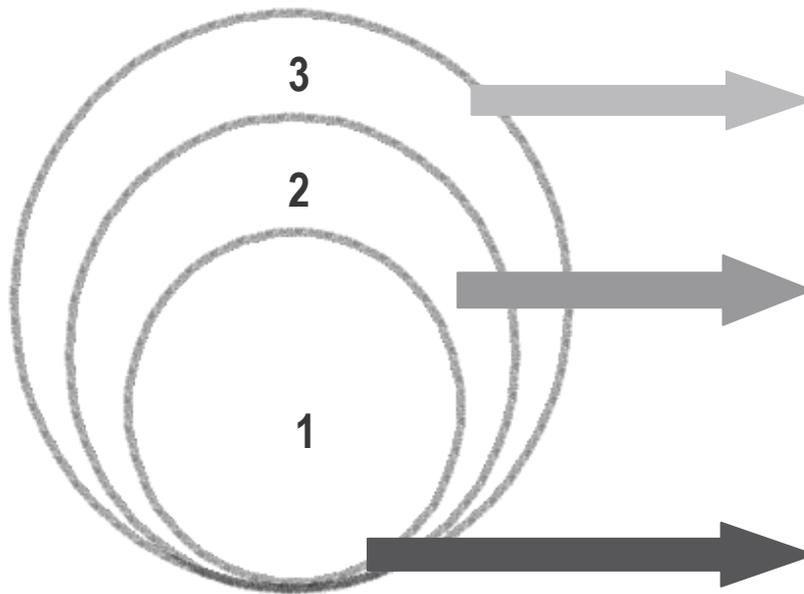
PERIMÈTRE D'ACTIONS

Source : CJD – Sphères d'influences

Objectifs :

- Définir le périmètre et le niveau de remise en cause du référent afin de nourrir les spécifications de votre produit
- Et/ou lister des idées pour modifier l'organisation actuelle

Qui ?	L'animateur et les participants de son choix (pour s'approprier le périmètre 3, des parties prenantes externes peuvent être intéressantes à mobiliser)
Quoi ?	<p>Sur un papier vierge (ou tableau) à photographier à la fin de l'exercice :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Préciser le contenu de chaque sphère pour votre produit en listant ses « entrants » et « sortants » spécifiques 2. Identifier le périmètre sur lequel vous souhaitez et/ou pouvez agir pour cerner vos leviers (périmètre et niveau de remise en cause), sachant qu'au fil de la démarche (et surtout d'un produit à un autre), le périmètre peut évoluer <p><i>N.B. Le périmètre 1 est en général plus facilement maîtrisable que le 2 et le 3. Cependant, c'est plutôt avec une approche de niveau 3 (voire 2) qu'une stratégie d'innovation peut être mise en place. Pour cette première approche, les périmètres 2 ou 3 sont donc à privilégier pour permettre des axes d'amélioration et l'engagement d'une réflexion interne.</i></p> <p><i>Si vous vous sentez dépassés par les idées et les remises en question du référent, fixez-vous des limites par l'élimination de certaines et/ou la formulation de contraintes.</i></p>
Quand ?	Après avoir sélectionné le produit et le référent avec lesquels initier sa démarche d'éco-conception



Mon produit/service dans son environnement (approche plus large du besoin client, conséquences sociétales et environnementales de l'usage de mon produit à grande échelle) :

Quels sont les accessoires associés à l'usage de mon produit ? Quel comportement va-t-il favoriser ?

Ex : Développement de la consommation du jetable

Mon produit/service durant sa vie :

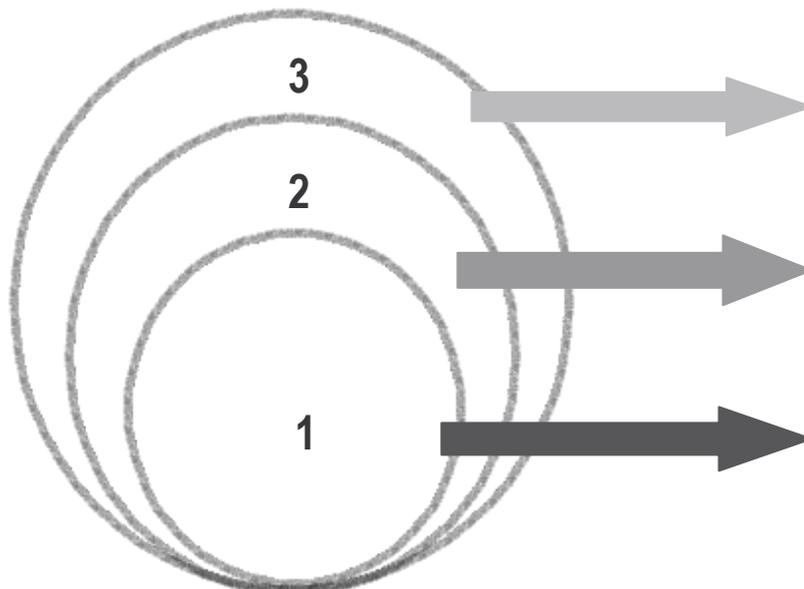
Quels sont les autres acteurs/éléments impliqués dans le cycle de vie de mon produit et lesquelles de leurs interactions sont sources d'impacts ?

Ex : Livraison de mon fournisseur, mise en poubelle par l'utilisateur final...

L'entreprise : Quelle est votre activité ? Comment se matérialise-t-elle ?

Ex : les bureaux, le(s) site(s) de production, les salariés...

Exemples :

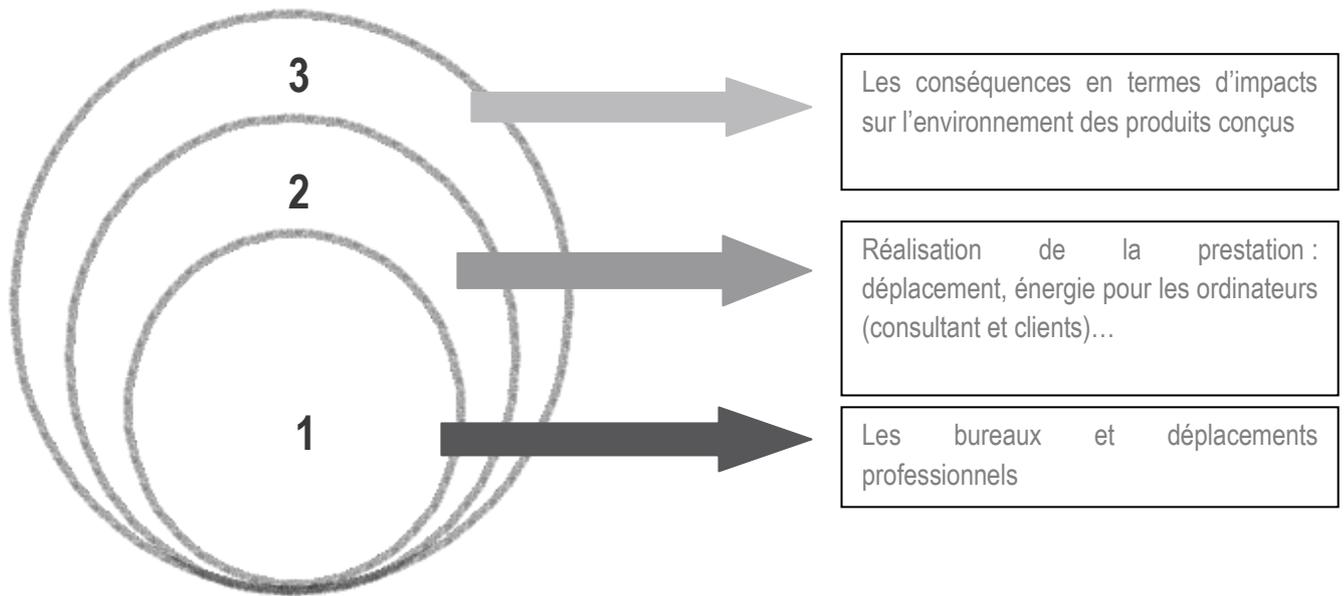


Quid de l'approvisionnement en énergie ?

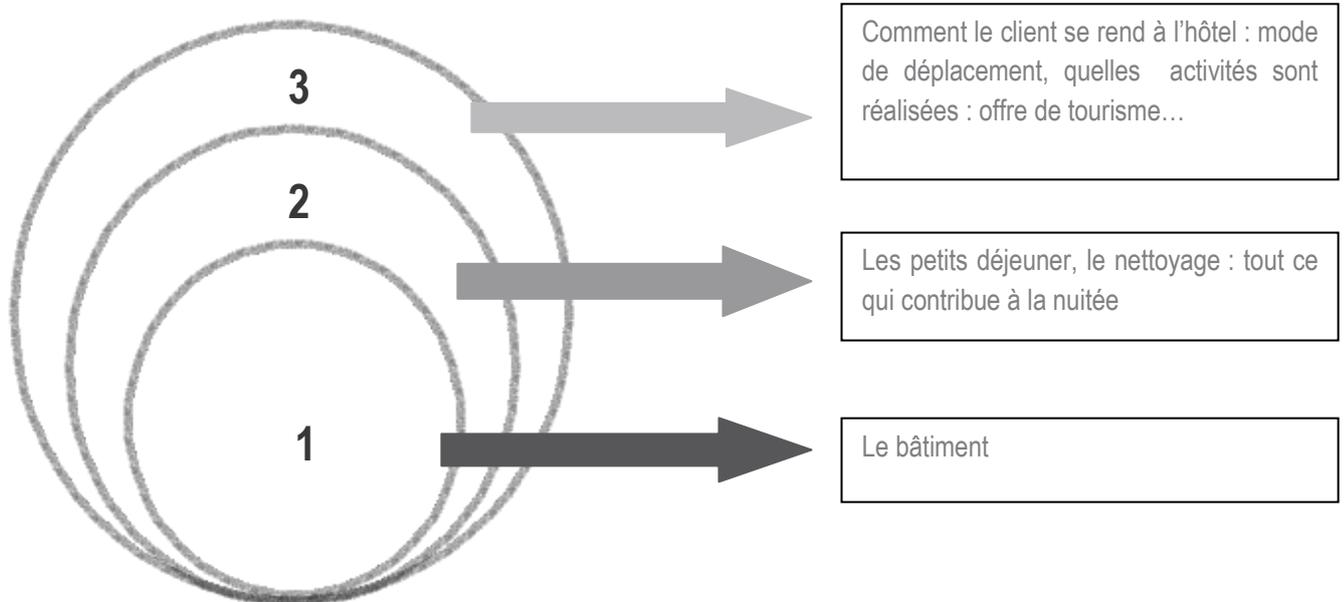
La voiture : usage (recharge des batteries...), maintenance...

Usine de production

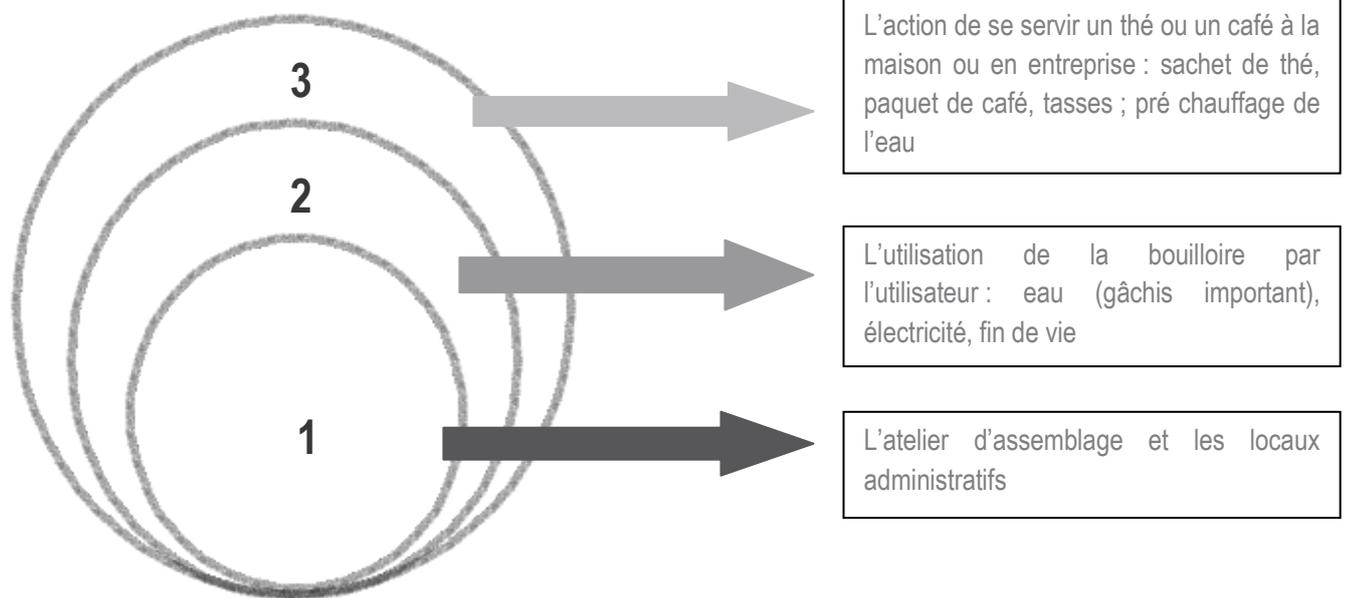
Exemple 1 - Une voiture électrique



Exemple 2- Un consultant en éco-conception



Exemple 3 - Un hôtel



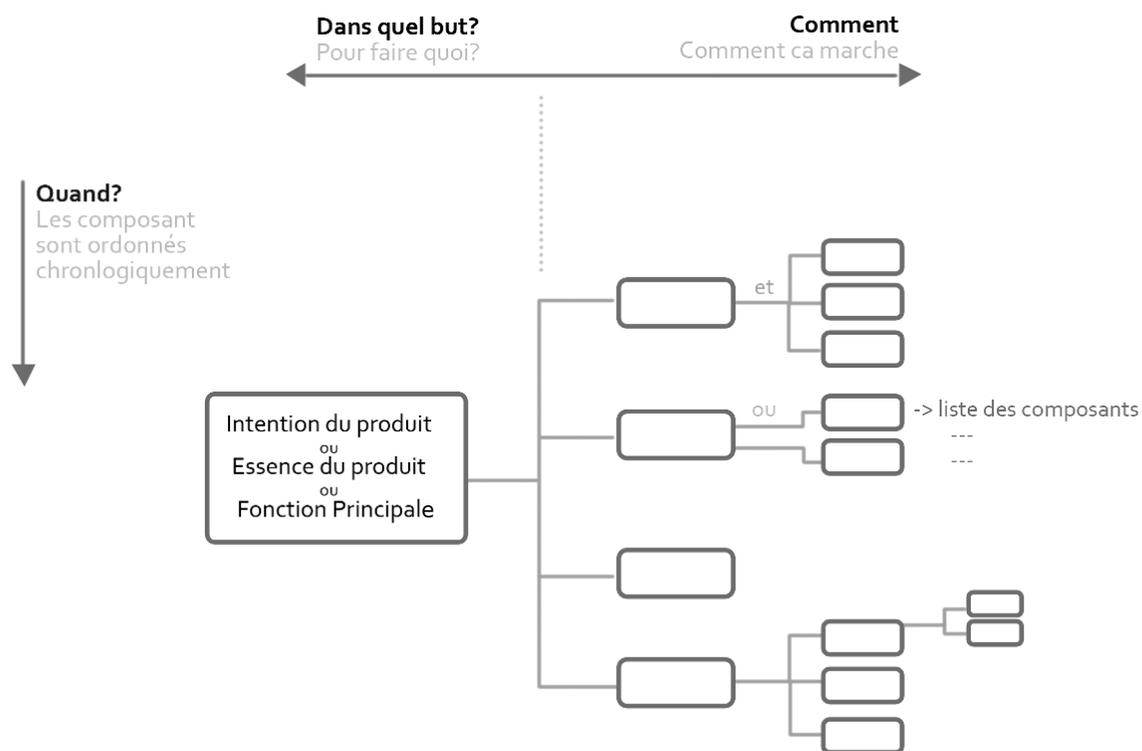
Exemple 4 – Une bouilloire

Conclusion qui alimente l'annexe 1- Eco-conception d'une bouilloire intégrant des critères sociaux et sociétaux par France Bouilloire : « Nous nous concentrerons dans un premier temps au niveau 1 et 2 : intégrer de bonnes pratiques dans l'entreprise et proposer un produit raisonné en termes d'utilisation de la matière, proposant si possible des améliorations pour économiser l'eau et l'énergie. A l'horizon 5 ans et si ce premier projet est bien accueilli, nous nous pencherons sur une approche plus innovante de niveau 3, avec pour objectif de remettre en question les codes classiques de la bouilloire. »

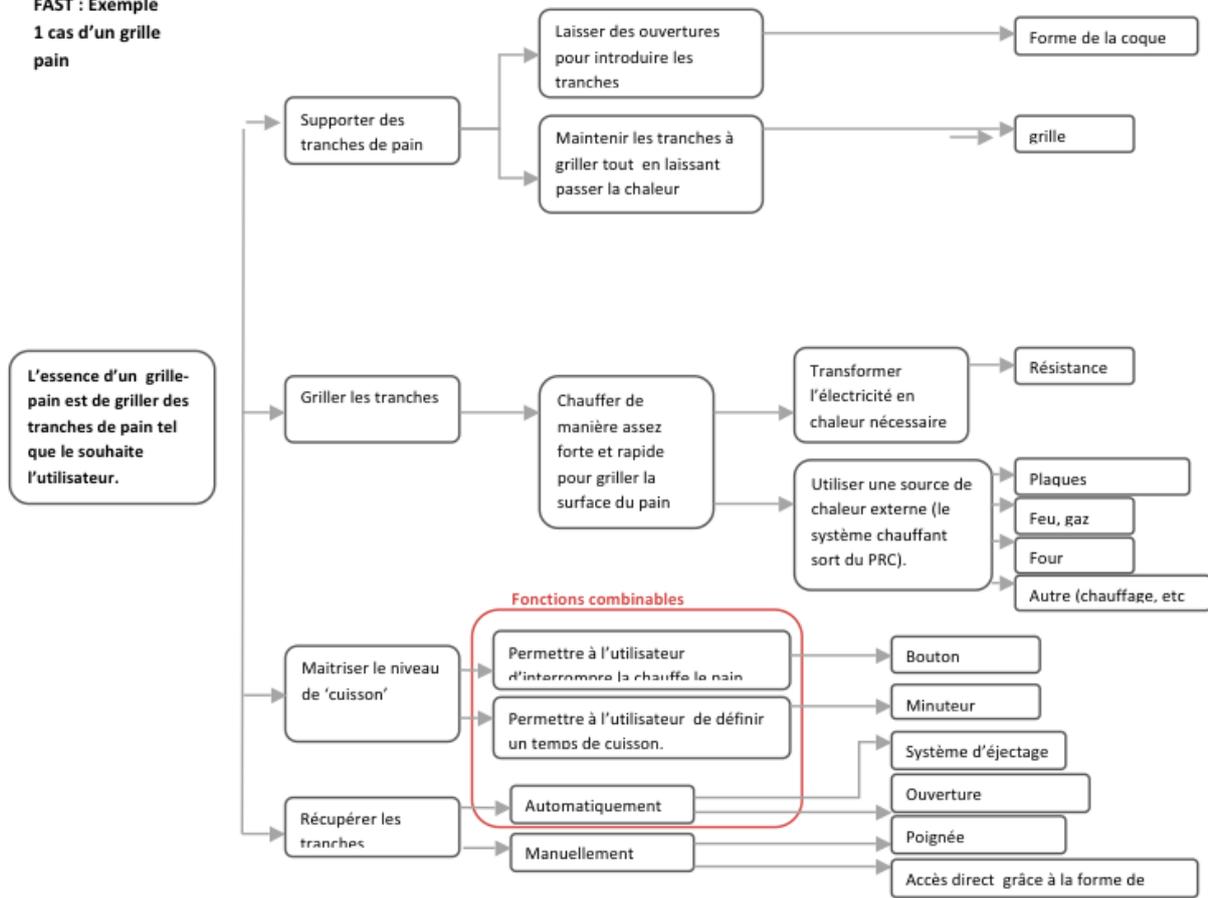
FAST POUR L'ANALYSE FONCTIONNELLE

Source : EVEA d'après cours d'Analyse de la Valeur de Nicolas Salzmann

Objectifs : Gagner en lisibilité fonctionnelle pour identifier des idées/leviers de (re-)conception	
Qui ?	L'animateur et les participants de son choix (pour construire l'arborescence du référent, les concepteurs et personnes formées à l'analyse fonctionnelle auront une vraie valeur ajoutée)
Quoi ?	<p>FAST = Function Analysis System Technique</p> <p>Sur un papier vierge (ou tableau) à photographier à la fin de l'exercice, construire l'arborescence fonctionnelle du référent : les fonctions de services hiérarchisées chronologiquement, leurs sous-fonctions, les fonctions techniques (souvent exprimées grâce à un gérondif pour insister sur l'idée de moyen : « en permettant... ») et solutions correspondantes.</p> <p>Si l'arborescence est construite horizontalement avec les fonctions de service placées à gauche :</p> <ul style="list-style-type: none"> - On verra l'articulation entre le service rendu (« A quoi ça sert? ») et son principe de fonctionnement (« Comment ça marche ? ») en lisant le diagramme de gauche à droite ; - On comprendra le but ou l'utilité du composant en remontant vers les fonctions (lecture de droite à gauche) et en répondant de plus en plus précisément à la question « Pour quoi faire ? Dans quel but ? » (à ne pas confondre avec « Pourquoi faire ? A cause de quoi ? »). - De plus, on comparera souvent les coûts de chaque fonction à son importance pour s'assurer de la cohérence entre hiérarchisation des coûts et des fonctions. Il existe d'ailleurs un outil appelé «Design to cost» basé sur l'analyse des coûts pour se fixer des objectifs à partir desquels la conception sera travaillée. <p><i>N.B. Le support sera à construire par vos soins car aucune trame « standard » n'a pu être proposée pour être compatible avec toutes les spécificités des nombreux référents possibles.</i></p>
Quand ?	Après avoir sélectionné le produit et le référent avec lesquels initier sa démarche d'éco-conception



**FAST : Exemple
1 cas d'un grille
pain**



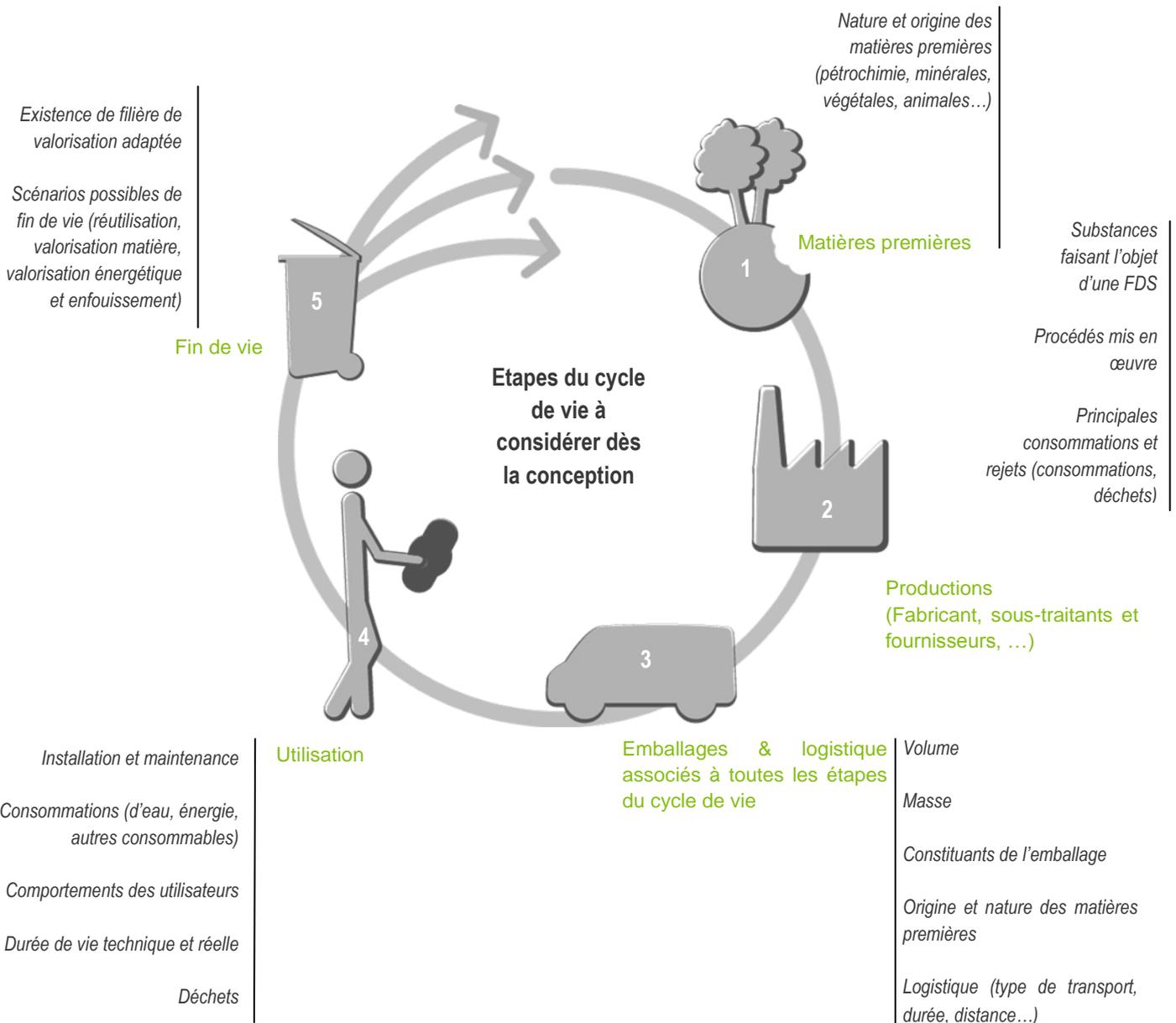
CYCLE DE VIE - BIEN

Source : EcoFaire

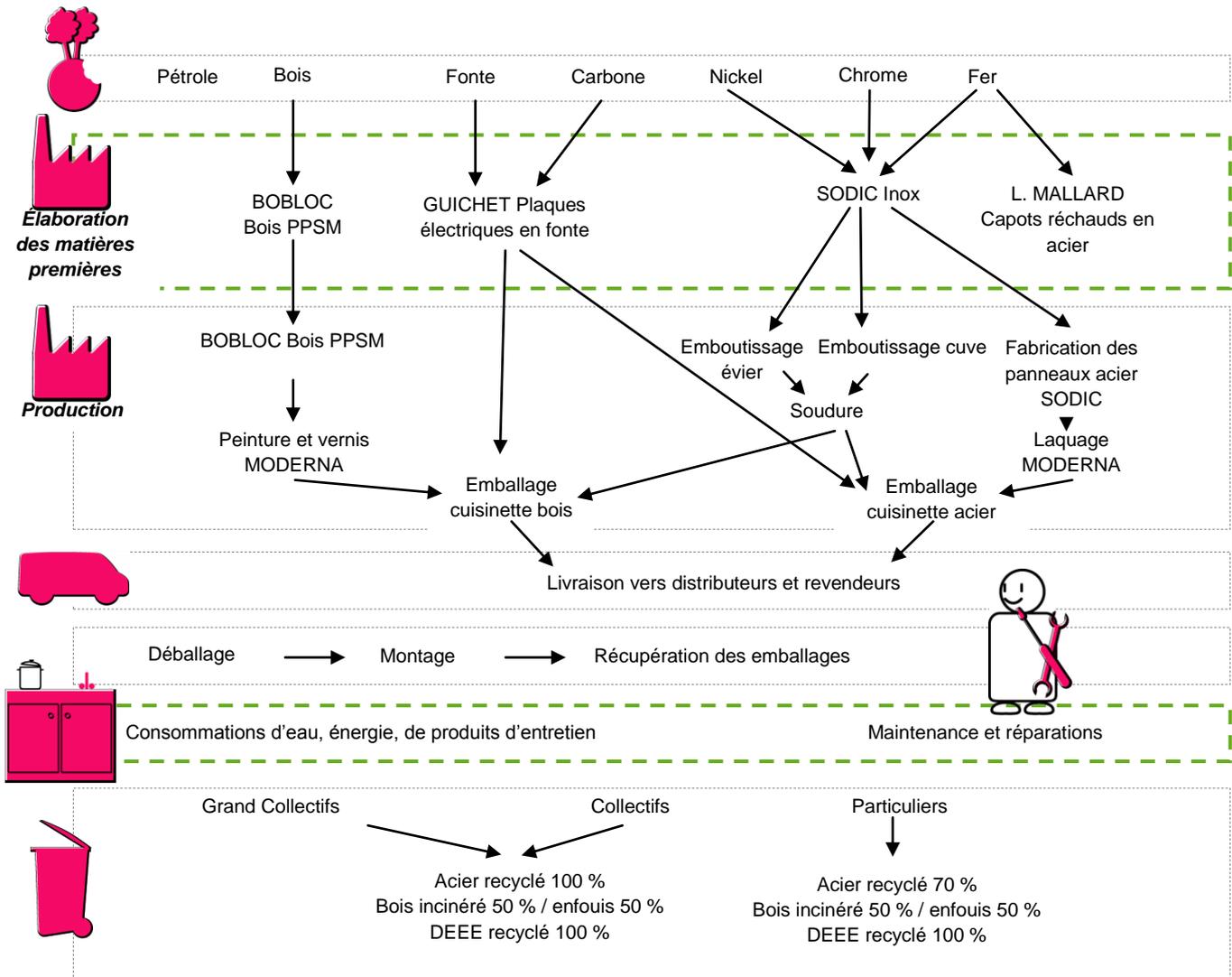
Objectifs :

- Définir le périmètre et le niveau de remise en cause du référent afin de nourrir les spécifications de votre produit (à appliquer sur chaque bien qui le constitue)
- Identifier les principaux risques et leviers environnementaux (et éventuellement économiques et sociaux/sociétaux)
- Et/ou lister des idées pour modifier le cycle de vie actuel

Qui ?	L'animateur et les participants de son choix pour avoir une vision globale du produit
Quoi ?	Sur un papier vierge (ou tableau) à photographier à la fin de l'exercice : 1- décrire le cycle de vie du référent selon les entrées proposées ci-dessous, à modifier et adapter si besoin pour coller à la réalité étudiée 2- identifier les entrants/sortants de chaque étape pour en déduire des pistes d'éco-conception
Quand ?	Après avoir sélectionné le produit et le référent avec lesquels initier sa démarche d'éco-conception

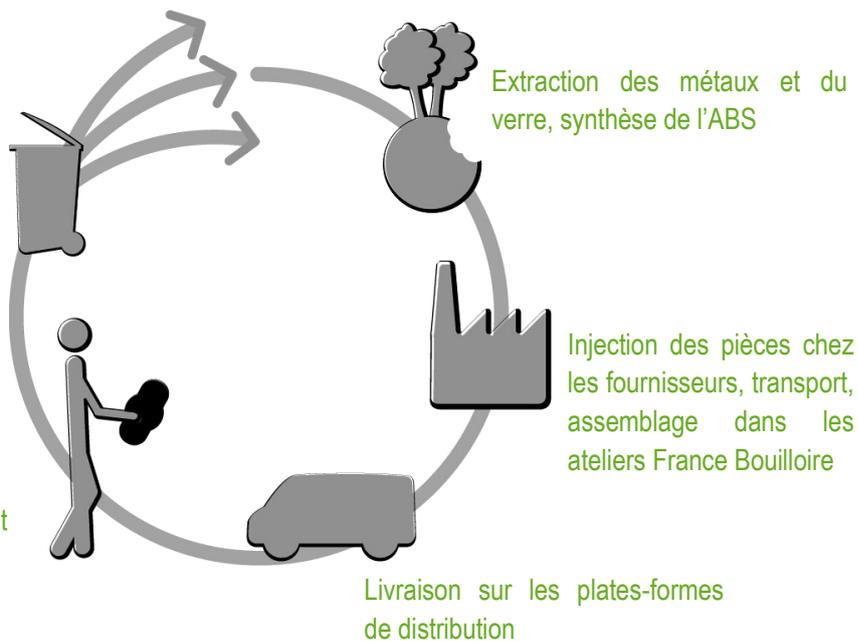


Représentation linéaire du cycle de vie à travers l'exemple des cuisinettes MODERNA



80% jetées avec les ordures ménagères, parfois récupérées, désassemblées pour recyclage des parties métalliques

Utilisation d'eau et d'énergie

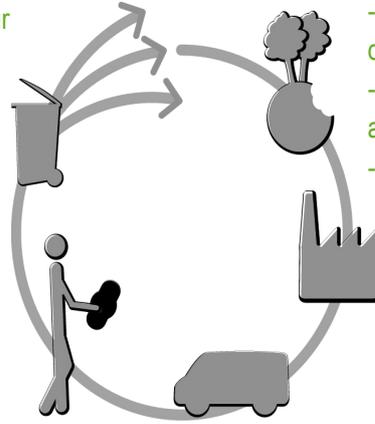


Economies de fin de vie

- Information utilisateur sur les points de collecte pour l'électroménager
- Permettre la réparation de la bouilloire pour prolonger la durée de vie
- Séparabilité et marquage des composants pour le recyclage
- Mise en place d'une filière de récupération pour réutiliser les composants

Economies d'usage

- Sensibilisation de l'utilisateur
- Technologie au meilleur rendement thermique
- Efficacité énergétique des composants électroniques
- Design permettant l'utilisation du juste nécessaire d'eau



Economies logistiques

- Production proche du marché
- Transports "propres"
- Optimisation du volume du packaging

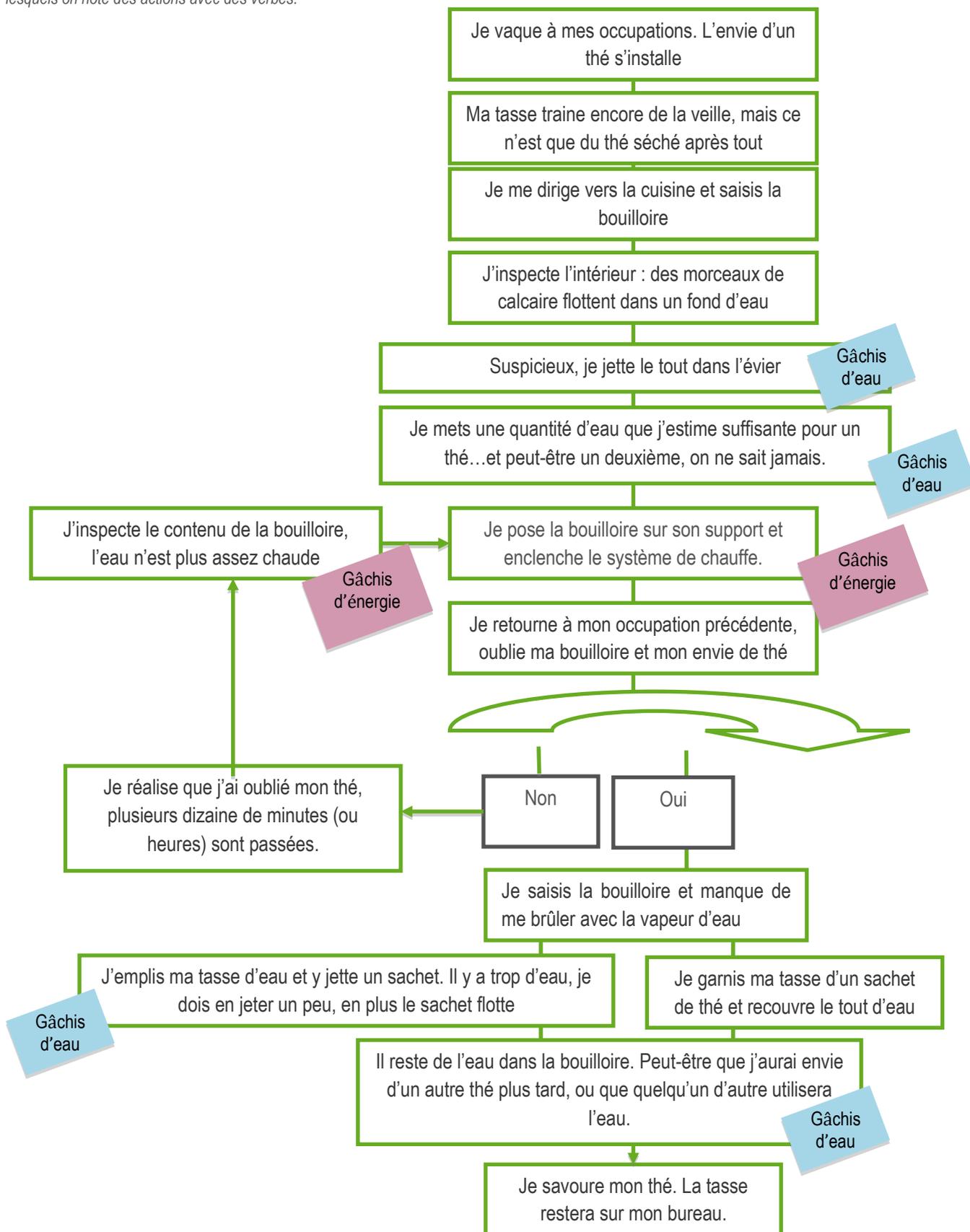
Economies de matières premières

- Utilisation de matières recyclées ou recyclables
- Utilisation de pièces non utilisées par d'autres assembleurs
- Récupération et réutilisation de nos anciennes bouilloires
- Optimisation masse/volume

Economies de process

- Exigences fournisseurs
- Filtration des émissions
- Processus efficaces énergétiquement
- Réutilisation des pertes et des rebuts qualité
- Recyclage des déchets
- Formation des employés aux bons gestes
- Charte RSE

Si certaines étapes du cycle de vie sont complexes (beaucoup de sous-étapes et/ou scénario possibles), il s'avèrera **intéressant de le décomposer dans un chronogramme** (aussi appelé diagramme logique ou logigramme). Pour mieux le comprendre, l'enchaînement d'étapes sera alors représenté à l'aide de 3 symboles en général (rectangles pour actions, losanges pour choix d'actions, trait pour liaisons entre les actions) dans lesquels on note des actions avec des verbes.

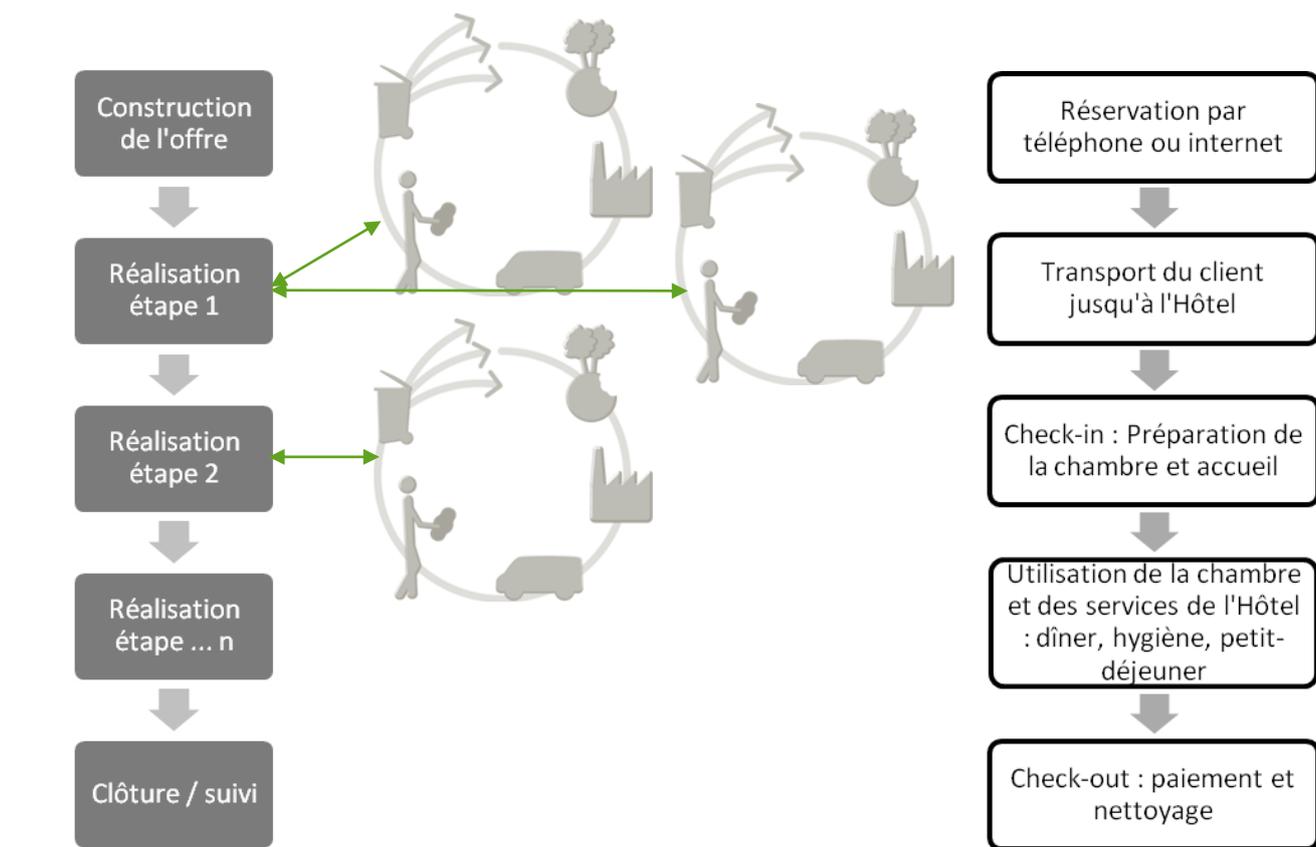


Chronogramme d'une bouilloire classique - Contexte repris de l'annexe 1- éco-conception d'une bouilloire intégrant des critères sociaux et sociétaux par France Bouilloire

CYCLE DE VIE - SERVICE

Source : CJD

Objectifs :	
<ul style="list-style-type: none"> - Définir le périmètre et le niveau de remise en cause du référent afin de nourrir les spécifications de votre produit (à appliquer sur chaque service qui le constitue) - Identifier les principaux risques et leviers environnementaux (et éventuellement économiques et sociaux/sociétaux) - Et/ou lister des idées pour modifier le cycle de vie actuel 	
Qui ?	L'animateur et les participants de son choix (pour avoir une vision globale du produit, les chefs de produits peuvent être intéressants à mobiliser)
Quoi ?	<p>Sur un papier vierge (ou tableau) à photographier à la fin de l'exercice :</p> <p>1- décrire le cycle de vie du référent, tel une succession d'étapes (comme illustrée ci-dessous), à personnaliser en s'autorisant la mise en parallèle de plusieurs étapes pour garder une vision chronologique du service analysé. Il suffit de décrire le déroulement du service avec une vision client pour les réalisations. A chaque étape du processus, les cycles de vie des principaux biens utilisés devront être décrits (Cf. fiche Cycle de vie – Bien).</p> <p>2- identifier les entrants/sortants de chaque étape pour en déduire des pistes d'éco-conception</p>
Quand ?	Après avoir sélectionné le produit et le référent avec lesquels initier sa démarche d'éco-conception



Exemple de cycle de vie d'une chambre d'hôtel

Produits ?? Produits ? Produits ? Produits ?

MIME : MATRICE MULTI-IMPACTS MULTI-ETAPES

Source : OpenGreen – Gingko 21 & Auki

Objectifs :	
Clarifier les objectifs environnementaux à grandes mailles pour constituer une vision synthétique des enjeux environnementaux. Cela permet d'aller à l'essentiel, de limiter la production d'idées non retenues et de mobiliser la plus forte créativité sur les points durs du projet.	
Qui ?	L'animateur et l'équipe projet (pour documenter les différentes colonnes, les acheteurs, les responsables de production, les chefs de produits et les responsables EHS doivent être mobilisés). En aucun cas la matrice ne sera remplie par une seule personne : les réponses doivent faire l'objet d'un débat contradictoire.
Quoi ?	Sur un papier (ou tableau) où l'on a au préalable reproduit la grille vide de la matrice MIME à photographier à la fin de l'exercice : <ol style="list-style-type: none"> 1- Sur la base de la description du cycle de vie, préciser le nom des étapes (titres des colonnes) 2- Selon le sujet considéré, adapter éventuellement les titres des lignes (par exemple, pour les Technologies de l'Information et de la Communication, il est possible de prendre en compte les ondes électromagnétiques) 3- Sur la base des connaissances disponibles, documenter chaque cellule de la matrice, en raisonnant ligne à ligne, de façon qualitative. Noter seulement les impacts les plus significatifs a priori. 4- L'intérêt de la matrice est d'initier un questionnement, il est ensuite possible de compléter par des données chiffrées.
Quand ?	Après avoir identifié les étapes du cycle de vie du produit/service étudié.

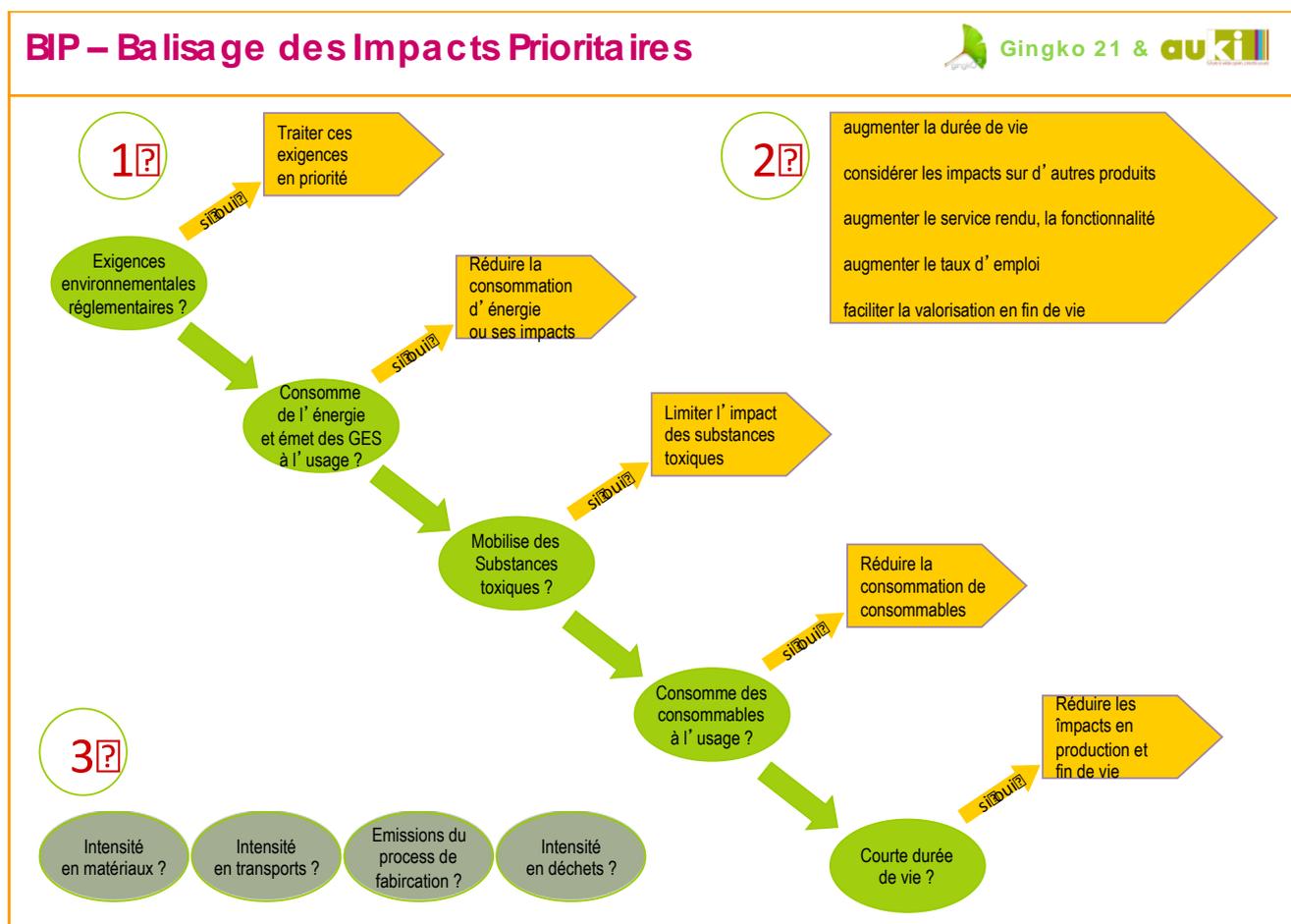
Exemple de Matrice MIME d'un pantalon « jean »

Matrice MIME appliquée à un « jean »					
Multi-Impacts / Multi-Étapes	Production des matériaux (coton, tissu, fil, éléments métalliques)	Fabrication (découpe, couture, teinture, traitement)	Distribution	Utilisation (lavage, repassage)	Fin de vie (ordures ménagères)
Ressources non énergétiques	+				
Consommation d'énergie	+	?	+	++	
Présence de substances toxiques	+	+		+	
Emissions dans l'air	+	+	+		
Emissions dans l'eau	+	+		++	
Emissions dans le sol	+				
Production de déchets	+	?		Emballage	+
Autres (bruit, paysages, odeurs...)	?		+		

BIP : BALISAGE DES IMPACTS PRIORITAIRES

Source : OpenGreen – Gingko 21 & Auki

<p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier rapidement les impacts environnementaux majeurs du produit à éco-concevoir, pour : <ul style="list-style-type: none"> • Guider les choix de conception vers la réduction des plus forts impacts ; • Orienter vers les solutions d'éco-conception les plus pertinentes. <p>Cela simplifie les choix d'éco-conception et permet de se mettre en marche dans la bonne direction sans moyens lourds.</p>	
Qui ?	L'animateur et l'équipe projet
Quoi ?	<p>Sur un papier vierge (ou tableau) à photographier à la fin de l'exercice :</p> <p>1- Répondre aux questions dans l'ordre indiqué sur la diagonale (1), et en déduire des priorités d'action</p> <p>2- Compléter avec les pistes génériques proposées en (2), en évaluant leur pertinence pour le produit considéré</p> <p>3- Si le produit présente une spécificité indiquée en (3), la traiter également.</p>
Quand ?	<p>Après avoir dessiné le cycle de vie du produit/service, voire après avoir documenté la matrice MIME.</p> <p><i>Attention, cet outil ne convient pas pour les matières d'origine agricole.</i></p>



IDENTIFICATION DES PRINCIPAUX ENJEUX ET LEVIERS D'ACTION

Source : EVEA d'après ADEME

Objectifs :	
<ul style="list-style-type: none"> - Identifier et caractériser les différents enjeux - Identifier les principaux leviers pour réduire les impacts environnementaux du référent - En déduire des pistes d'amélioration qui pourront être comparées via la matrice Offre <p><i>N.B. Les idées pourront être intégrées aux spécifications du produit et directement intégrées au plan d'actions</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - En cas de communication environnementale, penser à hiérarchiser vos arguments en cohérence avec les principaux enjeux environnementaux du produit développé 	
Qui ?	L'animateur et les participants de son choix (tous les acteurs du développement de produit seront les bienvenus et quelques personnes externes à l'entreprise)
Quoi ?	Après avoir coché, dans la 1 ^{ère} colonne la catégorie à laquelle appartient le produit à développer : <ol style="list-style-type: none"> 1- Caractériser les différents enjeux 2- Lister par un brainstorming des pistes pour répondre aux principaux leviers
Quand ?	Après avoir sélectionné le produit et le référent avec lesquels initier sa démarche d'éco-conception

Source : EVEA d'après le bon sens écologique de l'ADEME

Catégorie de produits	Etapas les plus contributrices	Axes d'amélioration à approfondir	Vos pistes d'amélioration
Consommateurs d'énergie (ou autres consommables...)	La phase d'utilisation	Réduction des consommations par : <ul style="list-style-type: none"> - un changement de technologie, avec un meilleur rendement énergétique et/ou exploitant une ressource renouvelable (solaire, éolien, hydraulique...) - le paramétrage de mode veille 	
« Courte durée de vie » (jetable, à usage unique...)	La production : extraction et transformation des matières premières	Réduction de la quantité de matériaux, utilisation de matériaux recyclés...	
	La fin de vie	Repenser / anticiper la fin de vie par la recyclabilité, la réutilisation	
« Longue durée de vie »	Cet axe est applicable quelles que soient les étapes les plus contributrices aux impacts	Allonger la durée de vie pour amortir sur une plus longue durée les impacts de la production, de la distribution et de la fin de vie	

ROUE DE L'ÉCO-CONCEPTION

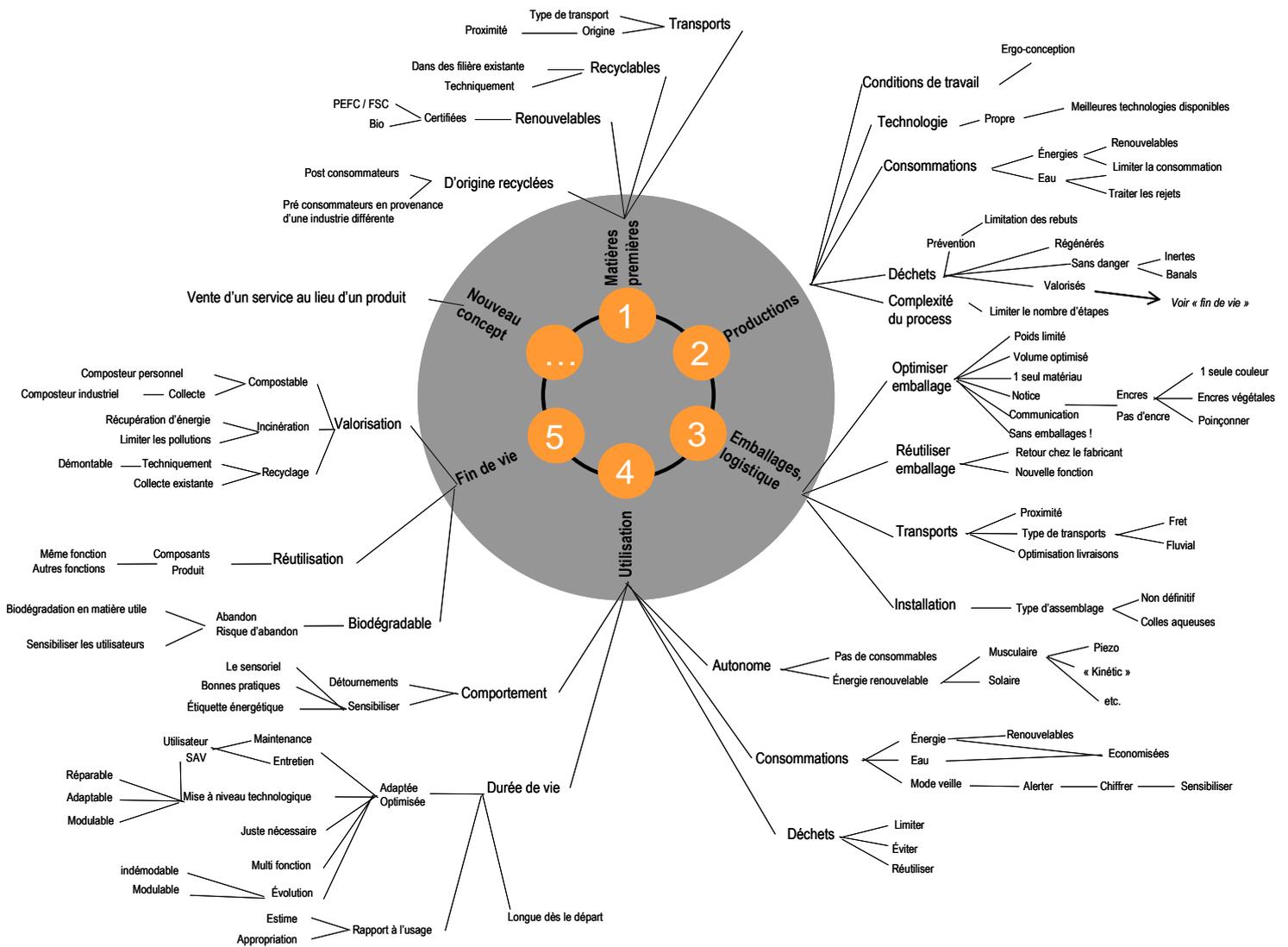
Source : EVEA 2006, d'après TU Delft et UNEP

Objectifs : Identifier des solutions alternatives dans le but de limiter, voire d'éviter, les impacts / risques d'accident liés aux étapes les plus contributrices à l'empreinte environnementale du produit.

N.B. Les idées pourront être intégrées aux spécifications du produit et directement intégrées au plan d'actions.

Qui ?	L'animateur et les participants de son choix (c'est une des parties où la diversité des profils des participants est très importante)
Quoi ?	1. Sélectionner les étapes pertinentes pour le projet, c'est-à-dire les plus contributrices à l'empreinte environnementale du produit 2. En présentant une étape à la fois, échanger sur chaque piste de l'arborescence pour évaluer : - leur application possible - le risque de transfert de pollution associé (il faut impérativement veiller à ne pas générer d'augmentation d'impact en parallèle d'une réduction)
Quand ?	Après avoir identifié les enjeux environnementaux du produit et référent sélectionnés pour initier sa démarche d'éco-conception

Exemple : Si votre produit consomme de l'énergie à l'utilisation, se focaliser sur l'étape 4 – Utilisation, rendre le produit autonome en utilisant une énergie renouvelable solaire ou musculaire.



4 ANNEXES

ANNEXE 1 : EXEMPLE D'ÉCO-CONCEPTION D'UNE BOUILLOIRE INTÉGRANT DES CRITÈRES SOCIAUX ET SOCIÉTAUX – PARTIE 2 COMPLETEE PAR FRANCE BOUILLOIRE (ENTREPRISE FICTIVE)

France Bouilloire est un concepteur, assembleur et revendeur de bouilloires haute qualité sur le marché français. L'entreprise s'est rapidement développée et vise un marché plus européen. Elle constate le développement important d'une offre concurrente sur le secteur écologique.

OÙ EN ETES VOUS AU REGARD D'UNE DÉMARCHÉ D'ÉCO-CONCEPTION ?

Vision : Chaque entreprise, en fonction de sa raison d'être, s'est donné une vision lui indiquant où elle devrait être à une certaine échéance. Pour atteindre cette vision, elle prépare sa stratégie, la formalise puis la partage avec ses parties prenantes directes. Celle demandée ici peut être celle du dirigeant, individuelle et personnelle et hors de toute contrainte (« si je rêve, je vois mon entreprise dans X ans ... »)

Ma vision aujourd'hui (en 3 phrases maximum):

« La bouilloire indispensable de demain »

Proposer au marché européen un appareil du quotidien, la bouilloire électrique, qui se démarque de la concurrence par de grandes exigences de qualité et d'esthétisme et par sa philosophie de l'innovation.

Votre entreprise a-t-elle intérêt à entreprendre une démarche d'éco-conception intégrant des critères sociaux et sociétaux?

Oui, voici notre intérêt :

- La concurrence prend position sur ce marché en progression constante. Il est nécessaire de suivre une démarche similaire pour ne pas perdre de parts de marché
- Il est aussi de notre intérêt de consolider l'esprit d'entreprise autour de valeurs fortes

L'animateur de cette démarche sera : Le Dirigeant

Et nous devons vérifier les points suivants :

- Les offres de la concurrence dans ce domaine
- Quantifier et qualifier le marché
- Les actions de nos fournisseurs vers l'éco-conception

Non, parce que :

Que puis-je changer pour pouvoir me lancer ? :

SUR QUOI TRAVAILLER POUR AMELIORER LA COMPETITIVITE DE MON ENTREPRISE EN Y INSERANT L'ECO-CONCEPTION ?

Pour choisir le produit que vous souhaitez éco-concevoir, 4 principes sont préconisés:

1. Etre prêt à revoir sa stratégie par un travail collaboratif avec ses collaborateurs et les différentes parties prenantes
2. Identifier ses enjeux environnementaux et sociétaux principaux de son offre : réglementation, attentes...
3. Dépasser les frontières de l'entreprise pour rechercher des solutions dans son éco-système : une entreprise est en synergie avec son environnement, les déchets des uns peuvent ainsi devenir les ressources des autres...
4. En déduire le produit grâce auquel je vais lancer ma démarche d'éco-conception et identifier le référent correspondant.

Type et nom du produit sur lequel je veux travailler à renseigner dans une des cases du tableau ci-dessous :
N.B. Le nom étant renseigné au lancement du projet, il sera évidemment susceptible d'évoluer (ex : produit xxx.version2 pour une reconception du produit xxx)

	Amélioration (=reconception)	Innovation (=conception d'un nouveau produit)
Bien	Bouilloire Haut de Gamme DD « Ecochic »	
Service		
Typologie de biens et/ou services ayant la même fonction principale (ex : une gamme de produits)		

Référent : **Bouilloire haut de gamme existante Chic**

L'état initial de mon référent

Indicateurs (ex : masse, volume, énergie, eau, quantité de déchets, émissions CO2, épuisement des ressources naturelles...)	Valeur (en précisant l'unité)	Outil / méthode utilisé (ex : Bilan produit ADEME, suivi annuel des conso. du site et correspondance avec la ventilation du CA, mesure spécifique)
Poids	800g	Mesure du poids
Origine des matériaux	Vierge 80% / Recyclé 20% (cartons)	Spécification fournisseur
Consommation d'eau	1,5 Litre chauffé / 1 litre consommé	Test consommateur, utilisation sur plusieurs jours
Consommation d'énergie	2000W jusqu'à 100°C	
Réparabilité	Faible	Retours de consommateurs
Séparabilité des matériaux	Faible	Test interne

VERS OÙ ALLER POUR DEVELOPPER MON PROJET?

À partir des critères listés à l'étape précédente, organisez vos objectifs de performance durable par partie prenante. Ces objectifs sont les spécifications environnementales et sociales à intégrer au brief produit ou cahier des charges.

Chaîne des acteurs	Spécifications environnementales et sociétales
Fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> - Fournisseur plastique : matière recyclée (vérifier la faisabilité au préalable) - Fournisseur métaux : matière recyclée (vérifier la faisabilité au préalable) - Fournisseur emballage : Certification FSC ou origine recyclée (valider avec le marketing pour image) - Fournisseur électronique : respect de la réglementation DEEE et offre présentant les meilleurs rendements thermoélectriques du marché - Acteurs si possibles locaux (mais contrainte de prix) ou ayant engagé des actions environnementales (site de production certifié 14 001, label) - Charte RSE et traçabilité des approvisionnements
Sous-traitants Transports et logistique	<ul style="list-style-type: none"> - Limitation des consommables (ex : utilisation de caisses réutilisables au lieu de cartons) et valorisation des déchets gérés par les entrepôts (ex : recyclage des bâches des camions) - Optimisation des consommations de carburant par le choix des modes de transport les moins polluants disponibles (ex : fret, bateau, Respect de la norme EURO 4 à minima sur toute la flotte de camion) et des taux de remplissage élevés - Respect de la norme EURO4 à minima sur toute la flotte de camion - Charte RSE
Les différents services de l'entreprise <i>(R&D, achats, marketing, design, bureau d'études, production, communication...)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Direction : signature d'une Charte de Bonnes Pratiques Environnementales - Tous les services : Formation aux enjeux du développement Durable et suivi de la réglementation DEEE - BE & Design : Intégration d'indicateurs de performance environnementale dans le cahier des charges fonctionnel (poids, recyclabilité, réparabilité, séparabilité, consommation eaux et énergie) - Marketing & Design : Travail sur la réduction du packaging et l'utilisation de matériaux recyclés et/ou recyclables (indicateurs) - Production : Suivi des consommations énergétiques, déchets, papier - Commercial : Mise en place d'une offre pour les pièces de rechange
...Clients Prescripteurs Autres intermédiaires	Formation du personnel de vente à la communication de la performance environnementale de notre nouveau produit
Utilisateurs finaux	Sensibilisation à de meilleures pratiques en phase d'utilisation de la bouilloire et respect des consignes de recyclage.

COMMENT PARVENIR A DYNAMISER MON EQUIPE ?

Cette étape formalise le passage des spécifications listées dans « Vers où aller ? » à des actions concrètes pour chaque acteur du développement du produit.

Calendrier prévisionnel et macro du projet :

Trimestre 1 :

- Formation courte pour l'ensemble du personnel sur les enjeux du Développement Durable ;
- Motivation et cohésion de l'équipe autour du projet. Signature d'une charte de valeurs ;
- Benchmark, achat de produits concurrents « éco-conçus ». Analyse de leur qualité environnementale ;
- Analyse du marché potentiel et des arguments sensibles ;
- Tour de table des fournisseurs : ont-ils déjà eu des requêtes dans ce sens ? Quelles réponses ont déjà été apportées ?

Trimestre 2 : Recherche de solutions innovantes par rapport à celles des concurrents en collaboration avec les fournisseurs

Objectif	ACTION	Responsable	Echelle des temps				Prérequis	Livrables	Contraintes	Budget
			Durée	Début	Fin	Etapes				
1. Formation du personnel	Trouver un organisme de formation	Dirigeant	3 semaines	janvier						
	Planifier la demi-journée de formation	Assistant de direction								
2. Benchmark concurrence	Repérer les produits concurrents	Directeur marketing	1 mois	février	mars		Formation aux enjeux et leviers	Liste des bouilloires « éco concurrentes		3 journées
	Identifier leurs innovations	Directeur Marketing	2 mois	Février			Formation aux enjeux et leviers			3 journées, 1000€ pour achat de produits
3. Dialogue fournisseurs	A identifier	Directeur Achat								
4. Reconception	Création d'idées	BE & Design	6 mois							
	Sélections	BE & Design								
	Prototypes	BE & Design								
5. Prospective innovation	Se rapprocher des écosystèmes pour discuter d'une filière de récupération de bouilloire	BE & Design	2 ans	Dans les prochains mois						
	Se renseigner sur les systèmes photovoltaïques	BE & Design	5 ans	Dans les prochains mois						

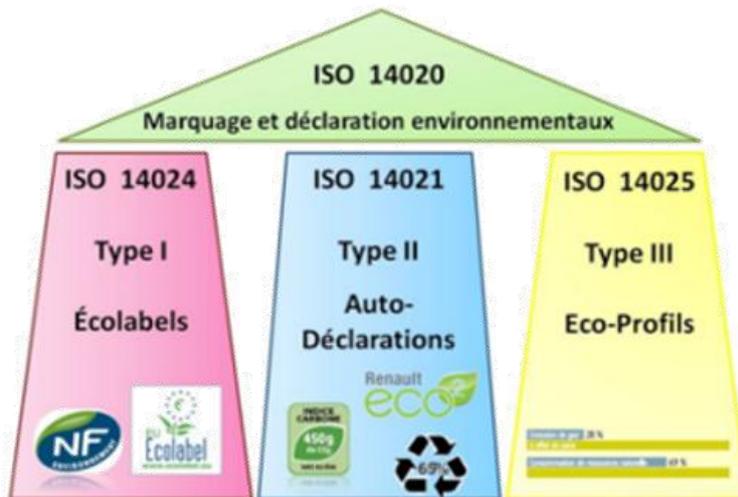


Illustration des 3 types de communication environnementale, source Pôle Eco-conception

Pour construire votre argumentaire environnemental :

1-Choisir le(s) type(s) de communication adaptés à votre cible en cochant la case correspondante :

Ecolabel(s)	Démarche trop lourde
Auto-déclarations	Oui
EPD – Environmental Product Declaration– réalisée à partir d'ACV	Démarche trop lourde
Affichage environnemental selon le BPX30-323 et le référentiel adapté à sa catégorie de produit	Oui
Justifications	
<p>Une ACV ou l'obtention d'un label coûteraient trop cher à l'entreprise. L'auto-déclaration et un affichage adapté sur le site internet et le produit suffiront à l'horizon 2 ans. Attention à communiquer de façon intelligente pour ne pas tomber dans le greenwashing.</p>	

2- Développer son contenu et sa forme (symbole, pictogramme...) en respectant les normes associées et référentiels de bonnes pratiques. D'après la norme ISO 14020, applicable à tout type de communication environnementale, les étiquettes et déclarations environnementales doivent être : pertinentes, exactes, vérifiables, non trompeuses et pédagogiques.

Mon brief communication (contenu, forme...) :

Enrichir notre site internet avec :

- des explications sur la démarche adoptée par l'entreprise
- des précisions chiffrées sur les améliorations apportées au produit (indicateurs transparents)

ANNEXE 2 :

QUELQUES LOGICIELS D'ÉCO-CONCEPTION GRATUITS ET MULTI-SECTEURS

Eco-design Pilot Outil développé par TU Wien, traduit en français par l'ADEME	Accessibilité http://www.ecodesign.at/pilot/ONLINE/FRANCAIS/INDEX.HTM
Pré requis : Connaître la composition du produit.	
Objectifs : <ul style="list-style-type: none">- Sensibiliser à la prise en compte du cycle de vie,- Permettre une « évaluation » qualitative du produit,- Permettre d'obtenir des suggestions d'amélioration.	
Bilan produit de l'ADEME Outil développé avec L'Université de Cergy Pontoise et Ecoinvent Centre	Accessibilité http://www.ademe.fr/internet/bilan_produit/login.asp
Pré requis : Connaître la composition du produit.	
Objectifs : <ul style="list-style-type: none">- Évaluer les impacts environnementaux en cycle de vie avec des données Ecoinvent (base de données générique Suisse utilisée en Europe),- Avoir essentiellement des données sur les matériaux, fabrication, transports et énergie.	
Biloba Web de Gingko 21 Outil gratuit développé par Gingko 21 pour l'évaluation environnementale rapide	Accessibilité http://www.gingko21-biloba.com/
Pré requis : Connaître la composition du produit.	
Objectifs : <ul style="list-style-type: none">- Évaluer les impacts environnementaux en cycle de vie avec des données ILCD (base de données ACV de la Commission Européenne),- Avoir essentiellement des données sur les matériaux, fabrication, transports et énergie.	

Certains éco-organismes, fédérations professionnelles et centres techniques ont développé leurs propres outils. N'hésitez pas à vous rapprocher de ceux en lien avec votre projet pour en bénéficier.

ANNEXE 3 : L’AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL

(Source : Retour d’expériences sur la filière textile/chaussure en Alsace, Bourgogne et Lorraine rédigé par l’ADEME et l’AFNOR)

L’objectif de l’affichage environnemental est de permettre au consommateur d’intégrer des informations concernant les impacts environnementaux générés par un produit tout au long de son cycle de vie. Ce doit être un critère de décision dans son acte d’achat. Il doit permettre la comparaison entre produits d’une même catégorie (soit « un groupe de produits ayant une fonction équivalente » d’après la NF EN ISO 14025), et lorsque cela s’avère pertinent, entre catégories de produits. L’objectif complémentaire est d’inciter les entreprises à améliorer la performance environnementale de leurs produits sur la base d’indicateurs précis.

L’expérimentation de l’affichage environnemental a été décidée par la loi Grenelle II (art. 228) du 12 juillet 2010 afin d’évaluer l’opportunité d’une généralisation de ce dispositif. Le Ministère du Développement durable précise que cette évaluation doit permettre d’identifier les conditions de facilitation de l’affichage pour les entreprises. Les axes d’évaluation, définis avec le Comité national du Développement durable et du Grenelle de l’environnement lors de la préparation de l’expérimentation, portent sur :

- les retours des consommateurs ou des acteurs de l’entreprise en contact avec les clients (vente, marketing...), l’évolution de l’image de marque ou d’entreprise...
- la transparence des données et des modes opératoires utilisés par les entreprises pour calculer leurs indicateurs,
- l’évaluation des coûts de l’opération pour les entreprises,
- l’appropriation et la compréhension de la démarche par les acteurs de l’entreprise mais aussi par les ONG, fournisseurs, syndicats...

168 entreprises participent à l’expérimentation et disposent d’un affichage opérationnel sur Internet, en rayon ou sur le produit depuis le 1er décembre 2011. Des enquêtes-tests sont menées par la Direction Générale de la Consommation de la Concurrence et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) avec le soutien du Ministère du Développement durable. Sept associations de consommateurs (2) se sont regroupées pour contribuer à cette évaluation (3).

(2) Association de défense d’éducation et d’information du consommateur, Association force ouvrière consommateurs, Association études et consommation CFDT, Confédération nationale des associations familiales catholiques, Familles de France, Familles rurales et Union nationale des associations familiales.

(3) Source : Site du Ministère du Développement durable.

Quelques témoignages de PME qui ont participé à cette expérimentation :

- **Alsatextiles** - Ingénierie, design et réalisation de supports en impression numérique
Effectif : 9 personnes - Chiffre d’affaires : 1,15 M€

Étiquette visible sur le blister du produit avec un lien vers le site : www.pixadecor.com



	Production & fin de vie	Lavage ménager
Effet de serre	5,3 kg eq. CO ₂	0 g eq. CO ₂
Consommation d’eau	54,7 litres	0 litre
Polyséquestration	16,5 mg eq. P	0 mg eq. P
Épuisement des ressources naturelles	32,1 mg eq. Sb	0 mg eq. Sb

« Notre objectif est d’orienter l’entreprise vers un développement économique basé sur un circuit court de distribution. Cette expérimentation a été l’occasion de valoriser notre démarche d’éco-conception et plus particulièrement notre procédé de fabrication. Grâce à l’affichage, le consommateur pourra comparer, de façon crédible, nos produits avec une fabrication plus éloignée, voire non respectueuse de l’environnement. Pour cela, il faut s’assurer de donner une information tangible. La démarche nous a également permis de participer à une émulation locale grâce au travail en réseau, de développer des relations commerciales, mais aussi de prendre tout simplement le temps de se poser et de sortir du quotidien. »

- **Virtuose** - Teinture de fils et tissage d’étoffes destinées à l’univers de la chemise masculine haut de gamme
Effectif : 105 personnes - Chiffre d’affaires : 15 M€

« L’affichage est une continuité avec notre engagement en matière d’innovation et d’environnement. C’est aussi notre volonté de partager nos expériences avec les entreprises locales et de rester en veille. Nous participons au groupe de travail national pour représenter les industriels du textile et défendre nos positions face aux distributeurs. Nous participons également au programme CIM-ÉCO® pour l’Analyse du Cycle de Vie de nos produits. Pour l’expérimentation nationale sur l’affichage environnemental des produits, nous avons choisi la chemise FreshMax qui est notre seul produit fini commercialisé en direct. »



- Une étiquette apposée sur le produit avec une différenciation entre les impacts liés au mode de production et ceux liés au mode d’utilisation.

• Une enquête consommateurs est en cours. Nous avons prévu d’évaluer le comportement d’achat sur notre site Internet*. Des retours de clients qui achètent dans notre magasin d’usine montrent qu’ils ont vu et lu l’étiquette mais que la compréhension des indicateurs est difficile.

* <http://affichageenvironnementaltextile.com>

ANNEXE 4 : LES ATTENTES DES CONSOMMATEURS

(Source : EVEA d'après la plate-forme Orée éco-conception et l'étude « les consommateurs face à l'affichage environnemental » publiée en novembre 2012 par le Commissariat général au développement durable)

- La sensibilité des français et des européens aux problèmes environnementaux s'est accrue de façon continue depuis le début des années 1990. Elle se traduit de plus en plus dans leur comportement d'achat. D'une part, les chiffres de la consommation responsable montrent un développement tendanciel ces dernières années en France. D'autre part, de nombreuses enquêtes d'opinion confirment l'attraction des consommateurs français et européens pour des produits respectueux de l'environnement. Enfin, beaucoup d'études économiques mettent en évidence des consentements à payer positifs pour des produits à empreinte écologique réduite.
- En cohérence avec leur intérêt croissant pour la qualité environnementale et sociale des produits, les enquêtes d'opinion montrent que les consommateurs français sont demandeurs d'une information environnementale plus claire et plus fiable qu'aujourd'hui.
- La littérature montre que l'information sur les impacts environnementaux des produits est susceptible d'influencer les comportements d'achat et de production dans un sens favorable à l'environnement. L'impact sur les parts de marché serait vraisemblablement modéré à court terme mais pourrait monter en puissance avec la notoriété du format d'affichage sous réserve d'une bonne communication autour de la mesure. Par ailleurs, la prise en compte de l'information environnementale par le consommateur dans ses achats courants passe par une information sur le lieu d'achat et par un format de restitution uniformisé, synthétique, clair et comparable entre produits.

→ **Le consommateur est à la recherche de "repères" compréhensibles lui permettant d'identifier les produits respectant l'environnement, notamment sur son lieu d'achat.**

A l'occasion de la Journée internationale des droits des consommateurs le 15 mars 2012

Une étude Testntrust dévoile

les 5 priorités des consommateurs français

Priorité N°3, jugée « importante et prioritaire » pour 66% d'entre eux

Favoriser les produits Made in France



Les français se montrent plus attentifs à leur consommation et recherchent avant tout à favoriser des produits qu'ils pensent vertueux pour l'emploi. Les **femmes** sont plus sensibles que les hommes à la valorisation d'une fabrication locale.

testntrust

Liste (non exhaustive) des études et sondages relatifs aux attentes des consommateurs en matière d'environnement :

- l'étude « les consommateurs face à l'affichage environnemental » publiée par le Commissariat général au développement durable en novembre 2012
- Etude Testntrust pour la journée internationale des droits des consommateurs 2012
- Greendex highlights report 2012: Consumer Choice and the Environment – A Worldwide Tracking Survey
- Sondage Eurobaromètre : "Les Européens se soucient de l'empreinte écologique de leurs produits" de juillet 2009
- Lettre Ademe & Vous – Stratégie & études de septembre 2008 sur les évolutions comportementales en matière d'environnement
- Etude menée par Euro RSCG d'octobre 2007
- Etude réalisée par Ethicity en 2012, et depuis 2004, en partenariat avec l'ADEME
- Sondage Ifop pour TBWA Non Profit réalisé en septembre 2007
- Etude du Credoc publiée en mars 2007 sur "la consommation engagée et évolution"
- Sondage Ifop réalisé pour La Poste en mars 2007
- Sondage mené par LH2, Les français et la consommation durable