

GUIDE  
PRATIQUE  
DE

POUR UNE DÉMARCHE  
RESPONSABLE

# L'ÉCO- CONCEPTION



**VERS DE  
NOUVEAUX  
MODÈLES  
ÉCONOMIQUES**



> DES NOTIONS  
DÉCRYPTÉES

> LES ENJEUX DES  
BONNES PRATIQUES  
POUR LES TPE-PME

> DES RETOURS  
D'EXPÉRIENCE

---

## ÉDITO

---

Au mois d'août 2015, la consommation de l'humanité a excédé ce que la nature est capable de produire en un an. Pour le reste de l'année, nous avons consommé à crédit en puisant dans les stocks de ressources naturelles. Ce jour de dépassement des ressources renouvelables montre que nous demandons plus à la nature que ce qu'elle peut renouveler. Concevoir des produits avec un impact moindre sur l'environnement et une utilisation plus durable des ressources constitue donc un enjeu primordial, en termes de développement durable mais aussi d'innovation, de recherche et de développement.

La situation économique actuelle impose également aux entreprises d'être innovantes pour rester compétitives. C'est ainsi que des entreprises se sont mises à concevoir leurs produits en réduisant leurs impacts environnementaux, tout en transformant leurs business models et apportant de nouvelles fonctionnalités au produit : c'est l'éco-conception des produits et services.

Le terme «éco-conception» et son contenu méthodologique ont été promus conjointement par le ministère chargé de l'Environnement et l'ADEME à partir du début des années 2000. L'éco-conception est définie comme l'intégration de la protection de l'environnement dès la conception d'un produit (bien ou service), en vue de réduire ses impacts environnementaux tout au long du cycle de vie. L'environnement devient un facteur d'innovation et de créativité.

L'éco-conception reste un sujet perçu comme complexe et réservé aux initiés.

### **Pourquoi ce guide ?**

D'autres acteurs ont publié des guides plus complets, et plus spécialisés, sur le sujet de l'éco-conception. Destiné aux dirigeants de TPE-PME, ce guide cherche, d'une façon dynamique et pédagogique, à expliquer ce qu'est une démarche d'éco-conception et à en montrer les bénéfices, sans être exhaustif.

Ce guide présente les grandes notions de l'éco-conception, les principaux enjeux et bénéfices, et propose le témoignage de nombreux patrons qui se sont lancés dans une démarche d'éco-conception.

Finalement, ce guide vise à montrer aux TPE et PME qu'innovation et rentabilité ne sont pas opposées à la conception de produits respectueux de l'environnement, bien au contraire...

### **Guillaume de Bodard**

Président de la Commission Environnement et Développement Durable de la CGPME



## **I. CE QU'IL FAUT SAVOIR**

### **A. LES GRANDES NOTIONS**

1 - LES PRINCIPES DE L'ÉCO-CONCEPTION	6
2 - L'ANALYSE DU CYCLE DE VIE	7
3 - L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE	9
	12

### **B. LES ENJEUX DE L'ÉCO-CONCEPTION**

1 - LES ENJEUX RÉGLEMENTAIRES	14
2 - LES BÉNÉFICES DE L'ÉCO-CONCEPTION	15
3 - LES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX	17
	19

### **C. NORMALISATION ET DÉCLARATIONS ENVIRONNEMENTALES**

1 - NORMALISATION	22
2 - DÉCLARATIONS ENVIRONNEMENTALES	23
	23

## **II. COMPRENDRE ET AGIR**

### **A. DES ACTIONS ET DES TÉMOIGNAGES**

1 - PISTES D'ACTIONS	28
2 - TÉMOIGNAGES D'ENTREPRISES	29
	33

### **B. DES ACTEURS À CONNAÎTRE**

1 - ACTEURS INSTITUTIONNELS	58
2 - ACTEURS PRIVÉS	59
	63

### **C. NOS FÉDÉRATIONS EN ACTION**

1 - CNPA	66
2 - PROFLUIDE	67
3 - FEDEREC	68
4 - FÉDÉRATION DE LA PLASTURGIE ET DES COMPOSITES	69
5 - FPS	70
6 - FIEEC	71

## **CONCLUSION**

72



## A. LES GRANDES NOTIONS

1 - LES PRINCIPES DE L'ÉCO-CONCEPTION	7
2 - L'ANALYSE DU CYCLE DE VIE	9
3 - L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE	12

# I. CE QU'IL FAUT SAVOIR

## **B. LES ENJEUX DE L'ÉCO-CONCEPTION**

1 - LES ENJEUX RÉGLEMENTAIRES	15
2 - LES BÉNÉFICES DE L'ÉCO-CONCEPTION	17
3 - LES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX	19

## **C. NORMALISATION ET DÉCLARATIONS ENVIRONNEMENTALES**

1 - NORMALISATION	23
2 - DÉCLARATIONS ENVIRONNEMENTALES	23

# A. | LES GRANDES NOTIONS



LA DÉMARCHE D'ÉCO-CONCEPTION EST UNE DÉMARCHE D'ARBITRAGE. IL S'AGIT DE « DÉCIDER EN CONNAISSANCE DE CAUSE » ENTRE LES COÛTS ÉCONOMIQUES ET LES COÛTS ENVIRONNEMENTAUX.

Ces arbitrages consistent à trouver un équilibre entre différentes options de conception.

## DÉFINITION DE L'ÉCO-CONCEPTION

« L'intégration des aspects environnementaux dans la conception et le développement de produits », selon l'ISO/TR 14062 sur le Management environnemental, publié en 2002.

« L'intégration des caractéristiques environnementales dans la conception du produit en vue d'améliorer la performance environnementale du produit tout au long de son cycle de vie », selon la directive 2009/125/CE du 21 octobre 2009, qui détermine un cadre pour la fixation d'exigences en matière d'éco-conception applicables aux produits liés à l'énergie.



## DIFFÉRENTES MISES EN ŒUVRE DE L'ÉCO-CONCEPTION

**L'éco-conception se différencie en fonction de la stratégie de l'entreprise. La démarche peut se mettre en œuvre selon trois axes :**

- > **Technique** avec de nouveaux procédés de fabrication, de nouveaux matériaux ou de nouvelles fonctionnalités,
- > **Commerciale** avec un changement de communication interne/externe, un changement du mode de distribution, ou de tarification (passage du produit au service),
- > **Organisationnelle** avec un développement de partenariats, et le recueil (systématique ou non) de données environnementales.



# 1. LES PRINCIPES DE L'ÉCO-CONCEPTION

## UNE APPROCHE PRÉVENTIVE

**Toute activité humaine, économique ou non, a une influence sur l'environnement. Aucun produit ne peut revendiquer un impact nul sur l'environnement. L'éco-conception consiste à intégrer la protection de l'environnement dès la conception des produits (biens ou services).**

L'éco-conception a pour objectif de réduire les impacts environnementaux d'un produit tout au long de son cycle de vie : extraction des matières premières, production, distribution, utilisation et fin de vie.

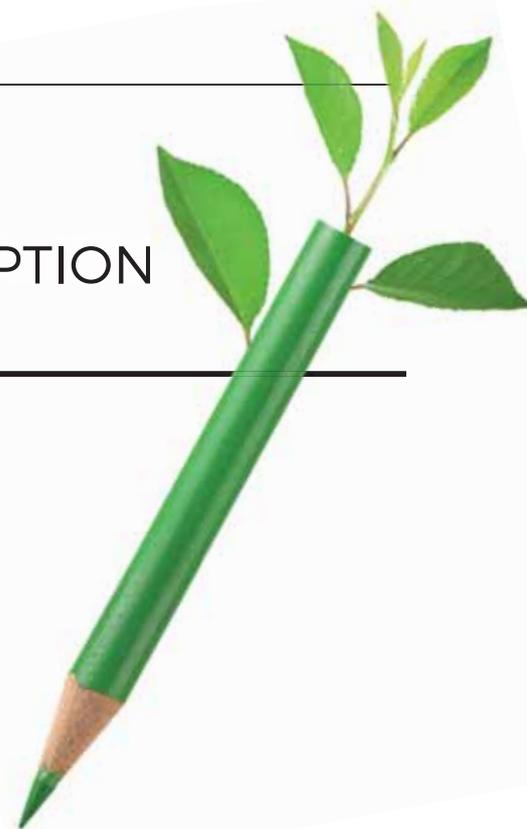
Une démarche d'éco-conception permet une optimisation de l'emploi des ressources (réduction d'énergie et de matières premières), ainsi qu'une réduction des pollutions et des nuisances.

En définitive, le but de l'éco-conception est de réduire, de façon préventive, les impacts environnementaux, tout en conservant la qualité d'usage des produits. C'est essentiellement une démarche de conception, qu'elle soit sophistiquée ou tout simplement de bon sens, dont le but est d'aboutir à une amélioration de la qualité écologique des produits.

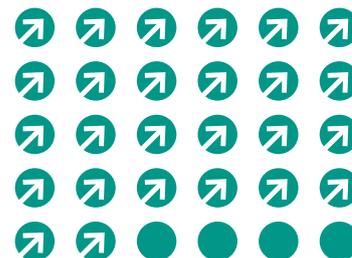
## UNE APPROCHE GLOBALE

**L'éco-conception se caractérise par une démarche multi-étapes, multi-critères et multi-acteurs.**

- **L'éco-conception est une démarche multi-étapes**  
Elle prend en compte les diverses étapes du cycle de vie du produit (extraction des matières premières, production, distribution, utilisation et fin de vie).
- **L'éco-conception est une démarche multi-critères**  
Elle prend en compte les consommations de matière et d'énergie, les rejets dans les milieux naturels, les effets sur le climat et la biodiversité...
- **L'éco-conception est une démarche multi-acteur**  
Une démarche d'éco-conception est mise en œuvre par une entreprise ou un organisme public, mais elle implique l'ensemble des parties prenantes pour qu'elle soit réussie. Les fournisseurs, ainsi que les recycleurs, réparateurs et récupérateurs font partie intégrante du cycle de vie d'un produit ainsi que les consommateurs, acheteurs ou utilisateurs qui influencent la phase d'usage.



### QUELQUES CHIFFRES



Sur **30** entreprises ayant entrepris une démarche d'éco-conception, **26** ont noté une augmentation de leurs ventes.



**40 %** des entreprises qui ont augmenté leur profit grâce à l'éco-conception ont constaté que la marge sur les produits éco-conçus avait dépassé celle des produits fabriqués de manière traditionnelle.

*Source : étude « La rentabilité de l'éco-conception : une analyse économique » du Pôle éco-conception et Management du Cycle de Vie et de l'Institut de développement de produits.*

## ÉCO-CONCEPTION ET RSE : DEUX DÉMARCHES COMPLÉMENTAIRES

**La responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE) est le versant du développement durable, appréhendé par l'entreprise, qui doit donc s'appuyer sur les trois piliers : économique, environnemental et social.**

L'éco-conception s'intègre dans la notion plus large de la RSE et embrasse ces trois piliers :

**Le pilier économique** : l'éco-conception est un levier de croissance pour les PME car elle répond aux besoins des acheteurs et des consommateurs, et à une meilleure dynamique d'innovation.

**Le pilier environnemental** : l'éco-conception, c'est réduire l'utilisation des matières premières, diminuer la pollution de l'air et de l'eau...

**Le pilier social** : les problématiques sociales en lien avec l'éco-conception sont nombreuses, par exemple le lieu de la fabrication du produit, l'objectif de transparence pour mieux informer les consommateurs...

### LES DIFFÉRENTES MÉTHODES D'ÉCO-CONCEPTION

#### Les démarches de type exhaustif

1. L'évaluation globale de l'ensemble du cycle de vie du produit et de tous ses impacts environnementaux.
2. Une recherche des options de conception permettant de réduire l'ampleur des principaux problèmes environnementaux.
3. Le contrôle des pistes d'amélioration pour s'assurer de leur efficacité et garantir qu'elles n'aggravent pas d'autres impacts. L'analyse du cycle de vie, ou ACV, est une démarche de type exhaustif.

#### Les démarches de type sélectif

C'est la recherche d'options de conception permettant de réduire l'ampleur d'un ou plusieurs problèmes préalablement identifiés. Une étude d'éco-conception qui se focalise sur certains aspects environnementaux du produit peut être pertinente même si elle ne couvre pas l'ensemble du cycle de vie, ni l'ensemble des impacts environnementaux du produit.



**Il faut vérifier que le gain environnemental obtenu ne se fait pas au détriment d'autres aspects environnementaux.**

Se focaliser sur certaines caractéristiques du produit ou certaines étapes de son cycle de vie ne doit pas faire perdre pour autant la vision globale propre à l'éco-conception.

### LES 4 NIVEAUX DE L'ÉCO-CONCEPTION

#### Des actions adaptées aux besoins des entreprises

L'éco-conception est accessible à toute entreprise. On peut identifier plusieurs niveaux selon les besoins des entreprises.

##### > Niveau 1

#### Amélioration de produits (biens ou services)

Amélioration environnementale progressive de produits existants, en travaillant sur un ou plusieurs composants, sans modification majeure de technologie employée. Il peut s'agir d'optimiser le processus de conception du produit.

##### > Niveau 2

#### Reconception du produit

Approfondissement et temps de développement plus important que le niveau 1 pour reconcevoir le produit. Le concept du produit reste le même, il s'agit de repenser l'architecture du produit, en développant ou remplaçant certaines parties par de nouvelles.

##### > Niveau 3

#### Innovation fonctionnelle

Création d'un nouveau concept de produit ou d'une nouvelle technologie, en changeant la façon dont la fonction du produit est remplie. Il s'agit d'une innovation de rupture.

##### > Niveau 4

#### Innovation du système produits/services

Proposition de nouvelles organisations ou de nouveaux systèmes produits/services. Ce niveau peut nécessiter des modifications sur la chaîne de valeur, des infrastructures voire un changement culturel. Le modèle économique peut être modifié en passant, par exemple, de la vente du produit à la vente d'une fonction sous forme de service.

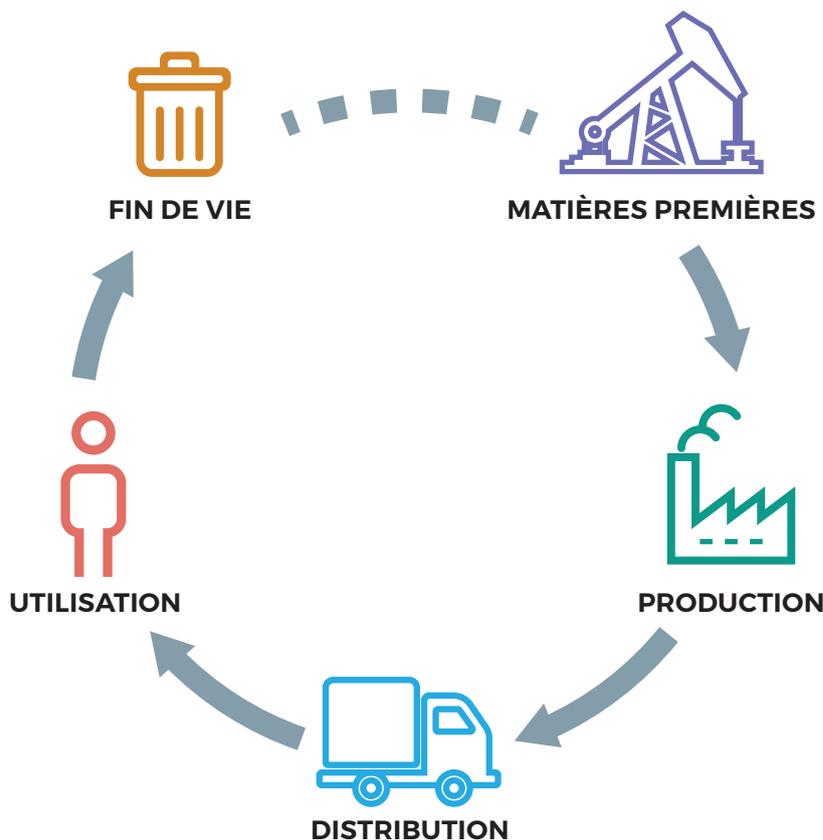
## 2. L'ANALYSE DU CYCLE DE VIE

### UNE MÉTHODE DE RÉFÉRENCE DE L'ÉCO-CONCEPTION

La méthode de référence pour l'évaluation environnementale des produits est l'analyse du cycle de vie (ACV). Cette méthode, introduite en France à partir du début des années 1990, fait aujourd'hui l'objet de deux normes internationales : la norme ISO 14040, qui présente la démarche générale de l'ACV et ses différentes étapes, ainsi que la norme ISO 14044, qui se focalise sur l'étape de l'évaluation et de la hiérarchisation des impacts environnementaux.

Il s'agit de considérer les impacts environnementaux du produit sur l'ensemble de son cycle de vie.

La pratique de l'éco-conception nécessite une bonne compréhension des concepts et des raisonnements de l'ACV, mais il est possible de faire de l'éco-conception sans réaliser une étude d'ACV.



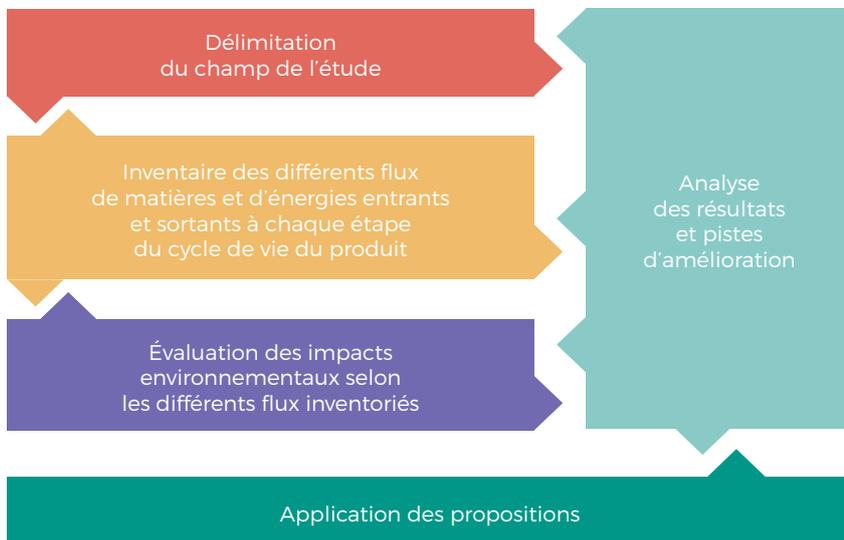
**Le cycle de vie d'un produit est généralement segmenté en cinq phases distinctes :**

- 1. L'extraction et/ou la production des matières premières.**
- 2. La production du produit :** avec la transformation des matières premières et la fabrication des pièces et composants du produit.
- 3. La distribution.**
- 4. L'utilisation :** cette phase s'intéresse à la consommation du produit, son entretien, sa réparation et l'utilisation de produits annexes (consommables).
- 5. La fin de vie du produit :** correspond, soit au recyclage, soit à la manière de gérer les déchets résultant d'un produit. Cette phase prend également en compte le transport du produit vers le site de valorisation ou d'élimination des déchets. La vision globale permet également d'internaliser les externalités dues à l'utilisation du produit.

Tout au long de cette chaîne, de nombreux acteurs concourent à l'élaboration et au devenir du produit : pour fournir les différents composants, les assembler, acheminer et proposer le produit à la vente, l'utiliser, le collecter après usage et enfin l'éliminer ou le recycler.

## LES ÉTAPES DE LA DÉMARCHE D'ACV

Tous les produits et services, quelle que soit l'importance de leur impact sur l'environnement sont concernés par cette démarche qui se déroule en quatre étapes.



### UNE ACV : OUI, MAIS POUR QUELS RÉSULTATS ?

Les réductions d'impacts environnementaux sont couramment comprises entre **10 et 40 %** sur un produit pour une douzaine d'indicateurs. La réduction d'impacts peut aller jusqu'à **70 %** pour certains produits.

Source : « Tour d'horizon sur l'éco-conception des produits » du Commissariat général au développement durable (CGDD), 29 novembre 2013.

## LES FLUX DE MATIÈRES ET D'ÉNERGIES

Les impacts d'un produit sur l'environnement sont associés au flux de matières et d'énergies présents à chacune des étapes de son cycle de vie. On appelle ces flux de matières ou d'énergies des « flux entrants » lorsqu'ils correspondent à des ressources prélevées dans la nature, ou des « flux sortants » lorsqu'ils correspondent à des rejets dans les milieux naturels (eau, air, sols).

qu'ils correspondent à des ressources prélevées dans la nature, ou des « flux sortants » lorsqu'ils correspondent à des rejets dans les milieux naturels (eau, air, sols).

L'ACV permet de convertir les flux entrants et sortants aux différentes étapes du cycle de vie en impacts environnementaux, rapportés à une unité fonctionnelle.

## L'UNITÉ FONCTIONNELLE

La comparaison joue un rôle essentiel en éco-conception : on compare des produits du point de vue de leurs impacts environnementaux. Mais on ne compare entre eux que des produits qui remplissent la même fonction.

Ainsi, le but de l'éco-conception est de réduire les impacts environnementaux sur l'ensemble du cycle de vie d'un produit, à service rendu égal. Définir une base de comparaison, c'est déterminer quels produits vont être comparés entre eux, chacun avec ses propres caractéristiques, pourvu qu'ils remplissent la même fonction. La démarche d'éco-conception ne dégrade donc pas les fonctions du produit : un produit éco-conçu a une fonction au moins équivalente à un produit précédent.

L'unité fonctionnelle est une notion essentielle en matière d'éco-conception. Définir cette unité va permettre de ramener les impacts environnementaux à une « tranche de résultat » identique pour tous les produits étudiés appartenant à une même catégorie.

Une fois l'unité fonctionnelle définie, la recherche d'améliorations écologiques peut commencer.

On cherche alors à identifier des options de conception concernant des paramètres techniques pour lesquels des marges d'amélioration existent (solutions techniquement faisables à des coûts acceptables), permettant de déboucher sur une réduction des impacts environnementaux du produit.

### DES EXEMPLES D'UNITÉS FONCTIONNELLES

- L'unité fonctionnelle d'une lessive serait le volume de lessive nécessaire pour laver une quantité donnée de linge dans des conditions déterminées (dureté de l'eau, degré de salissure du linge...).
- L'unité fonctionnelle d'un moyen de transport serait le transport d'un passager sur une distance donnée dans des conditions déterminées (confort du passager, vitesse du moyen de transport...).

## RECHERCHER L'EFFICACITÉ GLOBALE SUR LE CYCLE DE VIE

La vision globale propre à l'éco-conception (multi-étapes, multi-critères et multi-acteurs) lui donne son originalité et en fait une démarche propice à l'innovation, en recherchant l'efficacité globale de

la chaîne et en évitant les transferts de pollution (d'une étape à une autre, ou d'un milieu naturel vers un autre). Ainsi, dans leur grande variété de mise en œuvre, toutes les méthodes utilisées en

éco-conception se réfèrent à la même exigence : le concepteur doit veiller à ne pas laisser une amélioration ponctuelle aller de pair avec une aggravation ou une création d'impact par ailleurs.



---

### LA PRISE EN COMPTE DE LA DURÉE D'USAGE EFFECTIVE

---

Si les téléphones mobiles peuvent potentiellement durer une dizaine d'années, leur durée d'usage n'est en moyenne que de deux ans (durée de renouvellement du forfait, mode passagère...).

**Dans cet exemple, la démarche d'éco-conception doit prendre en compte la durée effective d'utilisation, ou proposer un modèle économique correspondant aux nouveaux usages.**

Source : analyse du cycle de vie des téléphones mobiles, étude sur la durée de vie des équipements électriques et électroniques réalisée par l'ADEME, juillet 2012.

---

### 3. L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

**L'éco-conception est une démarche incluse dans le concept d'économie circulaire.**

Si l'éco-conception tend à diminuer les impacts environnementaux d'un produit, l'économie circulaire cherche à rendre la société dans son ensemble moins polluante et plus sobre dans l'utilisation des ressources tout en poursuivant l'objectif de croissance économique et de création d'emplois.

L'économie circulaire est un nouveau modèle d'économie qui vise à rompre avec la logique traditionnelle de l'économie linéaire, « extraire, fabriquer, consommer, jeter ». Au contraire, elle tend à réorienter les modèles de

production, d'échanges et de consommation et à rendre l'économie moins dépendante des ressources non renouvelables, notamment en faisant des boucles ; à limiter la consommation des ressources stratégiques et à créer des emplois non-délocalisables...

Le Conseil mondial des entreprises pour le développement durable (WBCSD) estime ainsi qu'il faudra, d'ici 2050, multiplier la productivité des ressources par un facteur compris entre 4 et 10 pour tenir compte de la limite des ressources de la planète\*.

La loi relative à la transition énergétique pour la croissance verte donne à

la France comme objectif « d'assurer la transition vers un modèle d'économie circulaire, en développant un système de production et d'échanges prenant en compte, dès leur conception, la durabilité et le recyclage des produits ou de leurs composants de sorte qu'ils puissent être réutilisés ou redevenir des matières premières nouvelles, afin de réduire la consommation et d'améliorer l'efficacité de l'utilisation des ressources. L'optimisation du cycle de vie des produits prend en compte de manière intégrée l'économie des ressources, matières, énergie, émissions de gaz à effet de serre, et eau nécessaires à ce cycle ».

\*Source : SNTEDD 2015-2020 - Vision 2050, The new agenda for business, WBCSD, 2010.

#### L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE, TROIS DOMAINES D'ACTION, SEPT PILIERS



#### GESTION DES DÉCHETS

- Recyclage



#### OFFRE DES ACTEURS ÉCONOMIQUES

- Approvisionnement durable
- Éco-conception
- Écologie industrielle et territoriale
- Économie de la fonctionnalité



#### DEMANDE ET COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS

- Allongement de la durée d'usage :
  - réemploi,
  - réparation,
  - réutilisation.
- Consommation responsable
  - achat,
  - consommation collaborative,
  - conseils d'utilisation.

Source : d'après le schéma de l'ADEME



Ce modèle permettrait de ne prélever qu'à hauteur de ce que la nature peut renouveler et de n'y rejeter que ce qu'elle pourrait absorber.

## LES COMPOSANTES DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

L'économie circulaire, c'est avant tout un ensemble de démarches ou de concepts visant à rendre l'utilisation des ressources beaucoup plus efficiente.

### > L'éco-conception

Elle promeut un meilleur usage des matières, et facilite la recyclabilité et le réemploi des produits tout en préservant ou améliorant leurs performances, et en réduisant les rejets dans les milieux naturels.

### > L'écologie industrielle

Elle relève d'une démarche territoriale avec comme objectif la mise en place de circuits économiques courts. À l'instar de l'éco-conception, on cherche à maîtriser les flux de matières et d'énergies, mais à l'échelle d'un territoire, et non plus d'un produit. On essaye de rapprocher le fonctionnement d'une industrie d'un écosystème naturel. Si le recyclage et la valorisation de certains déchets n'est pas nouveau, il s'agit d'en faire un principe applicable à tous les secteurs, tous les produits, avec la mobilisation de l'ensemble des parties prenantes, et une application territoriale.

### > L'économie de fonctionnalité

Elle consiste à passer de la notion de vente du bien à celle de la mise à disposition du bien (avec par exemple une tarification fondée sur son usage). C'est l'utilisation du produit qui vient se placer au centre de l'économie. Le système de location de vélos et d'automobiles s'inspire de ce système.

### > L'économie collaborative

Elle regroupe l'ensemble des nouvelles possibilités de consommation où le citoyen est un « consomm'acteur ». Il s'agit du partage, du troc, de l'échange, de la location ou du don. Ces nouveaux modèles permettent une optimisation du taux d'utilisation des équipements tout en satisfaisant les besoins.



## JOUR DU DÉPASSEMENT PLANÉTAIRE !

En 2015, le « Global Overshoot Day », ou « jour du dépassement planétaire » a eu lieu le jeudi 13 août. La planète régénère continuellement ses ressources naturelles, mais à un rythme plus lent que notre consommation actuelle. Il aura fallu moins de huit mois pour que l'Homme consomme toutes les ressources que la terre produit en un an. À partir du « Global Overshoot Day », l'humanité consomme à crédit. En 2014, le jour du dépassement était le mardi 19 août. Chaque année, l'ONG Global Footprint Network compare la production biologique à la consommation qu'en font les humains sur une période d'un an, et annonce la date du « Global Overshoot Day ».

# B.

## LES ENJEUX DE L'ÉCO- CONCEPTION



L'UN DES PRINCIPAUX ENJEUX DE L'ÉCO-CONCEPTION EST DE RESPECTER OU D'ANTICIPER LES RÉGLEMENTATIONS ENVIRONNEMENTALES SUR LE CYCLE DE VIE DU PRODUIT.

### FAIT MARQUANT

Le ministère de l'Écologie a remis le 24 avril 2014 à la commission européenne son plan national d'action visant l'objectif de 20 % d'économie d'énergie d'ici 2020. Le plan incite par exemple à l'éco-conception des ampoules et téléviseurs afin de réduire les consommations d'énergie respectives de 0,75 Mtep (million de tonnes équivalent pétrole) et 0,3 Mtep en 2020.



# 1. LES ENJEUX RÉGLEMENTAIRES

L'un des principaux enjeux de l'éco-conception est de respecter ou d'anticiper les réglementations environnementales sur le cycle de vie du produit. Ces réglementations sont l'expression d'une dégradation de plus en plus importante de l'environnement et d'une tension sur les matières premières. Les entreprises doivent s'adapter rapidement à un cadre réglementaire qui évolue vite et qui s'impose aux produits circulant sur le marché européen. Une veille juridique est de plus en plus conseillée pour suivre et s'adapter aux différentes réglementations.



## AU SEIN DE L'UNION EUROPÉENNE

L'Union européenne a posé les premiers fondements de la réglementation sur l'éco-conception, avec le livre vert sur la politique intégrée de produits du 7 février 2001 qui pose des axes

comprenant la conception écologique des produits. Le livre vert promeut l'éco-conception des produits pour proposer sur le marché des produits plus respectueux de l'environnement.

### Directive établissant un cadre pour la fixation d'exigences en matière d'éco-conception

La Directive cadre 2009/125/CE du Parlement européen et du Conseil du 21 octobre 2009 établissant un cadre pour la fixation d'exigences en matière d'éco-conception applicables aux produits liés à l'énergie permet de fixer par règlement des exigences de performances minimales pour les produits mis sur le marché, et ainsi d'interdire les produits les moins efficaces. La Directive incite ainsi les fabricants à produire des produits conçus pour réduire leur impact sur l'environnement.

Une quinzaine de règlements sectoriels ont été adoptés pour certains produits : les climatiseurs et les ventilateurs de confort, circulateurs, lave-vaisselle domestiques, éclairages domestiques, réfrigérations domestiques, machines à laver domestiques, moteurs électriques, alimentations externes, décodeurs simples, les pertes de mode arrêt des équipements électriques et électroniques (ménagers et de bureau), téléviseurs, éclairages tertiaires (bureau et extérieur)...

Cette Directive a été transposée en droit français par un décret du 28 juin 2011, et par un arrêté du 3 août 2011.

**Les biens ayant un impact sur la consommation d'énergie durant leur utilisation sont soumis dès leur conception à des exigences d'éco-conception.**

### Directives concernant la responsabilité élargie des producteurs

Le principe de responsabilité élargie implique que les fabricants, les importateurs de produits et les distributeurs (pour les produits de leur propre marque) doivent prendre en charge la collecte puis le recyclage ou le traitement des déchets issus de leurs produits. La responsabilité élargie répond aux principes de l'éco-conception, et cherche à responsabiliser le fabricant sur la fin de vie de ses produits.



> La Directive 2000/53/CE du 18 septembre 2000 sur les véhicules hors d'usage met en place la responsabilité élargie des constructeurs et importateurs de véhicules. Cette Directive prévoit une réduction des substances dangereuses dès la conception des véhicules.

Plusieurs autres textes mettent en place le principe de responsabilité incitant à l'éco-conception des produits, notamment :



> La Directive 2006/66/CE du 6 septembre 2006, relative aux piles et accumulateurs cherche à faciliter le recyclage de ces déchets en fixant des taux de collecte par les fabricants et interdit ces piles et batteries contenant certaines matières dangereuses.



> La Directive 2012/19/UE du 4 juillet 2012 relative aux déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE), refonte de la Directive DEEE du 27 janvier 2003, met à la charge des fabricants la valorisation et le traitement des produits électriques et électroniques en fin de vie. L'objectif final est une collecte de 20 kilos de DEEE par habitant chaque année d'ici 2020.



### EN FRANCE

La loi du 3 août 2009 de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'environnement, dite loi Grenelle 1, prévoit une politique de réduction des déchets qui passera notamment par l'éco-conception du produit, et par la prise en compte des critères d'éco-conception pour moduler les contributions financières des industriels aux éco-organismes.

Le code des marchés publics impose aux acheteurs publics de prendre en compte le développement durable dans les marchés publics qu'ils passent. Les spécifications techniques de ces marchés peuvent inclure des caractéristiques environnementales, et l'acheteur doit fonder en partie le choix de son contractant sur ses performances en matière de protection de l'environnement.

### AUTRES DIRECTIVES INCITANT À L'ÉCO-CONCEPTION

**1. Les directives « RoHS » (Removal of Hazardous Substances) du 27 janvier 2003 et du 8 juin 2011** interdisent six substances (plomb, mercure, cadmium, chrome hexavalent, PBB, PBDE) dans la composition des équipements électriques et électroniques. Cette Directive poursuit comme objectif principal la protection de la santé publique, mais a aussi comme but avoué le non gaspillage des matières premières.

**2. Le règlement REACH du 18 décembre 2006** institue une agence européenne des produits chimiques, et rend les producteurs responsables de l'évaluation et de la gestion des risques posés par les produits chimiques qu'ils utilisent pour la fabrication de leurs produits, et par la transmission d'informations de sécurité adéquates aux utilisateurs de ces produits.



**6,4 Kg**

par habitant et par an ont été collectés, et 80% des déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE) ménagers collectés ont été recyclés en 2010.

### FOCUS

La loi relative à la transition énergétique encourage le développement de l'économie circulaire, la lutte contre le gaspillage, et la réduction des déchets à la source.

## 2. LES BÉNÉFICES DE L'ÉCO-CONCEPTION

### CONNAÎTRE SES PRODUITS

Entamer une démarche d'éco-conception, c'est aussi porter un nouveau regard sur son produit, essayer de l'optimiser pour qu'il ait les mêmes fonctionnalités tout en impactant moins l'environnement. C'est rechercher une meilleure performance globale du produit sur l'ensemble de son cycle de vie. Ce nouveau regard sur le produit favorise la créativité et l'innovation. Lorsqu'une entreprise se lance dans

une démarche d'éco-conception, elle cherche à mieux connaître son produit en termes d'impacts sur l'environnement. Elle dresse un profil environnemental sur la fabrication, la distribution, l'utilisation et la valorisation du produit. Les aspects ainsi découverts ne sont pas seulement environnementaux, mais portent aussi sur la qualité du produit, sa fonction, les matières et les technologies employées.



**Éco-concevoir,**  
c'est donc préserver un développement  
pour les générations futures.

### SATISFACTION ET MOTIVATION DES SALARIÉS

L'éco-conception demande l'implication de tous les corps de métier au sein de l'entreprise. Une telle démarche favorise une plus grande créativité et une plus grande motivation des salariés pour proposer une nouvelle façon de concevoir un produit.

**58 %** des entreprises estiment qu'une retombée importante de l'éco-conception était « l'augmentation de la motivation ou de la fierté des employés ».

Source : étude sur la rentabilité de l'éco-conception, Institut de développement de produits (IDP) au Québec et Pôle Éco-conception et Management du Cycle de Vie en France, janvier 2014.



**23,5 MD€**  
c'est la valeur des services  
rendus chaque année par la nature à  
l'économie mondiale selon  
la commission Sukhdev.

#### LA COMMISSION SUKHDEV

En 2007, l'Union européenne a demandé à l'économiste indien Pavan Sukhdev de conduire une étude sur le chiffrage de la valeur de ce que nous apportent les ressources naturelles. La présentation de cette étude a eu lieu en 2010 lors de la Conférence mondiale sur la biodiversité de Nagoya.



## RÉDUCTION DU COÛT DU PRODUIT

L'éco-conception est avant tout une démarche d'arbitrage entre des objectifs parfois contradictoires : qualité, coûts, délais, sécurité, environnement.

Afin d'éviter les écueils, il faut se fixer un triple objectif :

- améliorer ou optimiser le service rendu par le produit,
- réduire les impacts environnementaux,
- réduire le coût du produit.

Chaque entreprise peut, en fonction de ses objectifs propres et de ses priorités, choisir de ne pas retenir des solutions trop coûteuses.

Les premiers pas de l'éco-conception sont souvent faciles et peu coûteux à mettre en œuvre. Ils peuvent coïncider avec des options de bon sens qui amènent une réduction des coûts. L'éco-conception devient alors un élément de compétitivité avec d'importantes économies en perspective : réduction des matières premières, réorganisation d'un process...

**96 %** des entreprises (80 % d'entre elles étant des PME de moins de 250 salariés) estiment que l'éco-conception de produits a un effet positif ou neutre sur les profits de l'entreprise selon l'étude sur la rentabilité de l'éco-conception.

### UN EXEMPLE

L'association WECF France (Women in Europe for a Common Future) promeut l'éco-conception comme stratégie d'entreprise pour les fabricants et distributeurs de jouets. Les membres de cette association sont en demande de jouets « sains ».

## RESPONSABILITÉ ET IMAGE

Les entreprises ayant entamé une démarche d'éco-conception ont de meilleures relations avec l'ensemble des parties prenantes, et elles sont souvent citées comme exemple dans les médias et par les pouvoirs pu-

blics. Il s'agit aussi pour les entreprises d'avoir une communication responsable en analysant les impacts environnementaux des actions de communication et en répondant aux attentes des parties prenantes.

## RÉPONDRE AUX BESOINS DES CONSOMMATEURS ET LES FIDÉLISER

De nombreux consommateurs sont aujourd'hui à la recherche de produits fabriqués par des entreprises qui prennent en considération les

problématiques environnementales. Le respect de l'environnement fait désormais partie de l'excellence d'un produit.



des consommateurs français prennent en considération les enjeux du développement durable dans leurs achats.



y attachent de l'importance, même si la réalité économique rattrape parfois cette bonne intention.



Le respect de l'environnement fait désormais partie de l'excellence d'un produit.

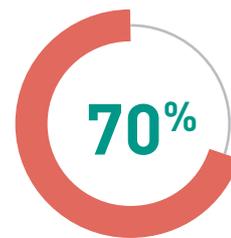
Source : Ethicity, 2011.

### 3. LES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

**Démarrer une démarche d'éco-conception est l'occasion pour l'entreprise de réfléchir à la pérennisation de ses filières d'approvisionnement en anticipant la raréfaction des ressources naturelles.** À travers chaque étape de son cycle de vie, un produit a des impacts sur l'environnement par les flux de matières et d'énergies qu'il nécessite. Ces flux sont susceptibles de modifier l'état de l'environnement à l'échelle régionale ou planétaire. Les pollutions et les nuisances sont également à prendre en compte. En éco-concevant son produit, une entreprise va définir les enjeux environnementaux, identifier les améliorations possibles et agir de façon optimale sur les impacts environnementaux.



Une démarche d'éco-conception permet d'examiner les relations existant entre un choix de conception et les impacts environnementaux qui en découlent.



**70 %** c'est le pourcentage que peuvent atteindre certaines réductions d'impacts environnementaux à l'issue d'une démarche d'éco-conception portant sur un produit. Il est courant de pouvoir constater des réductions comprises entre **10 %** et **40 %**.

Source : Commissariat général au développement durable.



#### EUTROPHISATION DES EAUX

L'eutrophisation est « l'asphyxie » des eaux (douces ou marines) par l'accumulation d'éléments nutritifs (nitrates, phosphates...) dans le milieu aquatique, provoquant une prolifération d'algues qui consomment l'oxygène présent dans l'eau et mettent en danger la faune et le reste de la flore. Les eaux usées domestiques et in-

dustrielles, l'agriculture et l'élevage intensifs sont les principales causes de l'eutrophisation des eaux. **Les solutions à ce problème sont d'optimiser l'utilisation des engrais et de réduire les quantités de phosphates et de nitrates encore dans les produits ménagers.**

#### POLLUTION PHOTOCHIMIQUE

Les gaz émis lors de la combustion du charbon et du pétrole ont un autre effet néfaste sur l'environnement. Les oxydes d'azote et autres polluants issus des transports, sous certaines conditions climatiques (ensoleillement, peu de vent) vont former de l'ozone en basse altitude. L'ozone est un gaz à fort pouvoir oxydant qui peut dégrader certains matériaux et pro-

voquer des troubles respiratoires. Les différents impacts environnementaux sont interdépendants. La pollution photochimique entraîne l'acidification des sols et de l'eau. **Réfléchir à la pollution photochimique dans le cadre d'une démarche d'éco-conception, c'est optimiser et réduire l'utilisation des transports.**





## TOXICITÉ DE CERTAINES SUBSTANCES

De nombreuses substances chimiques plus ou moins toxiques sont susceptibles d'être émises durant le cycle de vie d'un produit et présentent des risques pour l'Homme et les écosystèmes. Métaux lourds, solvants, pesticides sont des substances qui

peuvent être très toxiques et provoquer des cancers. **Éco-concevoir un produit peut consister à réduire la quantité et la toxicité de substances chimiques utilisées pour la fabrication des produits.**



## ÉPUISEMENT DES MATIÈRES PREMIÈRES

Les matières premières minérales et énergétiques sont présentes en quantité finie sur Terre et ne sont pas renouvelables (à l'échelle humaine). Des matières aussi variées que l'or, l'argent, le pétrole, le cuivre, le lithium (...) en font partie, et les gisements

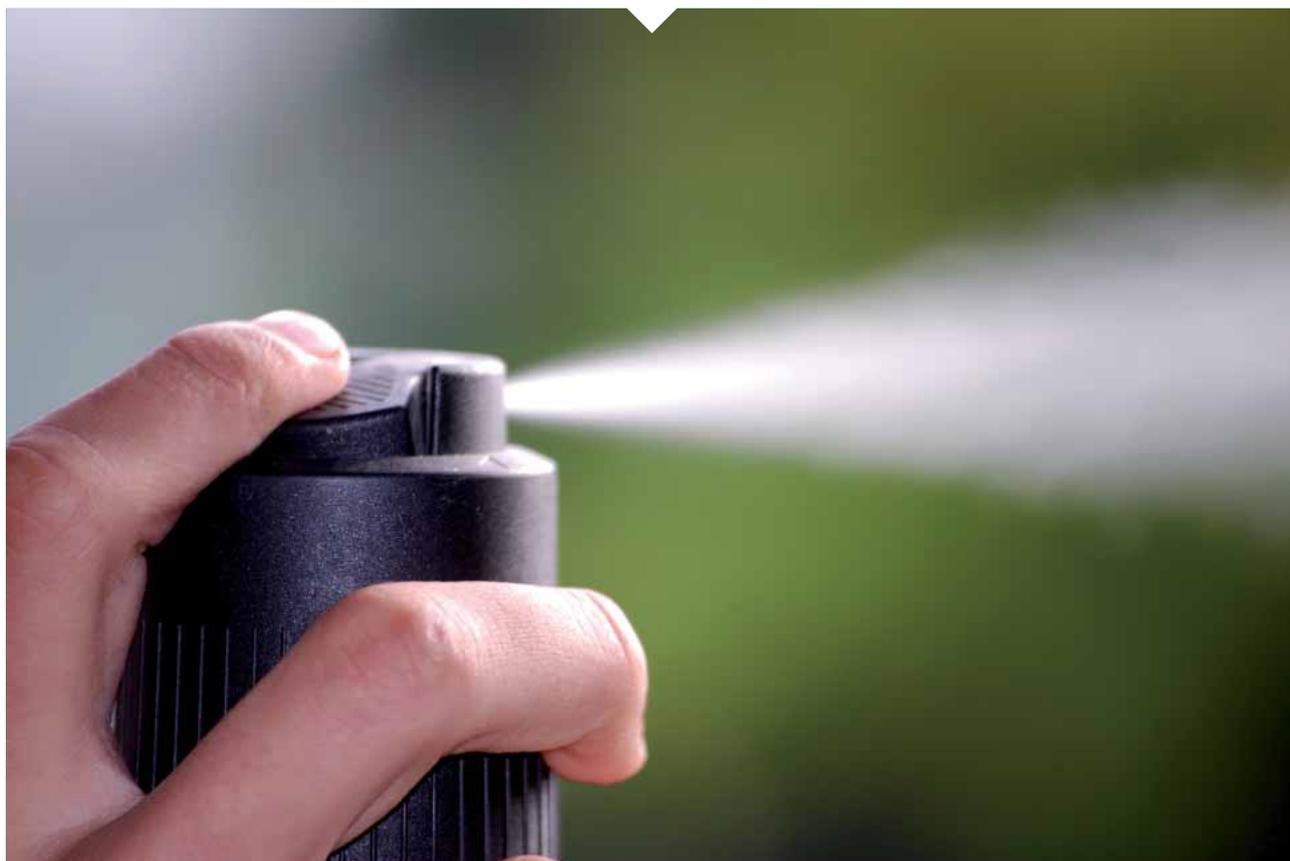
exploitables à un coût admissible vont aller en se raréfiant. **Il est donc indispensable de trouver des alternatives et de privilégier le recyclage et la réutilisation des produits à l'incinération.**

## CHANGEMENT CLIMATIQUE (EFFET DE SERRE)

L'effet de serre est un phénomène naturel qui permet de maintenir sur Terre une température propice au développement de la vie. Les activités humaines amplifient trop rapidement ce phénomène pour que la plupart des espèces s'adaptent à la montée des températures. Le principal gaz générateur d'effet de serre est le CO<sub>2</sub>, mais le méthane, le N<sub>2</sub>O (...) participent également à l'effet de serre. Le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (Giec) espère

contenir le réchauffement à 2 degrés à l'horizon 2100 avec des évolutions dans les énergies utilisées, en réduisant la part des énergies fossiles (pétrole, gaz, charbon) dont la combustion émet du CO<sub>2</sub>. Mais cet objectif ne pourra être atteint que si l'on suit les trajectoires du scénario le plus ambitieux. **Toutes les entreprises sont affectées à plus ou moins grande échelle par le réchauffement climatique, et de nombreuses PME travaillent aujourd'hui à réduire leurs émissions de GES.**

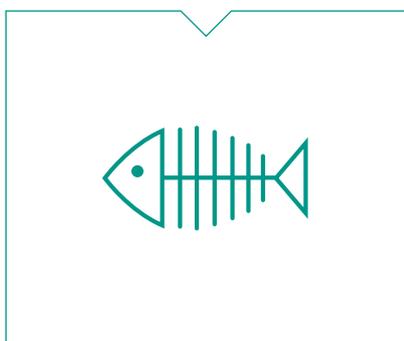




## DIMINUTION DE LA COUCHE D'OZONE

La couche d'ozone permet de filtrer une part importante des rayons ultraviolets nocifs du soleil. Mais l'utilisation de certains gaz (aérosols et réfrigérants) entraîne une diminution de cette couche protectrice. Les rayons ultraviolets passent ainsi plus facilement et perturbent le développement des animaux et de l'Homme

(cancers, brûlures...). Le protocole de Montréal, du 16 septembre 2009, a interdit l'usage de certaines substances chimiques responsables de l'appauvrissement de la couche d'ozone. **Depuis, celle-ci semble se reconstituer grâce au remplacement progressif des gaz concernés dans les produits et appareils.**



## ACIDIFICATION

C'est l'augmentation de substances acidifiantes (acide sulfurique, acide chlorhydrique...) dans le sol, dans un cours d'eau ou dans l'air. Les principaux polluants responsables de l'acidification sont le dioxyde de soufre et les oxydes d'azote (émis lors de la combustion du charbon et du pétrole) et sont véhiculés dans l'environnement,

notamment par les pluies acides. Ces pluies entraînent des dommages sur la végétation et menacent l'équilibre de la biodiversité dans les zones affectées. **La modernisation des installations et l'amélioration de l'efficacité énergétique permettent de limiter ce phénomène.**

# C.

# NORMALISATION ET DÉCLARATIONS

## LA NORME ISO, QU'EST-CE QUE C'EST ?

Une norme ISO est un document normatif, élaboré par l'International Standard Organisation, qui définit un vocabulaire commun, des caractéristiques ou des méthodes concernant les produits, le management des entreprises, ou des thématiques de tout ordre (sécurité, hygiène, environnement...).

En savoir plus : [www.iso.org](http://www.iso.org)



Le comité technique ISO/TC 207 est responsable de l'élaboration et de la mise à jour des normes de la famille ISO 14000 dans le domaine des systèmes de management environnemental.

## LES AUTRES NORMES ISO LIÉES À L'ÉCO-CONCEPTION

- L'ISO 14001 : principes généraux pour prendre en compte l'environnement dans l'activité des entreprises, ce qui inclut la conception des produits.
- L'ISO 14006, « Systèmes de management environnemental - Lignes directrices pour incorporer l'éco-conception », publiée en octobre 2011 : indications pour mettre en œuvre, tenir à jour et améliorer le management de l'éco-conception.



# 1. NORMALISATION DE L'ÉCO-CONCEPTION

---

**L'Organisation internationale de normalisation (ISO) a élaboré des normes sur le management environnemental : c'est la famille de normes ISO 14000. Certaines d'entre elles traitent directement de l'éco-conception. Elles ont pour objectif de « faciliter la fusion des objectifs commerciaux et environnementaux en encourageant la prise en compte des aspects environnementaux dans la conception des produits ».**

Les normes ISO 14000 portent entre autres sur l'évaluation de la performance environnementale, l'étiquetage environnemental, l'analyse du cycle

de vie des produits, les aspects environnementaux de la conception et du développement de produit dans les normes de produit...

Aujourd'hui, la norme la plus importante sur l'éco-conception est l'ISO 14062, publiée en 2002, et intitulée « Management environnemental - Intégration des aspects environnementaux dans la conception et le développement de produit ». Elle décrit des pratiques relatives à l'éco-conception des produits (biens ou services). Elle est reprise au niveau français par la norme AFNOR NF XP X 30-262, et est destinée aux concepteurs et développeurs de produits.

L'analyse du cycle de vie (ACV), méthode de référence pour l'évaluation environnementale, fait également l'objet de deux normes ISO :

- La norme ISO 14040 présente la démarche générale de l'ACV et ses différentes étapes.
- La norme ISO 14044 se focalise sur l'étape de l'évaluation et de la hiérarchisation des impacts environnementaux.

# 2. DÉCLARATIONS ENVIRONNEMENTALES

---

**Lorsque l'entreprise entreprend une démarche d'éco-conception, il est intéressant de rechercher un bénéfice commercial en communiquant sur les produits plus respectueux de l'environnement.**

Trois formes de déclarations environnementales sont encadrées par la famille des normes ISO 14020 qui traite de l'étiquetage environnemental des produits, avec la communication sur les aspects environnementaux des produits et services :

- Les écolabels par tierce partie (étiquetage environnemental de type 1, ISO 14024) valorisent les produits respectant des exigences environnementales définies dans des cahiers des charges pour chaque catégorie de produits remplissant une même fonction. Ils portent sur les impacts écologiques couvrant tout le cycle de vie d'un produit. Les référentiels de ces écolabels sont élaborés en concertation entre les parties prenantes. L'Écolabel Européen est un exemple de cet étiquetage de type 1.
- Les auto-déclarations environnementales (étiquetage environnementale de type 2, ISO 14021) sont des allégations véhiculées par un producteur sous sa propre responsabilité, pour présenter certaines caractéristiques bien précises de son produit (recyclable, économe en eau...).
- Les écoprofiles (étiquetage environnementale de type 3, ISO 14025) consistent en la mise à disposition de données quantitatives sur les impacts environnementaux d'un produit.

## L'ÉCOLABEL EUROPÉEN

L'Écolabel écologique européen est un écolabel par tierce partie (type 1). Il définit des exigences précises par catégories de produits et signale des produits ayant un impact moindre sur l'environnement. Ce label européen « prend en considération le cycle de vie du produit à partir de l'extraction des matières premières, la fabrication, la distribution, et l'utilisation jusqu'à son

recyclage ou son élimination après usage ». L'Écolabel Européen est un instrument de politique publique dit « volontaire ». Il appartient aux entreprises intéressées d'en faire la demande auprès d'un « organisme compétent ». L'Écolabel Européen s'applique aux produits et services destinés aux consommateurs ou aux utilisateurs.



## LES LOGOS ENVIRONNEMENTAUX

Les logos environnementaux identifient les produits et services qui sont engagés dans une démarche de limitation de leurs impacts environnementaux. Les logos environnementaux fournissent des critères techniques d'amélioration du produit. Ils s'appuient sur des cahiers des charges et peuvent être utilisés comme des guides d'éco-conception.

Les logos présentés dans ce guide sont des exemples. Il y a presque autant de logos que de gammes de produits. L'ADEME a publié une analyse approfondie de 50 logos à travers son guide « Les logos environnementaux sur les produits : panorama des logos sur les produits du quotidien ».

**En savoir plus :** [www.ademe.fr](http://www.ademe.fr)



### NF ENVIRONNEMENT

Objectif : distinguer les produits dont l'impact sur l'environnement est réduit. NF Environnement garantit également la qualité des produits et services. Ces cahiers des charges sont définis par catégories de produits tout comme l'Écolabel Européen. C'est un étiquetage environnemental de type 1 (ISO 14024). La marque NF Environnement est délivrée par AFNOR Certification.



### ECOCERT

Objectif : garantir un produit cosmétique respectueux de l'environnement avec une utilisation d'ingrédients issus de ressources renouvelables, et un seuil minimum d'ingrédients naturels. Il s'agit d'un référentiel pour les cosmétiques écologiques et biologiques.



### PEFC

Objectif : attester que les propriétaires fonciers et/ou l'entreprise exploitante met en œuvre des pratiques de gestion forestière durable, assurant le renouvellement de la ressource et limitant les impacts environnementaux sur la faune, la flore et le milieu naturel...



### FSC

Objectif : garantir une gestion durable des forêts respectant les principes du développement durable (écologiquement adaptée, socialement bénéfique et économiquement viable). FSC est un label centré sur les produits fabriqués à partir de bois.

## LES AUTO-DÉCLARATIONS ENVIRONNEMENTALES

Ces allégations environnementales sont avancées sous la seule responsabilité du producteur. Il s'agit d'un étiquetage environnemental de type 2 (ISO 14021). Une auto-déclaration ne porte généralement que sur une seule caractéristique environnementale du produit, comme le caractère recyclable ou dégradable. Les auto-déclarations ne font pas l'objet d'un contrôle par une tierce partie.

Le Conseil National de la Consommation a, à cet effet, publié le « Guide pratique des allégations environnementales à l'usage des professionnels et des consommateurs ».

**En savoir plus :** [www.economie.gouv.fr](http://www.economie.gouv.fr)

## LES ÉCOPROFILS

Il s'agit d'un étiquetage environnemental de type 3 (ISO 14025). Un éco-profil consiste en la communication des performances environnementales d'un produit. Ce n'est pas une simple allégation car il s'agit de mettre à disposition des données quantitatives sur les impacts environnementaux du produit. C'est une restitution des résultats de l'analyse du cycle de vie du produit. Un éco-profil peut être actualisé par le fabricant pour montrer les progrès environnementaux du produit.

**Le ministère de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer (MEEM) va pré-déployer l'affichage environnemental « à la française » qui est une déclinaison simplifiée de cet étiquetage de type 3. Le Commissariat général au développement durable (CGDD) du ministère a conçu cet affichage pour qu'il soit plus simple :**

- **pour le consommateur, en réduisant à trois ou cinq le nombre d'indicateurs qui lui sont communiqués,**
- **pour le fabricant, en réduisant à une dizaine le nombre de données spécifiques à renseigner pour chaque produit affiché.**

Cet affichage environnemental est destiné à informer les consommateurs sur les principaux impacts environnementaux des produits de grande consommation. Pour les entreprises, il permet de rendre visibles et de valoriser les résultats d'une démarche d'éco-conception.

Ce dispositif français comprend une base de données publique d'accès gratuit [base IMPACTS de l'ADEME], des référentiels par catégories, et des outils de calcul mis à la disposition des entreprises volontaires.

**En savoir plus sur la base de données IMPACTS :** [www.base-impacts.ademe.fr](http://www.base-impacts.ademe.fr)





## **A. ACTIONS ET TÉMOIGNAGES**

1 - PISTES D' ACTIONS	29
2 - TÉMOIGNAGES D' ENTREPRISES	33

## **B. DES ACTEURS À CONNAÎTRE**

1 - ACTEURS INSTITUTIONNELS	59
2 - ACTEURS PRIVÉS	63

# II. COMPRENDRE ET AGIR

## C. NOS FÉDÉRATIONS EN ACTION

1 - CNPA	66	4 - FÉDÉRATION DE LA PLASTURGIE ET DES COMPOSITES	69
2 - PROFLUIDE	67	5 - FPS	70
3 - FEDEREC	68	6 - FIEEC	71

# A. | ACTIONS ET TÉMOIGNAGES

Les entreprises amorcent une démarche d'éco-conception pour plusieurs raisons : anticiper la réglementation, répondre à une demande des clients, réduire les coûts de fabrication, réduire la consommation d'énergie et de ressources, avoir une approche différente des concurrents... Mais cette démarche ne se lance pas à la légère. C'est une véritable stratégie d'entreprise à mettre en place en suivant quelques règles pour qu'elle soit un véritable succès.



# 1. PISTES D' ACTIONS

## UNE DÉMARCHE PORTÉE PAR LA DIRECTION DE L'ENTREPRISE

Une démarche d'éco-conception ne peut aboutir que si elle est portée par la direction de l'entreprise. Le chef d'entreprise doit être convaincu de l'intérêt de cette démarche. Cependant, les raisons principales de lancer une telle démarche ne sont pas forcément environnementales, mais proviennent simplement de calculs économiques : réduire les matières premières nécessaires à la fabrication

d'un produit coûtera moins d'argent à l'entreprise, tout en prélevant moins de ressources à la planète. À la recherche d'économies peuvent s'ajouter d'autres motivations telles que la

recherche de nouveaux marchés ou la volonté d'anticiper la réglementation. Malgré tout, il faut généralement un engagement important de la direction en faveur du développement durable.

• • •

**C'est nous qui étions persuadés qu'écologie pouvait rimer avec économies (financières) pour nos clients.**

**Bruno Rost**, Président de Worldcast Systems

## MOTIVER LES SALARIÉS

Si la démarche d'éco-conception doit être lancée par le dirigeant, elle est nécessairement une démarche globale qui doit impliquer une équipe projet (R&D, marketing, logistique...), puis à terme, l'ensemble des salariés. N'entraînant pas nécessairement de dépenses (modification du fonctionnement d'un service), une démarche d'éco-conception ne sera viable que si toute l'entreprise est motivée, et qu'elle croit en ce qu'elle fait. Si une

démarche réussie nécessite l'implication des salariés, ceux-ci sont déjà occupés par leur travail quotidien. Ils doivent donc être impliqués et fédérés

autour du projet. Si cette étape est un succès, la culture d'entreprise sera enrichie, et les employés seront fiers de leur « nouvelle entreprise ».

• • •

**Pour nous la démarche ne se résume pas seulement à l'éco-conception. C'est toute l'entreprise qui fonctionne avec les principes du développement durable.**

**Benjamin Baruteaud**, Responsable Marketing Produits de T3L Group

## UNE DÉMARCHE POUVANT ÊTRE PARTIELLE, MAIS VOUÉE À S'ÉTENDRE

Quand une entreprise part de zéro en éco-conception, elle ne peut pas tout faire, tout de suite. Avancer sur quelques étapes de la fabrication d'un produit permettra de développer, en plus d'une culture d'entreprise, un savoir-faire. L'objectif peut donc être de commencer par un ou deux produits, pour faire ses armes et juger de l'évolution du produit éco-conçu sur le marché. Il peut être difficile de changer toute la ligne de production en même temps. Cependant, cette démarche ne peut pas rester cloisonnée

à un seul impact ou à un seul produit. Une démarche d'éco-conception doit s'inscrire dans la durée. La réduction d'un seul impact environnemental ne conduit pas obligatoirement à un bénéfice technique ou économique. C'est l'ensemble de la démarche, sur plusieurs impacts, et/ou plusieurs produits, qui peut s'avérer avantageux. Entreprendre une démarche d'éco-conception, c'est identifier le périmètre sur lequel l'entreprise va d'abord agir, pour ensuite faire évoluer le périmètre d'actions.

• • •  
**Le projet d'éco-conception a été le point de départ des démarches sociales et environnementales de la société Renz.**

**Thomas Wack**, animateur Qualité, Sécurité et Environnement de Renz

## CHERCHER DES AIDES FINANCIÈRES ET DES FORMATIONS

L'éco-conception est une démarche accessible même pour les plus petites entreprises, car elle est cohérente avec leurs objectifs : faire des bénéfices, accroître leurs parts de marché et réduire leurs coûts. Mais la démarche nécessite d'être soutenue dans la durée, et certaines compétences n'existent pas nécessairement dans les TPE-PME.

De nombreuses organisations proposent aux entreprises voulant se lancer dans l'éco-conception des pré-diagnostic, des accompagnements techniques, des formations, mais aussi des aides financières. C'est le cas de l'ADEME ainsi que de nom-

breuses Chambres de commerce et d'industrie, de Conseils régionaux... Le Fonds européen de développement régional (FEDER) peut également financer des démarches d'éco-conception.



...

[Notre démarche] est soutenue financièrement par l'ADEME, l'Agence de l'eau Seine-Normandie, la DRIEE et l'Union européenne. Elle est développée en partenariat avec le LRCCP, le comité mécanique IDF, le pôle Astech, le pôle Elastopôle et le plan filière automobile.

**Renaud Antoine**, Directeur Général de Servinox

## PRENDRE EN COMPTE LA CHAÎNE DE VALEUR ET LES PARTIES PRENANTES

...  
Nous avons eu des échanges de bonnes pratiques avec des consultants, l'ADEME et des entreprises.

**Bruno Rost**,  
Président de Worldcast Systems

Si l'entreprise doit fédérer autour du projet l'ensemble des salariés, ce ne sont pas les seuls acteurs à prendre en compte. Une démarche d'éco-conception doit intégrer l'ensemble des parties prenantes concernées par le cycle de vie du produit. En effet, la démarche nécessite de collecter des données environnementales auprès

de la chaîne de valeur de l'entreprise : les offres éco-responsables des fournisseurs, les attentes des clients en matière de produits plus respectueux de l'environnement, les attentes des donneurs d'ordres, les modes de gestion du produit en fin de vie...

## COMMUNIQUER SUR LA DÉMARCHÉ

Lancer une démarche d'éco-conception n'est pas forcément visible de l'extérieur de l'entreprise. Il est important de bien communiquer auprès de toutes les parties prenantes (fournisseurs, clients...) afin de se différencier de la concurrence. Les déclarations environnementales, l'obtention d'un écolabel, la participation à des concours sont des bons moyens de communication.

...

L'éco-conception offre de nouvelles opportunités de stratégie « marketing » à définir et déployer ! Au démarrage, il s'agira de convaincre de nouveaux clients et de fidéliser les clients existants.

**Thomas Wack**, Animateur Qualité, Sécurité et Environnement de Renz

## NE PAS FAIRE DE GREENWASHING

S'il s'agit de communiquer sur les démarches d'éco-conception, il faut éviter de donner une image écologique à des produits qui ne le sont pas (Greenwashing). Le Greenwashing est un procédé marketing donnant à l'entreprise une image écologique responsable alors que ses actions sont peu

représentatives, voire inexistantes. Les affirmations sur un produit doivent être vérifiables, claires et pertinentes. Une stratégie publicitaire de Greenwashing peut-être très risquée, car, dans une société de l'information, l'accusation de publicité trompeuse par un consommateur averti peut avoir des

conséquences très négatives pour l'image d'une entreprise.

**L'ADEME  
A PUBLIÉ UN GUIDE  
ANTI-GREENWASHING :**  
[www.antigreenwashing.ademe.fr](http://www.antigreenwashing.ademe.fr)

### Comment intégrer l'éco-conception aux différentes étapes du cycle de vie ?

La démarche d'éco-conception permet d'identifier la/les phase(s) du cycle de vie du produit ou service ayant l'impact le plus important sur l'environnement. On peut ainsi agir à l'une ou l'autre des étapes du cycle de vie.

PHASES DU CYCLE DE VIE DU PRODUIT	ACTIONS
 <p><b>Extraction ou production de la matière première</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Travailler avec les fournisseurs pour sélectionner les matières premières les plus écologiques.</li> <li>• Évaluer le coût/bénéfice pour l'entreprise.</li> </ul>
 <p><b>Fabrication</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimiser les techniques de production : réduction des besoins en matière première, en énergie, en eau...</li> <li>• Réduire les pollutions et les nuisances.</li> <li>• Optimiser les conditionnements : emballages, volume, poids...</li> </ul>
 <p><b>Distribution</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechercher les moyens de transport les moins polluants.</li> <li>• Optimiser la logistique.</li> </ul>
 <p><b>Utilisation par le consommateur</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Augmenter la durée de vie du produit : réparabilité, disponibilité des pièces détachées...</li> <li>• Réduire les impacts du produit ou du service lors de son utilisation : économies d'eau, de déchets, d'énergie...</li> <li>• Conseiller sur l'utilisation.</li> </ul>
 <p><b>Fin de vie du produit</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utiliser les matières recyclables.</li> <li>• Favoriser la possibilité de séparer les pièces du produit et de trier les matériaux.</li> </ul>

Il n'est pas nécessaire de faire une ACV d'un produit pour se lancer dans une démarche d'éco-conception. Une entreprise peut s'appuyer sur une check-list pour axer sa stratégie sur un ou plusieurs axes d'amélioration d'un produit. Le Pôle éco-conception propose ainsi une roue des stratégies de l'éco-conception ([www.eco-conception.fr](http://www.eco-conception.fr)). Ecodesign Pilot, développé par l'Université des technologies de Vienne, en collaboration avec l'ADEME, est un outil qui permet également de déterminer une stratégie pertinente pour chaque produit ([www.ecodesign.at](http://www.ecodesign.at)).

# POSSON PACKAGING



## ENTRETIEN

**Sylvie Casenave-Péré**

Présidente

**Nicolas Foussier**

Directeur Général

## NOMBRE DE SALARIÉS

115

## SECTEUR

Industrie de l'emballage

## DOMAINE D'ACTIVITÉ

Conception et fabrication de packaging en carton imprimé

## LOCALISATION

Pays de la Loire

## FÉDÉRATION :

Fédération Française du Cartonnage et Articles de Papeterie



Posson Packaging S.A.S. est une entreprise familiale sarthoise créée en 1942, managée depuis 1995 dans le cadre des normes ISO 9000 (1997), ISO 14001 (2000), OHSAS 18001 (2006). Depuis 2005, l'entreprise se développe sur un site industriel de 11 000 m<sup>2</sup> construit suivant le référentiel Haute Qualité Environnementale.

Son chiffre d'affaires est actuellement de 21 millions d'euros dans les secteurs de l'agro-alimentaire, de l'hygiène-santé, et de l'industrie.



## 2. TÉMOIGNAGES D'ENTREPRISES

• • •

Quelle a été la motivation pour l'entreprise d'engager une démarche d'éco-conception ? Y a-t-il eu une demande des clients ?

L'éco-conception a été initiée chez Posson dès l'intégration de la norme ISO 14001. Cette démarche est à la fois culturelle et process. Posson a anticipé la demande des clients pour deux raisons majeures :

- l'optimisation des matières premières engagées,
- la réduction de l'impact environnemental.

• • •

Pouvez-vous nous présenter votre démarche ?

La première concrétisation a été **le choix des équipements industriels** qui, dès 2004, ont été établis dans ce cadre : impression en encres végétales, coupe du carton au format juste nécessaire, utilisation de vernis acryliques, optimisation de la chaîne de récupération des déchets et valorisation.

• • •

L'entreprise a-t-elle reçu des aides financières ? Si oui, lesquelles ?

Plus récemment des dossiers ont été menés en partenariat avec l'ADEME, la CCI du Mans et le Club de Développement du Pays Sabolien : Bilan Carbone, Paq Energie. En bilan, l'implication de Posson Packaging S.A.S. dans l'éco-conception a permis à un collectif d'entreprises de rallier ces démarches au plan local, avec les aides ADEME et CCI, de 2007 à 2012.

• • •

Des partenaires publics ou privés vous ont-ils accompagnés dans votre démarche ?

Sur le processus de formation des techniciens à l'éco-conception, une démarche a été développée tout au long de l'année 2013, toujours avec le soutien de l'ADEME, et de la CCI du Mans, dans le cadre de **formations plus pointues sur la formalisation des processus développés au sein de l'entreprise**, afin de valoriser notre travail auprès de nos clients.

• • •

Quels ont été les coûts humain et financier de la démarche ?

Au total, nous aurons mobilisé environ une quinzaine de personnes autour de ces projets, outre la totalité des opérateurs qui sont acteurs de l'optimisation des process et réduction de la gâche. Financièrement, nous pouvons établir le coût, à environ 50 000 euros.

• • •

Quels sont les bénéfices issus de cette démarche ? Y a-t-il eu un retour positif des clients ?

Pour nous, la valorisation de nos démarches participe de notre engagement sociétal au plan environnemental, et singularise nos offres techniques auprès de nos clients, tout en donnant plus de sens au travail de chacun au sein de nos équipes.

• • •

Quelles sont les difficultés que vous avez pu rencontrer ?

Notre politique générale étant résolument axée depuis près de 20 ans autour d'une démarche d'amélioration continue, nos équipes sont totalement motrices sur ces projets, et nous n'avons rencontré aucune difficulté à les mettre en œuvre.

• • •

Quels sont les futurs projets de l'entreprise en matière d'éco-conception ?

Nous introduisons de nouveaux investissements et logiciels de haute technologie que nous sélectionnons afin d'accroître notre efficacité sur le plan de notre démarche d'éco-conception.

### QUEL EST LE BILAN DE VOTRE DÉMARCHÉ ?

Nous continuons à améliorer sans cesse notre performance en tant qu'éco-conception, et recueillons auprès de nos clients un avis très favorable sur nos propositions.

# RENZ

## ENTRETIEN

### **Thomas Wack**

Animateur Qualité, Sécurité  
et Environnement

## NOMBRE DE SALARIÉS

100

## SECTEUR

Métallurgie

## DOMAINE D'ACTIVITÉ

Fabrication de boîtes aux lettres  
et de boîtes à colis

## LOCALISATION

Lorraine

## FÉDÉRATION

Fédération des Industries  
Mécaniques



Renz est une PMI familiale, implantée en Lorraine depuis 1975. Elle est spécialisée dans la conception, la fabrication et la commercialisation de boîtes aux lettres individuelles et collectives. Les boîtes aux lettres individuelles sont majoritairement commercialisées dans le réseau des grandes surfaces de bricolage et les boîtes collectives dans les réseaux du bâtiment.



©Renz



• • •

Quelle a été la motivation pour l'entreprise d'engager une démarche d'éco-conception ? Y a-t-il eu une demande des clients ?

L'équipe dirigeante Renz, constatant la prise de conscience collective des risques liés à la dégradation de l'environnement, a décidé de s'engager dans l'éco-conception de ses produits. Après un premier contact avec l'ADEME, nous avons choisi de transformer un projet de rafraîchissement d'une gamme de produits vieillissante, en **un projet de re-conception globale** qui, pour la première fois pour des boîtes aux lettres, aura pour objectif de prendre en compte - en priorité - l'amélioration des performances environnementales du produit.

• • •

Pouvez-vous nous présenter votre démarche ?

Un groupe projet est créé, il intègre des membres de la direction, du bureau d'études, du marketing, des achats et de la production. Il est complété par des experts externes en environnement, éco-conception, design et communication. Dans un premier temps, **l'ensemble des acteurs du projet a suivi une formation de découverte des problématiques environnementales.** Un référent de l'entreprise a suivi une formation en éco-conception. Une Évaluation Simplifiée et Qualitative du Cycle de Vie (ESQCV) a ensuite été réalisée.

Des fonctions avoisinantes comme l'éclairage de la boîte aux lettres ou le réceptacle à journaux ont été intégrées. Un process spécifique est imaginé pour réaliser, en plus, des économies d'énergie. Le porte-nom est conçu plus grand afin d'intégrer le nom de tous les habitants de la maison. Le caractère innovant du projet est concrétisé par le dépôt d'un nouveau brevet pour l'entreprise.

En complément, il est décidé de généraliser l'étiquette « STOP PUB » sur toutes les étiquettes porte-nom et de mener une campagne de suppression des produits CMR (Cancérogènes, Mutagènes et dangereux pour la Reproduction).

• • •

L'entreprise a-t-elle reçu des aides financières ? Si oui, lesquelles ?

Nous avons reçu des aides financières de l'ADEME et du Conseil régional de Lorraine.

• • •

Des partenaires publics ou privés vous ont-ils accompagnés dans votre démarche ?

Nous avons travaillé avec l'ADEME, un consultant en environnement, un designer et un expert en communication.

• • •

Quels sont les bénéfices issus de cette démarche ? Y a-t-il eu un retour positif des clients ?

Le projet Soléa est reconnu de tous et de nombreux prix viennent le récompenser. Les Eurotrophés environnemen-

taux de la région Lorraine nous ont été décernés en 2007, le produit est labellisé « Observateur du Design » en 2008, et a été exposé à la Cité des sciences durant 4 mois. La Caisse régionale d'assurance maladie a décerné le Grand Prix de prévention des cancers professionnels à l'entreprise, l'INPI nous a remis le prix régional de l'innovation en 2010...

Nos clients (grands comptes) ont vraiment apprécié nos connaissances en matière environnementale et cela a permis d'**asseoir de vraies relations de partenariat** avec eux.

• • •

S'il y en a, quels sont les futurs projets de l'entreprise en matière d'éco-conception ?

Le projet d'éco-conception a été le point de départ des démarches sociales et environnementales de la société Renz. Suite à cela, la société a fait réaliser un audit énergétique, elle a mis en place une station de traitement de ses eaux usées, a supprimé les CMR, a déployé un système ISO 14001 puis OHSAS 18001, a réalisé un bilan carbone, fait de l'affichage environnemental de ses produits grand public et est maintenant capable de faire les ACV de ses produits en interne.

La problématique environnementale est totalement intégrée dans les nouvelles conceptions du bureau d'études.

• • •

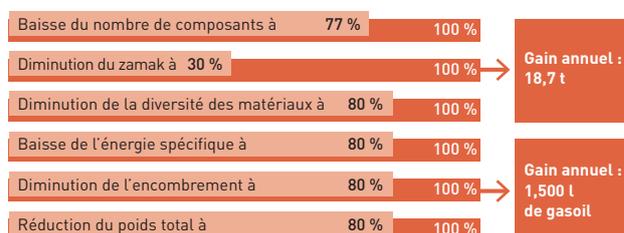
Quels ont été les coûts humain et financier de la démarche ?

Le projet a eu un coût global de 60 000 euros et nous avons reçu 20 000 euros de subventions.

• • •

Quelles sont les difficultés que vous avez pu rencontrer ?

La difficulté consiste à « vendre » l'éco-conception. Elle n'est pas visible ! La communication est donc essentielle et complexe.



QUEL EST LE BILAN DE VOTRE DÉMARCHE ?

Un bilan très positif pour l'entreprise, puisqu'en parallèle à ces démarches, nous avons doublé notre chiffre d'affaires et nos effectifs.

# SAVOYE

## ENTRETIEN

**Nicolas Guillot**

Product Manager

## NOMBRE DE SALARIÉS

600

## SECTEUR

Intralogistique

## DOMAINE D'ACTIVITÉ

Automatisation des processus de stockage et de préparation de commandes pour les centres de distribution

## LOCALISATION

Bourgogne

## FÉDÉRATION

CISMA et Symop, membre de la Fédération des Industries Mécaniques



Savoie est un fabricant et intégrateur de solutions automatisées pour les centres de distribution. Savoie est présent aussi bien sur les activités de mécanisation et d'automatisation des opérations de préparation des commandes de détail et de cartons complets, la fabrication de machines d'emballage que sur les solutions de stockage, de manutention automatisée de palettes et de constitution de palettes hétérogènes.



• • •

Quelle a été la motivation pour l'entreprise d'engager une démarche d'éco-conception ? Y a-t-il eu une demande des clients ?

Cette démarche s'inscrit dans le projet global de refonte de notre gamme de convoyeurs charges légères, activité qui représente 25 % du CA de la division Savoye et 45 % du CA de la société Savoye. **Les objectifs généraux de ce projet sont doubles, à la fois via le repositionnement en prix de notre gamme et via sa différenciation fonctionnelle et technologique.**

• • •

Pouvez-vous nous présenter votre démarche ?

Dès la phase des études R&D préliminaires, Savoye a été accompagné par le Cetim dans la mise en œuvre de la démarche éco-conception, suivant la norme NF E 01-005. Cette démarche, s'est articulée autour de plusieurs étapes bien définies: création du profil environnemental pour chaque stade de la vie du produit, identification des lignes directrices du projet, puis définition des indicateurs environnementaux pour chaque ligne directrice. Cette méthode a permis d'identifier les indicateurs-clés : taux de recyclabilité, taux de CO<sub>2</sub>, réduction du bruit généré, efficacité énergétique.

Le Cetim nous a également accompagné dans la recherche des solutions techniques les moins énergivores, et dans la création d'un outil de configuration énergétique permettant d'estimer la consommation électrique d'une future installation. Notre nouvelle gamme Intelis a ainsi été développée. Elle répond aux attentes de modularités, de plug&play, de rapidité d'installation, et bien entendu d'éco-conception.

• • •

Avez-vous reçu des aides financières ? Si oui, lesquelles ?

Savoye a été soutenu financièrement par l'ADEME pour la mise en œuvre de cette démarche d'éco-conception.

• • •

Quels ont été les coûts humain et financier de la démarche ?

Le coût financier complet de cet engagement a été de l'ordre de 130 000 euros, pour un projet global R&D représentant un investissement total d'un peu plus d'un million d'euros.

#### QUEL EST LE BILAN DE VOTRE DÉMARCHÉ ?

La démarche a été relativement simple à intégrer dans le processus R&D, elle a été bien plus un accélérateur qu'un frein au développement. Nous avons aujourd'hui des outils clés en main : tableur CO<sub>2</sub> matières, tableur CO<sub>2</sub> transport, configurateur de modélisation énergétique du convoyeur, suivi de démarche avec l'outil ATEP.

• • •

Des partenaires publics ou privés vous ont-ils accompagnés dans votre démarche ?

Savoye a été accompagné par le Cetim dans sa mise en œuvre, l'ADEME a soutenu l'opération financièrement, pour un projet globalement soutenu par Bourgogne Innovation. Ces trois organismes ont également accompagné Savoye dans la promotion de cette démarche d'éco-conception.

• • •

Quels sont les bénéfices issus de cette démarche ? Y a-t-il un retour positif des clients ?

Trois ans après le lancement de la gamme de convoyeurs Intelis Convey, les résultats, en comparaison à l'ancienne gamme de convoyeurs, sont sans appel: utilisation d'énergie 100 % électrique, réduction de 50 % de la consommation électrique grâce à l'arrêt immédiat des moteurs en cas d'inactivité et à la récupération de l'énergie au freinage, réduction de 32 % de l'équivalent CO<sub>2</sub>, réduction du bruit en environnement de travail réel de 70 à 65 db(A), réduction de 78 % du nombre de références de pièces, réduction de 65 % du nombre de pièces...

**L'argument-clé auprès des clients est la réduction de la facture énergétique**, ce qui, compte tenu de la durée de vie d'une installation automatisée, est considérable.

• • •

Quelles difficultés avez-vous pu rencontrer ?

Certains indicateurs-clés n'ont pas pu être menés jusqu'à la fin. Nous souhaitions par exemple, mesurer la performance environnementale de nos fournisseurs et sous-traitants, en récupérant leurs initiatives en termes d'éco-conception ou de conformité REACH des produits. Le nombre et la pertinence des réponses ne nous ont pas permis d'arriver à une conclusion. Certains indicateurs sont par ailleurs relativement complexes ou longs à être validés en conditions réelles (ex : mesure de l'efficacité énergétique des anciennes gammes de produits).

• • •

S'il y en a, quels sont les futurs projets de l'entreprise en matière d'éco-conception ?

Aujourd'hui, la démarche d'éco-conception a été intégrée à chaque projet de développement produit, de manière à obtenir un bilan avant/après précis sur les indicateurs suivants :

- empreinte CO<sub>2</sub> des matières premières,
- empreinte CO<sub>2</sub> du transport,
- taux de recyclabilité (selon méthode NF E 01-005),
- temps de montage atelier et site,
- temps de maintenance,
- consommation d'énergie (configurateur),
- bruit.

La préoccupation se porte également sur l'ergonomie et la pénibilité au travail, par la conception de postes de travail pensés de manière optimale pour réduire la fatigue des opérateurs.

# T3L GROUP



## ENTRETIEN

**Benjamin Baruteaud**

Responsable Marketing Produits

## NOMBRE DE SALARIÉS

150

## SECTEUR

Industrie

## DOMAINE D'ACTIVITÉ

Conception et fabrication de produits de classement, d'affichage et d'organisation pour les professionnels

## LOCALISATION

Alsace



T3L Group commercialise principalement 2 marques : Tariflod et 3L Office dont les produits sont fabriqués à 95 % en France et au Danemark.



• • •

Quelle a été la motivation pour l'entreprise d'engager une démarche d'éco-conception ? Y a-t-il eu une demande des clients ?

Étant présents depuis de nombreuses années dans les pays sensibles à l'environnement comme l'Allemagne ou la Scandinavie, nous avons pu développer des produits éco-conçus pour répondre à une demande forte du marché. Par exemple, dans les années 90, nous étions parmi les premiers à utiliser du polypropylène recyclable en lieu et place du PVC. Nous avons aussi deux usines au Danemark et nos collègues danois sont très en avance en matière d'éco-conception !

• • •

Pouvez-vous nous présenter votre démarche ?

Notre démarche ne se résume pas seulement à l'éco-conception. **C'est toute l'entreprise qui fonctionne selon les principes du développement durable.**

Nous sommes certifiés ISO 9001 et 14001 depuis de nombreuses années et l'éco-conception est inscrite très en amont dans notre processus de développement produit. En ce qui concerne la conception des produits, nous sommes particulièrement vigilants à l'utilisation de matières recyclables et aux emballages. Pour la marque 3L, les produits en matières recyclables représentent 95 % de la production et nous pensons passer à 100 % d'ici 3-4 ans.

S'agissant des emballages, nous avons été les premiers dans notre branche à lancer un produit (le VEO, un système de présentation de documents) dont l'emballage est entièrement réutilisable. Il s'agit d'une boîte en polypropylène qui se transforme en boîte de rangement lorsque l'on a enlevé le produit !

De plus, nous procédons systématiquement pour tous nos produits à l'établissement d'un PEP (Profil Environnemental Produit), en utilisant les données sur la recyclabilité des matières fournies par l'ADEME.

Pour résumer, notre démarche éco-conception se base sur trois grands thèmes : le choix des matières, le process de fabrication (incluant la gestion des déchets) et l'emballage.

• • •

Des partenaires publics ou privés vous ont-ils accompagnés dans votre démarche ?

Nous n'avons pas reçu d'aides financières mais nous avons assisté à des formations en partenariat avec l'ADEME et la CCI. Par ailleurs nous avons été membre d'Idées Alsace parmi un pool de 125 entreprises alsaciennes impliquées dans l'éco-conception et le développement durable.

• • •

Quels ont été les coûts humain et financier de la démarche ?

Nous avons engagé un alternant préparant un MBA développement durable et responsabilité sociale des organisations. Nous avons assisté à des formations. Nous avons créé un Comité pour le Développement Durable dans l'entreprise (comité transversal de 76 personnes). Dans l'ensemble notre démarche n'a coûté que quelques milliers d'euros, mais demande un engagement important du personnel.

• • •

Quels sont les bénéfices issus de cette démarche ? Y a-t-il eu un retour positif des clients ?

Nos clients distributeurs sont généralement assez réceptifs, en revanche subsiste la difficulté de faire accepter un prix plus élevé pour un produit éco-conçu. Par exemple lorsque nous utilisons une matière biodégradable dans un produit, nous ne disposons pas des volumes nécessaires pour pouvoir le proposer au même prix que le même produit dans une matière plus classique.

**Il y a un bénéfice d'image indéniable auprès de nos clients.**

En interne, la démarche est bien acceptée et fait désormais partie de la culture de l'entreprise.

• • •

Quels sont les difficultés que vous avez pu rencontrer ?

Le prix des matières premières écologiques est encore assez élevé. Il est parfois difficile de trouver les bons interlocuteurs et fournisseurs. **Le challenge est de conserver le même niveau de qualité perçue chez le consommateur.**



©AMD

La gamme Van Moose propose des produits de rangement en feutrine recyclée à partir de bouteilles en plastique.

#### QUEL EST LE BILAN DE VOTRE DÉMARCHE ?

C'est un bilan très positif qui a permis à l'entreprise de se distinguer de la concurrence et d'améliorer son image.

# WORLDCAST SYSTEMS



©DR.

## ENTRETIEN

**Bruno Rost**

Président

## NOMBRE DE SALARIÉS

90

## SECTEUR

Électronique/numérique

## DOMAINE D'ACTIVITÉ

Conception de produits électroniques et informatiques pour la diffusion des émissions de radio et de télévision

## LOCALISATION

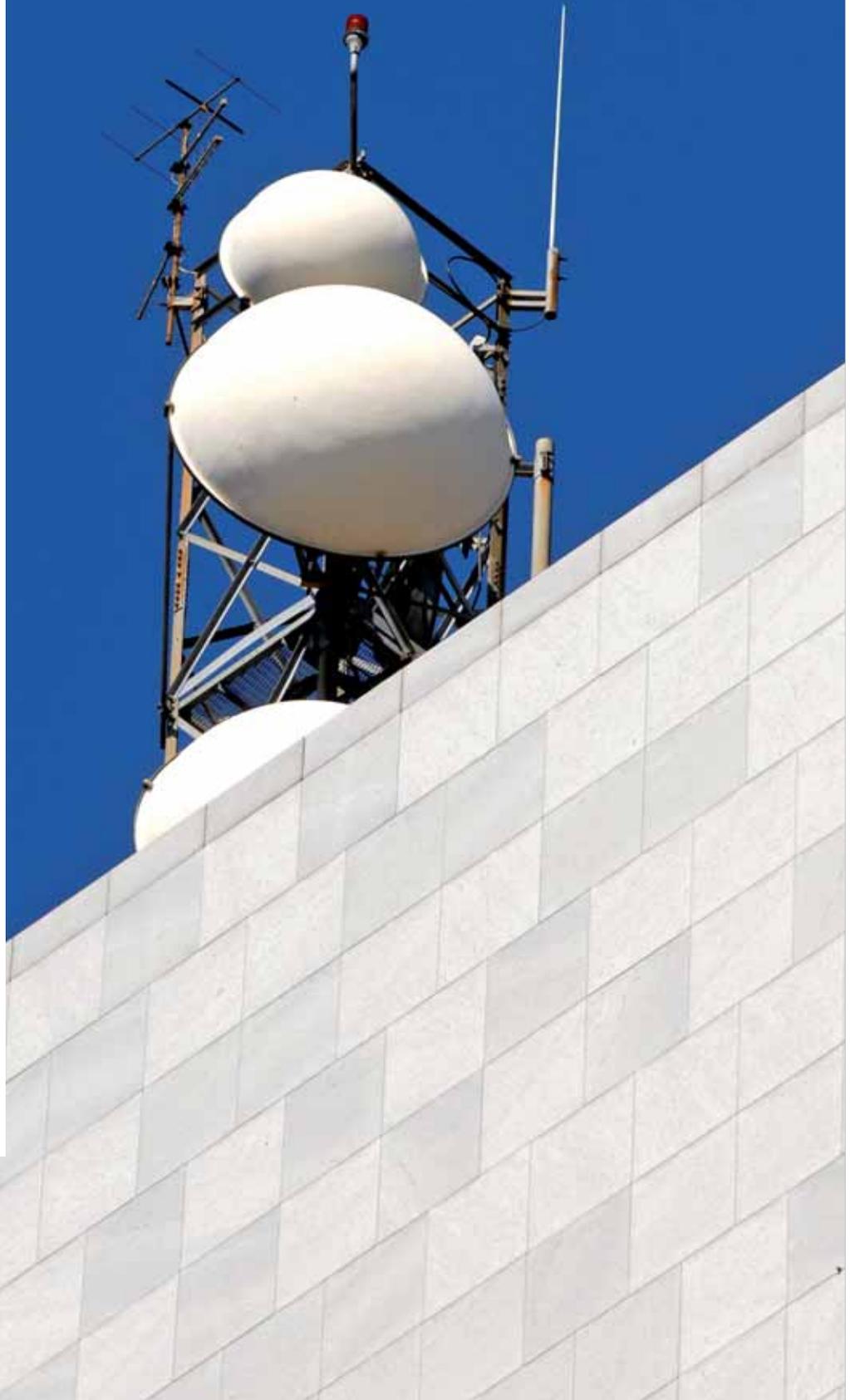
Aquitaine

## FÉDÉRATION

France Broadcast

• • •

La société fournit des équipements électroniques installés sur les pylônes émetteurs comme celui de Bouliac pour Bordeaux, de la Tour Eiffel ou encore de Fourvière à Lyon. Ces équipements permettent aux programmes d'être diffusés depuis le studio d'émission jusqu'au poste de radio ou de télévision. Sans Worldcast Systems, les émissions de Cyril Hanouna ou de Jean-Jacques Bourdin n'arriveraient pas jusqu'aux téléspectateurs.



• • •

Quelle a été la motivation pour l'entreprise d'engager une démarche d'éco-conception ? Y a-t-il eu une demande des clients ?

L'entreprise a des valeurs fortes parmi lesquelles l'innovation et le développement durable. Quelques clients, (nord de l'Europe) ont exprimé des besoins en termes de respect de l'environnement, mais ils étaient minoritaires. C'est nous qui étions persuadés qu'écologie pouvait rimer avec économies (financières) pour nos clients.

• • •

Pouvez-vous nous présenter votre démarche ?

Nous avons tout d'abord cherché à mettre en place des actions internes (réduction de nos consommations, maîtrise des déchets...).

Nous nous sommes rapidement rendu compte que le gain environnemental maximal viendrait si nos produits étaient conçus dans un souci de minimiser :

- la consommation énergétique,
- les déchets à retraiter en fin de vie des produits.

• • •

L'entreprise a-t-elle reçu des aides financières ? Si oui, lesquelles ?

Nous avons reçu des aides dans le cadre de projets FEDER (Fonds Européen de Développement Régional) liés à l'innovation de nouveaux produits incluant un volet éco-conception.

• • •

Des partenaires publics ou privés vous ont-ils accompagnés dans votre démarche ?

Nous avons eu des échanges de bonnes pratiques avec des consultants, l'ADEME ainsi qu'avec des entreprises.

• • •

Quels ont été les coûts humain et financier de la démarche ?

Le coût a été très faible car il a surtout été question de modifier « le logiciel » de fonctionnement de nos ingénieurs de développement. Ils ont intégré dans leurs contraintes en amont :

- la réduction des consommations électriques,
- la diminution du hardware au profit de solutions software.

Aucune embauche n'a été nécessaire, néanmoins **il a fallu un fort investissement de la direction et du service qualité pour instaurer cet esprit nouveau et solidifier la démarche** au travers de l'adaptation des procédures écrites de conception des produits.

• • •

Quels sont les bénéfices issus de cette démarche ? Y a-t-il eu un retour positif des clients ?

Nous avons pu concevoir une gamme d'émetteurs qui consomme 30 % d'énergie en moins que notre ancienne gamme. Or un émetteur est très fort consommateur d'énergie (plusieurs kilowattseure). **Les économies réalisées par les clients sur leur facture d'électricité payent intégralement le renouvellement des produits !** La somme des économies sur le poste électricité sur 10 ans, durée de vie de nos produits, dépasse le prix d'achat du produit lui-même.

• • •

Quelles sont les difficultés que vous avez pu rencontrer ?

Convaincre les clients de ne pas regarder uniquement le prix d'achat de nos produits mais aussi les économies qu'ils vont réaliser dans le temps... La mentalité doit aussi changer chez les acheteurs...

• • •

S'il y en a, quels sont les futurs projets de l'entreprise en matière d'éco-conception ?

Tous nos nouveaux produits sont éco-conçus. Nous commercialisons chaque année trois à cinq nouveaux produits.

• • •

Un dernier mot ?

La société a aussi décidé de créer un fonds de dotation (une « mini » fondation) qui récolte des fonds auprès d'entreprises et de particuliers pour faire des plantations d'arbres dans la région sous forme de haies d'arbres afin de recréer un paysage de bocage. C'est un moyen de compenser son bilan carbone et de développer la biodiversité dans des zones de monoculture (vignoble par exemple).

25 000 arbres ont ainsi été plantés ces trois dernières années !

#### QUEL EST LE BILAN DE VOTRE DÉMARCHÉ ?

**Notre nouvelle gamme d'émetteurs nous permet de régénérer de la croissance. C'est un succès mondial. Économie peut donc rimer avec écologie...**

# SERVINOX

## ENTRETIEN

**Renaud Antoine**

Directeur Général

## NOMBRE DE SALARIÉS

36

## SECTEUR

Industrie mécanique

## DOMAINE D'ACTIVITÉ

Robinetterie industrielle

## LOCALISATION

Aquitaine

## FÉDÉRATION

Profluid, membre de la Fédération des Industries Mécaniques

• • •

Créée en 1966, avec pour objectif initial d'apporter des solutions pour le secteur brassicole, Servinox est aujourd'hui capable d'intervenir auprès des industriels de tous secteurs : agroalimentaire, cosmétique, pharmaceutique, chimique et de biotechnologie. Servinox propose aux industriels soumis à des contraintes hygiéniques, trois gammes d'équipements répondant à leurs principales préoccupations :

- Sécurité & Protection
- Qualité & Traçabilité
- Efficience & Environnement

L'essence de Servinox est de travailler sur les problématiques spécifiques de ses clients, quels que soient le moment et la phase de leur activité. Ceci est rendu possible grâce à l'enrichissement continu de ses connaissances dans le domaine de l'ingénierie des process des produits fluides, mais également grâce aux retours d'expérience que ses équipes captent au quotidien.



• • •

Quelle a été la motivation pour l'entreprise d'engager une démarche d'éco-conception ? Y a-t-il eu une demande des clients ?

Notre entreprise s'est engagée dans cette démarche pour 3 raisons.

Il s'agissait tout d'abord d'**assumer notre rôle d'entreprise citoyenne**.

En effet, notre motivation première repose sur un souci historique d'agir en entreprise responsable de ses impacts économiques, environnementaux et sociaux, prenant en compte cette responsabilité dans sa globalité et dans la durée, et pas seulement pour répondre à une mode « écolo ».

Il y a quelques années, avant que Servinox ne connaisse son organisation et sa croissance économique actuelle, une démarche globale nous semblait difficile à mettre en place. Mais l'année dernière, 3 ans après avoir obtenu la certification ISO 9001, nous nous sommes engagés dans une démarche de certification ISO 14001.

Nous devons par ailleurs de plus en plus répondre à des contraintes commerciales (et bientôt réglementaires).

Cette démarche est pour nous **l'occasion d'offrir des perspectives stratégiques et commerciales durables à notre entreprise et à nos salariés**.

Si maîtriser la consommation des ressources naturelles et énergétiques dans notre processus de production est primordial, aider nos clients à faire de même grâce à des solutions éco-conçues l'est tout autant.

Nous avons déjà une sensibilité pour la conception de produits éco-responsables avant de nous engager dans la certification par étapes (notre vanne de lavage LPA, qui permet de réduire la quantité d'eau nécessaire pour le lavage des cuves industrielles, a reçu le prix « éco-conception IPA 2012 »). Mais aujourd'hui, nous avons pour objectif de systématiser le principe d'éco-conception sur l'ensemble de nos gammes, afin d'aider nos clients à remplir leurs propres objectifs d'économie de ressources, et par voie de conséquences, renforcer la pertinence de notre offre.

• • •

Pouvez-vous nous présenter votre démarche ?

Notre engagement dépasse le principe de concevoir des équipements qui répondent à des critères environnementaux.

Nous avons choisi de nous engager dans une démarche d'amélioration globale pour notre entreprise :

- maîtriser notre impact sur l'environnement au travers de la démarche ISO 14001 par étapes,
- impliquant de maîtriser l'impact de nos produits lors de leur utilisation chez nos clients,
- et nous permettant d'acquérir, via la démarche d'éco-conception, les outils et méthodes utiles pour structurer et formaliser notre processus de R&D.

• • •

L'entreprise a-t-elle reçu des aides financières ?

Le Cetim nous a proposé de participer au programme C2D (opération collective régionale « Compétitivité et Développement Durable ») pour permettre aux entreprises de renforcer leur compétitivité en réduisant leur impact environnemental.

Cette opération est soutenue financièrement par l'ADEME, l'agence de l'eau Seine-Normandie, la DRIEE (Direction Régionale et Interdépartementale de l'Environnement et de l'Énergie) et l'Union européenne. Elle est développée en partenariat avec le LRCCP, le comité mécanique IDF, le pôle Astech et le pôle Elastopôle, le plan filière automobile.

Servinox a reçu une première aide de 23 107 euros par le LRCCP (Laboratoire de Recherches et de Contrôle du Caoutchouc et des Plastiques) associé au Cetim, correspondant à un financement de 96 % du coût de l'accompagnement individuel par un expert du Cetim. Le Cetim nous a également accompagnés dans la phase de mise en œuvre du projet, avec une seconde aide de 3 100 euros destinée à couvrir 62 % du coût de 5 journées d'accompagnement supplémentaires.

Nous avons également pu participer à plusieurs séminaires de mise en commun et de formation sur des problématiques environnementales liées à notre métier.



Vanne de lavage LPA

• • •

### Des partenaires publics ou privés vous ont-ils accompagnés dans votre démarche ?

Le Cetim a développé des outils permettant de structurer et formaliser la démarche d'éco-conception.

Dans le cadre du programme C2D, nous avons appris à utiliser ces outils. Cela s'est traduit par une formation « par l'exemple » de nos équipes (bureau d'études, service qualité et chefs de projets). Nous avons ainsi pu appliquer la méthodologie et les outils du Cetim à notre processus global de développement de produits, qui était jusqu'alors organisé de façon plus intuitive que raisonnée.

Parallèlement à l'opération C2D, nous bénéficions d'un accompagnement du Cetim et des universités, qui nous permet d'accélérer notre démarche de certification ISO 14001 par étapes.

• • •

### Quels sont les bénéfices issus de cette démarche ? Y a-t-il eu un retour positif des clients ?

**Les bénéfices sont multiples, et dépassent le champ de l'impact environnemental** pour atteindre celui du développement économique et social de notre entreprise :

- Recherche & Développement : l'accompagnement nous a aidé à structurer notre processus de développement de produits, incluant les aspects économiques, concurrentiels, environnementaux... (déjà constaté et en place).
- Stratégie d'entreprise : le principe d'éco-conception et les méthodes de travail nouvellement acquises donnent de nouvelles perspectives stratégiques, commerciales et économiques à l'entreprise.
- Culture d'entreprise : le projet mobilise les salariés autour d'un projet commun et vient enrichir la culture d'entreprise.

Aujourd'hui, nous n'avons pas valorisé la démarche, car le cycle de développement n'est pas encore abouti, mais nous sommes certains que cela constituera un facteur différenciant.

Dans le cadre de la COP21 Paris 2015, Renaud Antoine, Directeur Général adjoint de Servinox, est intervenu lors du Forum « Éco-conception et PME, pratique d'une démarche responsable » autour d'une table ronde dont le sujet fut « L'éco-conception, source de valeur et d'innovation / Bonnes pratiques des entreprises ».

• • •

### Quels ont été les coûts humain et financier de la démarche ?

Financé à hauteur de 26 207 euros par le Cetim, l'accompagnement individuel C2D a représenté un coût de 2 750 euros HT pour l'entreprise.

Le coût « temps-homme » a quant à lui mobilisé environ 1 000 heures de travail, consacrées à l'acquisition de la méthodologie et des outils d'éco-conception, au travers du redéveloppement d'un produit Servinox, et à l'application de la démarche.

• • •

### S'il y en a, quels sont les futurs projets de l'entreprise en matière d'éco-conception ?

Notre objectif est de **faire évoluer l'ensemble de la gamme à l'aune de cette méthode** et de renforcer et développer notre gamme « Efficience & Environnement ».

• • •

### Quelles sont les difficultés que vous avez pu rencontrer ?

Les difficultés que nous rencontrons sont surtout liées au temps nécessaire pour se familiariser avec la démarche, alors que nous nous trouvons dans un contexte de forte croissance de l'entreprise pour les autres sujets, impliquant déjà une forte charge de travail.

Nous n'avons pas rencontré de frein particulier au sein de l'entreprise. Grâce aux aides, le coût financier direct s'est avéré très faible.

## QUEL EST LE BILAN DE VOTRE DÉMARCHE ?

La méthode apportée par le Cetim est aujourd'hui en place. Les équipes se sont appropriées la méthode de travail, incluant la prise en compte de tous les aspects environnementaux dans la conception et le développement des produits.

Notre bilan est pour l'instant un bilan intermédiaire, puisque nous nous sommes lancés dans ce projet l'année dernière seulement. Le parcours est long, mais nous sommes convaincus qu'il en vaut la peine.



# LES CHARPENTIERS DE L'ATLANTIQUE

»»  
LA VALORISATION  
DE NOS DÉMARCHES  
PARTICIPE DE NOTRE  
ENGAGEMENT SOCIÉTAL,  
SINGULARISE NOS OFFRES  
TECHNIQUES ET DONNE PLUS  
DE SENS AU TRAVAIL DE CHACUN  
AU SEIN DE NOS ÉQUIPES.

## ENTRETIEN

**Christophe Bonnin**

Co-gérant

## NOMBRE DE SALARIÉS

36

## SECTEUR

Travaux de construction

## DOMAINE D'ACTIVITÉ

Construction bois, ossature bois,  
charpente bois

## LOCALISATION

Pays de la Loire

## FÉDÉRATION

Fédération Française du Bâtiment -  
Union des Métiers du Bois

• • •

Les Charpentiers de l'Atlantique est une entreprise familiale qui a 40 ans d'existence. Elle répond aussi bien aux marchés publics que privés.

Les typologies de nos chantiers : logements individuels et collectifs, EHPAD, crèches, collèges, lycées...



• • •

Quelle a été la motivation pour l'entreprise d'engager une démarche d'éco-conception ? Y a-t-il eu une demande des clients ?

Notre démarche est plutôt guidée par notre secteur d'activité : l'ossature bois. Très en vogue et ayant une image vertueuse auprès des clients, tous nos investissements, notre organisation sont pensés en fonction de l'économie de la matière, de la proximité des ressources, tout en minimisant notre impact sur l'environnement.

• • •

Pouvez-vous nous présenter votre démarche ?

Nous avons démarré par un bilan carbone de notre activité en 2009.

Suite à cela l'une des actions consistait à obtenir la certification PEFC.

Nous avons été certifiés en 2010 sur nos fabrications de charpente et structure bois.

Parallèlement, pour la partie production **nous réfléchissons à chaque fois au côté gain de matière, à la production de déchets recyclables et à l'installation de machines « propres ».**

• • •

Des partenaires publics ou privés vous ont-ils accompagnés dans votre démarche ?

Pour le Bilan Carbone, nous avons été accompagné par un CPJ environnement (n'existe plus à ce jour) et pour le label PEFC, nous avons travaillé avec deux concurrents pour se faire certifier ensemble et mutualiser les frais de déplacements du certificateur.

• • •

L'entreprise a-t-elle reçu des aides financières ? Si oui, lesquelles ?

Oui, l'ADEME a financé partiellement le bilan carbone.

La région a participé au dernier investissement sur une cabine d'aspersion (nouvelle machine de traitement de bois qui consomme et stocke très peu de produit de traitement).

• • •

Quels ont été les coûts humain et financier de la démarche ?

Il est non chiffré pour les deux certifications mais la démarche est chère : surtout au vu du temps passé pour récupérer les données et les analyser.

Pour la programmation de nos investissements, c'est différent ; nous intégrons la démarche au départ et c'est plus une prise de conscience des implications de tel ou tel choix de machine. En revanche, nous avons à chaque fois opté pour des systèmes/machines plus coûteux que le standard mais l'aide éventuelle permet de compenser une partie du surcoût.

• • •

Quels sont les bénéfices issus de cette démarche ? Y a-t-il eu un retour positif des clients ?

Nous communiquons sur notre démarche par notre plaquette mais aussi par des visites du site.

Pour les clients, cette différenciation concurrentielle n'est pas encore prise en compte dans leur choix... Le prix reste encore très présent.

• • •

Quelles sont les difficultés que vous avez pu rencontrer ?

Les normes, les remises en cause de normes, l'administration.

• • •

S'il y en a, quels sont les futurs projets de l'entreprise en matière d'éco-conception ?

Le prochain projet de l'entreprise les Charpentiers de l'Atlantique sera la revalorisation des déchets de bois.

#### QUEL EST LE BILAN DE VOTRE DÉMARCHÉ ?

**Le bilan est positif, pour notre image actuelle et pour les équipes internes.**

**Il faut que l'on poursuive notre « éducation du client » dans ses critères de choix d'une entreprise.**

# BOURGEOIS

»»  
L'ENTREPRISE BOURGEOIS  
AVAIT DÉJÀ REÇU EN 2010  
LE PRIX « ÉCOPRODUIT » POUR  
LE DÉVELOPPEMENT DURABLE,  
DÉCERNÉ PAR LE MEEM ET  
L'ADEME SUR LE FOUR MIXTE  
ÉCO-CONÇU ZÉNITH.

## ENTRETIEN

**Christelle Vacher**

Responsable Bureau d'Études

## NOMBRE DE SALARIÉS

60

## SECTEUR

Domaine des équipements de cuisson

## DOMAINE D'ACTIVITÉ

Fabrication de matériel de cuisine professionnel

## LOCALISATION

Rhône-Alpes

## FÉDÉRATION

Syndicat National de l'Équipement des Grandes Cuisines (SYNEG), membre de la Fédération des Industries Mécaniques

• • •

Bourgeois en quelques chiffres :

- 8 000 m<sup>2</sup> d'ateliers et 1 000 m<sup>2</sup> de bureaux,
- Société Anonyme, coopérative au capital de 1 130 289 euros.

Aujourd'hui, spécialiste français de fours professionnels, Bourgeois s'est engagé dans une démarche d'éco-conception et a également reçu la certification « Origine France Garantie ». En 2013, Bourgeois a élargi son offre avec la ligne Solymac proposant ainsi des solutions cuissons horizontales et une gamme de fours à pizza. Ce savoir-faire lui permet aujourd'hui d'être présent sur le segment du grand public avec le four mixte Zénith Millénium et les pianos de cuisson Delaubrac.

 **Bourgeois**

L'EXCELLENCE À TOUS LES DEGRÉS

 **SOLYMAC**  
Les solutions cuisson

 **Delaubrac**

© Bourgeois





• • •

**Quelle a été la motivation pour l'entreprise d'engager une démarche d'éco-conception ? Y a-t-il eu une demande des clients ?**

Conscient de l'urgence de diminuer l'impact négatif de notre activité sur l'environnement (pollution de l'air, du sol, de l'eau), **Bourgeois a mis en œuvre une politique environnementale sur le long terme**, et conçu sa gamme de four mixte en suivant une méthodologie d'éco-conception. Celle-ci permet d'abaisser la consommation énergétique, de réduire l'impact environnemental de nos produits durant l'ensemble de leur cycle de vie et d'inciter les utilisateurs à adopter un comportement éco-citoyen.

L'entreprise Bourgeois a déjà reçu en 2010 le prix « Éco-produit » pour le développement durable, décerné par le ministère de l'Écologie et l'ADEME pour le four mixte éco-conçu Zénith.

Lors de la mise en place de la démarche, les utilisateurs n'étaient pas encore sensibles aux économies d'énergie et au respect de l'environnement.

Aujourd'hui, certains y sont sensibles et des critères environnementaux sont maintenant intégrés dans les appels d'offre.

• • •

**Pouvez-vous nous présenter votre démarche ?**

Dans un premier temps, nous avons bénéficié, grâce à la CCI, d'un pré-diagnostic environnemental.

Ceci nous a permis de faire un premier bilan et de structurer notre démarche. Suite à cette expertise, nous avons sollicité

le Cetim afin d'accéder à un accompagnement technique pour mener à bien cette démarche d'éco-conception.

L'objectif de cette collaboration technique était de réduire les impacts environnementaux de nos fours mixtes et de valoriser ces résultats.

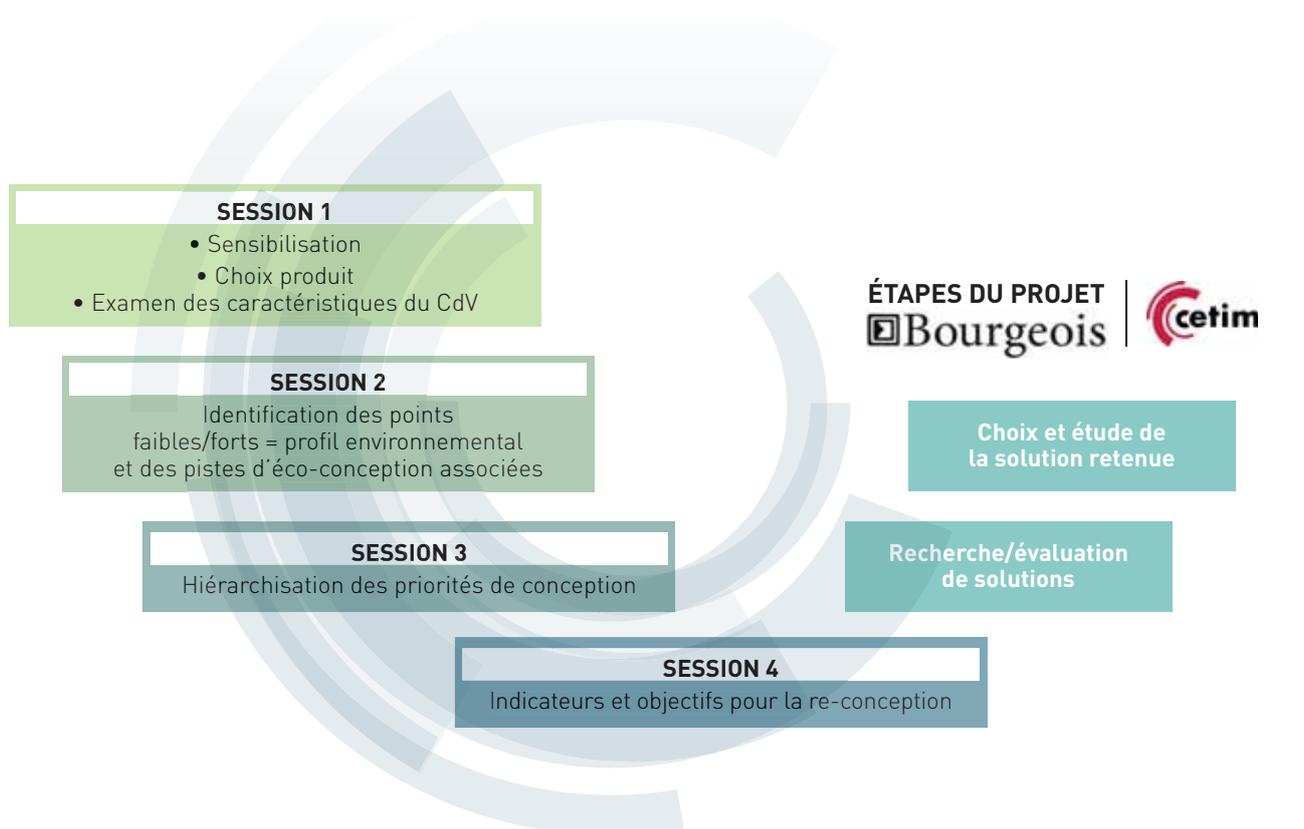
Le Cetim nous a proposé une démarche allant de la sensibilisation à la validation des choix techniques en termes d'éco-conception. Cela a permis de fédérer l'ensemble des acteurs de notre projet (bureau d'études, marketing, achats, production, SAV...) autour des mêmes objectifs: économie d'énergie et respect de l'environnement.

Une première étape de sensibilisation aux contraintes environnementales a permis d'impliquer l'ensemble du personnel, de leur apporter les connaissances et d'**étendre la portée de cette démarche à toute l'entreprise**.

Le profil environnemental de notre four a ensuite été dressé en identifiant les points faibles et les points forts par rapport aux critères environnementaux. Profil qui a permis de définir les axes de développement les plus pertinents pour la conception environnementale.

Un travail de recherche et d'évaluation en laboratoire effectué en interne a suivi afin de mettre au point des solutions techniques permettant d'atteindre les objectifs fixés en termes d'éco-conception.

À chacune des étapes de notre projet pilote d'éco-conception, le Cetim nous a accompagné pour mener de façon pertinente cette nouvelle démarche. Cet apprentissage nous a par ailleurs permis de l'appliquer à l'ensemble de nos produits.



• • •

L'entreprise a-t-elle reçu des aides financières ? Si oui, lesquelles ?

Le pré diagnostic environnemental a été subventionné par la CCI de Haute-Savoie et OSEO a soutenu notre projet en nous accordant une avance remboursable.

• • •

Des partenaires publics ou privés vous ont-ils accompagnés dans votre démarche ?

Le Cetim nous a accompagnés dans cette démarche et le CETIAT nous a aidés pour quelques études techniques.

• • •

Quels ont été les coût humain et financier de la démarche ?

Le coût humain a été d'environ 35 000 euros étant donné l'investissement en temps d'étude qui a dû être effectué. Le coût financier s'élève à 22 200 euros environ sans compter les investissements dus aux développements, aux modifications d'outillage et aux frais marketing pour la valorisation de la démarche.

• • •

Quels sont les bénéfices issus de cette démarche ? Y a-t-il eu un retour positif des clients ?

La démarche appliquée à la construction de l'appareil lui-même (choix de matériaux moins polluants, sélection de fournisseurs locaux impliqués dans une politique de protection de l'environnement, procédés de fabrication à moindre impact sur l'environnement) s'est traduit par un gain de 71 Kg CO<sub>2</sub> par four soit une économie annuelle d'environ 177 tonnes de CO<sub>2</sub> pour le volume actuel de production.

Cela se traduit également par une augmentation du taux de recyclabilité en fin de vie et la mise en place d'une filière de recyclage.

Et concernant l'utilisation de l'appareil, responsable de 90 % de l'émission d'équivalent CO<sub>2</sub>, la démarche a porté plus particulièrement sur l'amélioration du rendement énergétique, la recherche systématique et la réduction des ponts thermiques et des pertes de chaleur, la performance de l'isolation ainsi que la gestion de l'eau et de la vapeur. Cela a permis d'accroître les performances et de réduire les consommations d'énergies de 20 à 40 %. **Aujourd'hui, Bourgeois commercialise grâce à cette démarche des produits respectueux de l'environnement à haut rendement énergétique donc faibles consommateurs, économiques et écologiques.** Nos clients sont de plus en plus sensibles à ces critères auxquels s'ajoute le label origine France Garantie que nous avons obtenu et qui certifie la fabrication française de nos produits.

• • •

Quelles sont les difficultés que vous avez pu rencontrer ?

Le manque de normes et de labels pour la qualification de nos produits a rendu difficile la valorisation de leurs performances. Nous nous sommes trouvés face à des communications abusives sur les performances des matériels de cuisson sans pouvoir justifier de nos réelles performances énergétiques par manque de critères objectifs. Aujourd'hui, pour les consommateurs, il est difficile de faire une comparaison objective de la consommation réelle des matériels de cuisson et de leur impact sur l'environnement.

• • •

S'il y en a, quels sont les futurs projets de l'entreprise en matière d'éco-conception ?

L'enjeu est de mettre en place un SME (Système de Management Environnemental). Nous avons déjà franchi une première étape en bénéficiant de l'accompagnement de la CCI avec le dispositif de certification 123 Environnement qui permet de mettre en place un système de management environnemental par étapes. Ce dispositif a été initié par l'Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie (ACFCI), l'ADEME et le Groupe AFNOR. Aujourd'hui, nous avons obtenu le niveau 1.

#### QUEL EST LE BILAN DE VOTRE DÉMARCHÉ ?

Le bilan de cette démarche est très positif :

- Pour les utilisateurs, elle a permis de proposer sur le marché le premier four de cuisson éco-conçu réduisant les consommations d'énergie et l'impact sur l'environnement,

- À l'échelle du site de production, elle a favorisé la réduction de nos déchets et de nos pertes matière, ainsi que l'optimisation de la fabrication en privilégiant des techniques d'assemblage plus écologiques. De plus, la réduction du nombre de pièces sur nos appareils et de consommables pour la fabrication a abaissé nos prix de revient.

Enfin, la sensibilisation et l'implication de l'ensemble du personnel à cette démarche a aussi permis de réduire nos consommations énergétiques et le volume de nos déchets et de mettre en place une politique de tri sélectif au sein de notre usine.



# SÉCURLITE

## ENTRETIEN

**Laurent Prat**

Directeur Général

## NOMBRE DE SALARIÉS

44

## SECTEUR

Éclairage

## DOMAINE D'ACTIVITÉ

Fabrication de luminaires et de composants électroniques pour l'éclairage

## LOCALISATION

Sarthe

## FÉDÉRATION

Syndicat de l'éclairage, membre de la Fédération des Industries Électriques, Électroniques et de Communication (FIEEC)



Sécurlite est une PME leader dans une niche du marché de l'éclairage : les luminaires anti-vandalisme. Depuis 2009, la société a décidé de développer ses propres solutions électroniques et modules LED en investissant dans la R&D et l'innovation « durable », entraînant un fort développement des ventes en France et à l'export. La société est structurée autour d'une politique RSE et d'engagements forts en faveur du développement durable.

**Sécurlite**  
LA LUMIÈRE DURABLE

• • •

Quelle a été la motivation pour l'entreprise d'engager une démarche d'éco-conception ? Y a-t-il eu une demande des clients ?

Dès la création de l'entreprise en 1986, nous avons identifié un besoin pour des luminaires à longue durée de vie et faible maintenance, notamment pour les espaces et bâtiments publics.

La volonté de prolonger la durée de vie du luminaire et de sa source, et la demande de nos clients pour des économies d'énergie nous ont conduits naturellement vers l'analyse des cycles de vie (ACV) et la mise en place d'une démarche d'éco-conception plus pointue il y a une dizaine d'années.

• • •

Pouvez-vous nous présenter votre démarche ?

Pour nos luminaires, la phase d'utilisation est prépondérante dans l'ACV.

Notre démarche d'éco-conception s'appuie donc en priorité sur **l'amélioration de l'efficacité lumineuse du luminaire et la réduction de la consommation d'énergie**, au travers de systèmes optiques, de modules LED performants et d'une gestion intelligente en fonction du besoin grâce à la détection et la gradation.

Notre démarche est validée par l'utilisation du logiciel d'éco-conception EIME de Bureau Veritas CODDE et par l'enregistrement des ACV auprès de PEP ecopassport® dont nous sommes membre fondateur.

Afin de s'inscrire également dans un principe d'économie circulaire, nous développons des produits évolutifs et réparables, et nous intégrons progressivement des matériaux recyclés.

• • •

L'entreprise a-t-elle reçu des aides financières ?

Nous n'avons pas reçu d'aides financières. Celles consacrées à l'éco-conception étaient à l'époque moins développées qu'aujourd'hui et nous avons choisi d'aller vite. Actuellement **les entreprises ont tout intérêt à analyser les aides financières disponibles** car elles faciliteront la mise en place d'une démarche volontaire et permettront d'accélérer leur transition vers des marchés d'avenir (basés sur des produits plus respectueux de l'environnement).

• • •

Des partenaires publics ou privés vous ont-ils accompagnés dans votre démarche ?

Nous avons été accompagnés lors de la mise en place du logiciel d'éco-conception et lors de l'enregistrement de nos ACV par un laboratoire certificateur et par des laboratoires privés qui nous ont aidés à réaliser nos premiers produits écoconçus (notamment basés sur la technologie LED).

L'adhésion au Syndicat de l'Éclairage a également joué un rôle informatif majeur en nous permettant de rester ouverts aux évolutions réglementaires et technologiques du marché.

• • •

Quels ont été les coûts humain et financier de la démarche ?

Essentiellement le coût du logiciel et de la formation, la certification et l'enregistrement des certificats environnementaux, ainsi que le coût d'une personne au sein de notre bureau d'études. **Les coûts, bien que très variables, restent raisonnables si l'on pense au développement induit dont peut bénéficier l'entreprise.**

Nous n'incluons pas les investissements de R&D et de production qui relèvent de l'adaptation logique de notre outil industriel. Il s'agissait de maîtriser en particulier la technologie LED et celle de la gestion de la lumière, afin de mieux contrôler l'amélioration de nos produits. Actuellement tous nos luminaires et leurs composants sont fabriqués en interne dans notre usine de la Sarthe.

• • •

Quelles sont les difficultés que vous rencontrez ?

Les difficultés sont essentiellement celles que rencontrent les produits « précurseurs » en termes d'accueil par les clients. Également lorsque les clients ne bénéficient pas directement des économies d'énergie et sont donc tentés de ne chercher qu'un prix d'achat, ce qui aboutit à des luminaires bien souvent importés et de qualité et durée de vie réduites.

• • •

Quels sont les bénéfices issus de cette démarche ? Y a-t-il eu un retour positif des clients ?

Tous nos nouveaux produits sont issus de cette démarche d'éco-conception. Nous pourrions même dire que la démarche a influé positivement sur la façon de penser de nos collaborateurs et que ceux-ci ne pourraient pas concevoir de produits non éco-conçus. Nos clients, sensibles aux économies et au retour sur investissement rapide que peuvent apporter des luminaires éco-conçus, sont bien sûr particulièrement satisfaits.

• • •

S'il y en a, quels sont les futurs projets de l'entreprise en matière d'éco-conception ?

Les futurs projets sont centrés sur l'amélioration continue de l'efficacité énergétique, l'utilisation de matériaux recyclés, l'intégration de nos luminaires dans des « smart grids »... Et encore de nombreux autres projets !

#### QUEL EST LE BILAN DE VOTRE DÉMARCHE ?

**Le bilan est très positif, cette démarche stratégique a permis d'anticiper les attentes de nos clients, de développer nos ventes et d'atteindre de nouveaux marchés notamment à l'export. Sans compter l'amélioration de l'image de notre entreprise qui nous permet d'attirer plus facilement les compétences humaines et les jeunes collaborateurs dont nous avons besoin.**

# FRANÇOIS-TOURISME-CONSULTANTS



© DR.

## ENTRETIEN

**Philippe François**

Président

## NOMBRE DE SALARIÉS

18 consultants

## SECTEUR

Conseil, accompagnement de chefs d'entreprise à la prise de décisions et audit

## DOMAINE D'ACTIVITÉ

Conseil dans le tourisme

## LOCALISATION

Aquitaine

## FÉDÉRATION

CGPME 24



François Tourisme Consultants (FTC) est un groupe de sociétés et de marques de conseil et de formation en Tourisme-Hôtellerie-Camping-Restaurant au service des entreprises et des territoires par le développement durable. Les clients de FTC vont de la petite structure à la collectivité territoriale, en passant par de grands groupes hôteliers internationaux.



• • •

### Quelle a été la motivation pour l'entreprise d'engager une démarche d'éco-conception ? Y a-t-il eu une demande des clients ?

En 1996, j'ai été invité à Nairobi, qui est le siège mondial du Programme des Nations Unies pour l'Environnement pour intervenir sur le sujet du tourisme et de l'environnement, car je me suis rendu compte qu'à l'époque, l'aménagement des sites touristiques pouvait détruire les cultures locales, les paysages, les gens qui habitent sur place. **Il fallait que l'on revienne à de nouvelles bases dans l'aménagement touristique.** Tout le monde a trouvé cela évident, et s'est interrogé sur les suites à apporter de manière opérationnelle. Nous avons tout d'abord publié, en partenariat avec le Programme des Nations Unies pour l'Environnement un livre, « Sowing the seeds of change » (semmer les graines du changement). J'ai par la suite recruté les premiers consultants en environnement que j'ai formés en tourisme. Finalement, l'action de FTC dans l'éco-conception est une réaction de bon sens, et un certain nombre de clients, de consultants et de partenaires m'ont suivi.

• • •

### Pouvez-vous nous présenter votre démarche ?

Les missions de FTC sont d'accompagner les entreprises touristiques dans une démarche de développement durable, soit dans le cadre d'une approche globale (RSE), soit sur une thématique spécifique (qualité de service, environnement, santé, sécurité, accessibilité, éco-conception...).

On ne peut imaginer l'éco-conception que si, à la base, il y a des éco-concepteurs. C'est l'homme qui est au centre du dispositif d'un secteur économique, a fortiori une entreprise de service comme dans le tourisme. Avant de faire de l'éco-conception, on a intérêt à sensibiliser puis à former les éco-concepteurs ou les salariés qui vont utiliser les services ou les bâtiments qui ont été éco-conçus. **Quand on décide d'aller vers l'éco-conception, la première des choses à faire est de former les équipes qui vont les utiliser.**

Un bâtiment peut être très bien réalisé au niveau technique, mais cela est inutile s'il est, par la suite, très mal utilisé. 80% des réussites dans l'éco-conception viennent du comportement de ceux qui utilisent ces services ou produits éco-conçus.

Il est important d'évaluer les besoins du client. On peut entreprendre une démarche d'éco-conception pour plusieurs raisons selon la sensibilité du client (son environnement concurrentiel, son marché, ses actionnaires, sa conviction personnelle, le besoin d'optimisation de sa rentabilité...).

Nous accompagnons les entreprises dans leur démarche d'éco-conception. Dans le cas des entreprises qui lancent un bâtiment éco-conçu, nous allons d'abord sensibiliser les artisans qui vont construire le bâtiment en faisant un

éco-chantier. Cela fait partie de la méthodologie de FTC. Nous mettons en place des méthodes spécifiques avec les chefs d'entreprise. Nous rassemblons des solutions pour élaborer une démarche interne qui va entrer dans l'ADN de l'entreprise.

Nous avons également créé des outils internes à destination des entreprises : nous avons par exemple créé les Forums ECORISMO qui sont le cadre de multiples échanges, ateliers, rencontres, conférences, tables-rondes, concours, animations professionnelles à destination des professionnels de l'hôtellerie, de la restauration, des campings, des collectivités et du tourisme. Ils permettent d'aborder des thématiques liées au développement durable dans la profession du tourisme. Suite à la demande de nos clients, nous avons créé le Label ECORISMO qui garantit la démarche de l'entreprise, ainsi que les Lauriers ECORISMO qui apportent aux services ou produits des professionnels du tourisme une reconnaissance de leur engagement et de leurs actions opérationnelles contribuant au développement durable. FTC a également créé un club et un label sur la biodiversité et le tourisme avec Biorismo.



FTC agit donc par le conseil, l'accompagnement, l'audit, l'édition (18 livres sur le sujet en téléchargement libre sur le site internet), la certification, des événements (conférences), la formation intra ou interentreprises, mais également par des conférences publiques.

• • •

### L'entreprise a-t-elle reçu des aides financières ? Des partenaires publics vous ont-ils accompagnés dans votre démarche ?

Nous avons reçu des aides pour des projets. Par exemple pour la publication de certains de nos livres et guides, ou pour des missions internationales. Le gouvernement français ainsi que l'ADEME nous ont également aidés à mener des opérations pilotes pour engager des hôtels dans des démarches environnementales ou d'éco-conception – par exemple le livre « Mon hôtel et l'environnement » qui a été financé par l'ADEME en 2002 et qui remporte encore maintenant un grand succès. Il y a eu également des collectivités territoriales, la Commission européenne, l'Organisation mondiale du tourisme qui ont participé à certaines actions. Ces aides ont été apportées il y a une dizaine d'années. Aujourd'hui, avec la crise, les initiatives originales dans ce domaine ont beaucoup plus de mal à être financées.

• • •

### Quel a été le coût pour FTC de se spécialiser dans l'éco-conception ?

Une entreprise comme la nôtre est obligée de faire de la recherche et du développement en permanence. Le coût humain et l'implication personnelle sont énormes. Par ailleurs, nous sommes obligés d'investir lourdement dans la sensibilisation. Nous avons placé cette nécessité au cœur de notre vision d'entreprise et de nos valeurs, pour notre action en France et dans le monde. Aujourd'hui, il paraît, par exemple, évident de n'utiliser que du papier recyclé. Il y a dix ans, des produits recyclés, comme des cartes de visites coûtaient dix fois plus chères qu'une carte de visite normale. Plus maintenant.

• • •

### Quels sont les bénéfices issus de cette démarche ? Y a-t-il eu un retour positif des clients ?

Ces bénéfices sont variés et peuvent être :

- Une anticipation de la réglementation (française, européenne, mondiale). Il faut essayer de prévoir ce qui va arriver au niveau de la réglementation dans les 10/15 ans à venir. Il faut maîtriser la réglementation actuelle, mais aussi prévoir sa probable évolution. Cela évitera une succession de travaux pour toujours être en règle.
- L'actionnaire investit de plus en plus dans les bâtiments éco-conçus, parce que nous savons que les clients y sont de plus en plus sensibles ! Un hôtel éco-conçu aura un avantage sur le marché par rapport à ses concurrents. Lorsque le citoyen achète un produit manufacturé, il observe les différents impacts environnementaux. C'est aussi vrai dans les hôtels et le tourisme. Quand il a le choix entre deux campings, il sélectionnera celui qui possédera un label environnemental, ou mieux une certification internationale en développement durable.
- L'optimisation de la rentabilité de l'entreprise : il y a suffisamment d'exemples à présent pour avoir un benchmarking des projets et pour savoir qu'un bâtiment éco-conçu engendre effectivement des économies d'énergies.
- On s'est aperçu qu'à chaque mise en place de systèmes d'éco-conception (ou éco-rénovation ou éco-construction), il y a un effet d'entraînement assez logique au sein des équipes. Certaines entreprises ont besoin de projets originaux pour fidéliser leur personnel. Il est très rare que les équipes n'adhèrent pas à cette démarche. Le personnel est fier de travailler pour un dirigeant et une entreprise soucieux de leur impact sur la société et sur l'environnement. Il y a également un effet de domino, car les employés emmènent les bonnes pratiques chez eux.

• • •

### Quelles sont les difficultés que vous avez pu rencontrer ?

La crainte du changement. Les entrepreneurs se demandent souvent si ce n'est pas de la poudre aux yeux. Nous travaillons régulièrement avec des petites et moyennes entreprises et nous remarquons qu'elles craignent que l'application soit techniquement difficile, ce qui est une idée reçue. Entreprendre une démarche d'éco-participation ne demande pas de maîtrise scientifique. Elle fait davantage appel au bon sens de chacun.

• • •

### S'il y en a, quels sont les futurs projets de l'entreprise en matière d'éco-conception ?

Nous avons encore du travail de sensibilisation, de formation et d'accompagnement dans les solutions « développement durable » de l'hôtellerie et de la restauration. **Il est aujourd'hui possible de créer des hôtels ou des campings 100 % éco-construits.** En ce moment, par exemple, nous travaillons sur des terrains de golf éco-conçus avec un arrosage de la pelouse à l'eau de mer.

Mais, effectivement, nous pensons d'ores et déjà à la suite ! Nous irons probablement sur un nouveau domaine de l'éco-conception : la sécurité et la responsabilité du chef d'entreprise.

Nous aimerions voir se développer des hôtels, des campings, des restaurants soucieux de notre environnement « vivant » : c'est la prise en compte de la biodiversité. Nous venons d'être reconnus par le ministère de l'Environnement pour cette initiative. Il y a là un grand champ de progrès, d'initiatives et de marges bénéficiaires nouvelles pour nos entreprises...

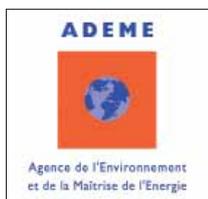
### QUEL EST LE BILAN DE VOTRE DÉMARCHÉ ?

**Nous voyons des employés épanouis et faisant vivre les bonnes pratiques. Nous voyons des propriétaires et des actionnaires qui, eux aussi, sont heureux de cette initiative. Nous voyons également de nombreuses opportunités de carrière dans l'éco-conception. C'est aussi une fierté pour nous d'être, à notre échelle, utiles à la planète et de favoriser le bien-être au travail. Cette démarche a, à nos yeux, beaucoup de sens.**





# 1. ACTEURS INSTITUTIONNELS



## L'AGENCE DE L'ENVIRONNEMENT ET DE LA MAÎTRISE DE L'ÉNERGIE

**L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. Afin de leur permettre de progresser dans leur démarche environnementale, l'Agence met à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public, ses capacités d'expertise et de conseil. Elle aide en outre au financement de projets, de la recherche à la mise en œuvre.**

L'objectif de l'ADEME est de contribuer au déploiement opérationnel de l'éco-conception au sein des entreprises pour la rendre accessible au plus grand nombre en valorisant les réalisations concrètes.

Le cœur de la démarche est l'évaluation des impacts environnementaux des produits sur l'ensemble de leur cycle de vie. C'est pourquoi l'Agence a poussé et accompagne la mise en œuvre de l'affichage environnemental sur les produits de grande consommation. Cette mesure incite les metteurs sur le marché à évaluer et à rendre publics les impacts environnementaux de leurs produits. Le fait de les connaître et de les afficher va les inciter à agir pour les améliorer.

Pour passer à l'action et améliorer les impacts des produits mis sur le marché, l'ADEME soutient les entreprises à différentes étapes clés.

Les travaux de recherche que l'ADEME finance permettent de lever des verrous technologiques ou méthodologiques, notamment ceux identifiés par un groupe d'experts lors de la rédaction

de la feuille de route stratégique « Produits, procédés et services éco-conçus ».

Grâce à l'Annuaire de l'éco-conception récemment publié et à l'animation territoriale de ses directions régionales, l'action de l'Agence facilite la mise en contact avec le (ou les) bon(s) interlocuteur(s) et l'accès à l'information. Elle permet également de financer l'accompagnement d'une démarche par un bureau d'études.

L'ADEME aide les entreprises à valoriser leur démarche d'éco-conception auprès de leurs clients en soutenant l'Écolabel Européen et en recensant les logos environnementaux existants. Enfin, elle soutient les démarches d'achats éco-responsables, avec notamment la Boîte à Outils Achats Responsables.

L'ADEME est un établissement public sous la tutelle du ministère de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer et du ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche.

[www.ademe.fr](http://www.ademe.fr)

### L'ANNUAIRE D'ÉCO-CONCEPTION DE L'ADEME

L'ADEME a recensé les divers outils liés à l'éco-conception et a créé « l'Annuaire de l'éco-conception ». Il permet aux entreprises qui souhaitent se lancer dans une démarche d'éco-conception de trouver des professionnels qui les accompagneront techniquement et/ou financièrement, des formations qui traitent de l'éco-conception, ainsi que nombre de guides, outils méthodologiques et témoignages d'entreprises. Cet annuaire a pour but de centraliser l'information pertinente relative à l'éco-conception afin de diffuser les bonnes pratiques.



## LES PRIX ENTREPRISES ET ENVIRONNEMENT

Créés en 1987, les prix Entreprises & Environnement récompensent chaque année des entreprises ayant à leur actif des réalisations remarquables dans les domaines de l'environnement, de la biodiversité et du développement durable, participant ainsi à la transition écologique.

Organisés par le ministère de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer et l'ADEME, ces prix récompensent chaque année une quinzaine de lauréats sélectionnés parmi plusieurs centaines d'entreprises candidates.

Le prix Écoproduit récompense les produits ou services apportant des progrès dans le sens du développement durable.

Sont pris en compte, en particulier, les efforts de l'entreprise pour réduire les impacts environnementaux tout au long du cycle de vie du produit ou du service.

Parmi les gagnants des années précédentes, dans la catégorie « Écoproduit pour le développement durable », nous pouvons citer :

### PRIX ÉCOPRODUIT 2010

#### BOURGEOIS POUR SON FOUR MIXTE ÉCO-CONÇU ZÉNITH

Bourgeois est le premier fabricant d'équipements de grande cuisine à s'être engagé dans une démarche globale d'éco-conception. L'objectif visé consistait à améliorer le rendement d'un four mixte, à réduire sa consommation en énergie mais aussi à mieux informer l'utilisateur. Aux innovations techniques en matière d'isolation et de régulation s'ajoute un compteur qui permet à l'utilisateur de suivre ses consommations (lesquelles dépendent du mode de cuisson choisi).



### PRIX ÉCOPRODUIT 2011

#### MAISONS DU MONDE POUR LE CANAPÉ ÉCO-CONÇU ROMA

Maisons du Monde est un importateur et distributeur d'articles de décoration



et de mobilier, représentant 220 points de vente en Europe. Par rapport à l'ancienne version du canapé, les réductions d'impacts environnementaux obtenues tout au long du cycle de vie sont notables : une réduction de 12 % des émissions de gaz à effet de serre, de 9 % du potentiel de destruction de la couche d'ozone, de 22 % de l'eutrophisation de l'eau, de 33 % de l'acidification atmosphérique, de 84 % de l'écotoxicité aquatique, de 50 % de la création d'ozone photochimique dans l'air, de 15 % de l'épuisement des ressources naturelles, de 24 % de l'écotoxicité terrestre et de 16 % de l'écotoxicité de l'air, ainsi qu'une réduction de 21 % de la consommation d'eau.

## LES 5 CATÉGORIES DE PRIX

- Écoproduit pour le développement durable
- Innovation dans les technologies
- Économie circulaire
- Management et initiatives pour le développement durable
- Biodiversité et entreprises

### PRIX ÉCOPRODUIT 2012

DOREL FRANCE POUR LA GAMME DE TROIS BIBERONS ÉCO-CONÇUS NATURAL COMFORT

Dorel Inc. est une société de classe mondiale dans les secteurs des produits de puériculture et des bicyclettes. La nouvelle gamme de biberons Natural Comfort de Bébé Confort® a fait l'objet d'une démarche d'éco-conception. La quantité de matière plastique utilisée a été réduite de 20% et son impact environnemental réduit de 24% en moyenne sur les divers indicateurs d'ACV (hors étape d'utilisation).



### PRIX ÉCOPRODUIT 2013

CMC MALONGO POUR LA MACHINE À CAFÉ ÉCO-CONÇUE EK'OH

Malongo est connu pour ses cafés issus du commerce équitable. La machine Ek'Oh est fabriquée en Europe (à 80% en France), avec des matériaux résistants et recyclables. Elle est entièrement démontable et recyclable à 75%. Elle est économe en énergie: 45% de réduction de consommation électrique par rapport aux machines les plus performantes du marché.

### PRIX ÉCOPRODUIT 2014

FELOR POUR ALGO, LA PREMIÈRE GAMME DE PEINTURES À BASE D'ALGUES

Depuis 1970, la société Felor fabrique des peintures, essentiellement pour les secteurs de l'industrie et du bâtiment. Les peintures traditionnelles en phase aqueuse contiennent jusqu'à 65% de substances d'origine pétrolière. Destinée à la fois aux professionnels et au grand public, la gamme Algo est quant à elle fabriquée à 98% à partir de substances biosourcées (algues marines). Elle n'émet qu'à peine 1g/L de composés organiques volatils (COV), alors que l'Écolabel Européen (qu'elle a par ailleurs obtenu) pose une limite de 30 g/L sur ce critère. Une analyse de cycle de vie a été réalisée (Fiche de Données Environnementales et Sanitaires, ou FDES) et le produit a obtenu le pictogramme A+ pour les émissions de COV.





## DES FORMATIONS À LA RSE

L'éco-conception est une pratique de responsabilité sociétale d'entreprise parmi les plus abouties. C'est pourquoi Bpifrance promeut ce type d'actions responsables dans le cadre des formations à la RSE qu'elle propose aux PME qu'elle accompagne financièrement. Ces formations, spécialement adaptées aux PME, sont conçues en tenant compte des contraintes, notamment de coûts et de temps, auxquelles ces entreprises et leurs dirigeants ont à faire face. Elles incluent l'identification des enjeux pour chaque entreprise participante, dans le cadre d'un diagnostic de sa maturité RSE, et aboutissent à l'éta-

blissement par chacune d'elles d'un plan d'actions. Elles intègrent également l'apprentissage d'une communication réaliste et de qualité vis-à-vis des parties prenantes, en particulier des donneurs d'ordres. Par ailleurs, dans son activité même, en particulier d'investissement, Bpifrance intègre dans son analyse des dossiers une étude des critères environnementaux, sociaux, sociétaux et de bonne gouvernance. Elle le fait, non dans une perspective d'exclusion des entreprises qui ne satisferaient pas à certains niveaux d'exigence, mais plutôt dans une logique d'incitation à progresser et d'accompagnement des entreprises.

[www.bpifrance.fr](http://www.bpifrance.fr)

Contact :  
[didier.havette@bpifrance.fr](mailto:didier.havette@bpifrance.fr)



## UN CENTRE DE RESSOURCES SUR L'ÉCO-CONCEPTION

La première Chambre de commerce et d'industrie (CCI) à avoir sensibilisé et accompagné les entreprises à l'éco-conception est la CCI Saint-Etienne-Montbrison, en recrutant dès 2002 un ingénieur expert en éco-conception. En 2009, la chambre crée l'association nationale Pôle Éco-conception et Management du Cycle de Vie, acteur français majeur de l'accompagnement à l'éco-conception.

Le Pôle est le principal centre de ressources des CCI sur l'éco-conception. Une quarantaine de CCI y adhèrent et agissent comme centres-relais de celui-ci sur tout le territoire fran-

çais, avec des conseillers formés à l'accompagnement des entreprises à l'éco-conception, et proposent un pré-diagnostic développé par les Pôles.

Enfin, les CCI du Nord-Est et les CCI du Nord-Ouest de la France ont constitué en partenariat avec les autres acteurs de l'éco-conception respectivement un « Réseau Éco-conception Nord-Est » (RENE - régions Alsace, Bourgogne, Champagne-Ardenne, Franche-Comté et Lorraine) et un « Réseau Éco-conception Nord-Ouest » (RENO - régions Bretagne, Basse Normandie, Centre, Pays de la Loire et Poitou-Charentes).

[www.cci.fr](http://www.cci.fr)

Contact :  
[je.starlander@ccifrance.fr](mailto:je.starlander@ccifrance.fr)

## 2. ACTEURS PRIVÉS



### UNE ASSOCIATION POUR VALORISER LES BONNES PRATIQUES

Orée, association multi-acteurs créée en 1992, rassemble entreprises, collectivités territoriales, associations, organismes académiques et institutionnels pour développer une réflexion commune sur les meilleures pratiques environnementales et mettre en œuvre des outils pratiques pour une gestion intégrée de l'environnement à l'échelle des territoires. L'action d'Orée se reflète à travers ses trois priorités : biodiversité et économie, reporting/RSE et affichage environnemental, économie circulaire (éco-conception, écologie industrielle et territoriale, recyclage et économie de fonctionnalité).

En 2010, Orée crée la plateforme internet Éco-conception qui s'adresse aux très petites, petites et moyennes entreprises et industries, et plus largement à toute organisation quelles que soient sa taille et sa vocation, désirant s'engager dans un tel projet ou tout simplement découvrir ce sujet (contexte normatif, rôle de l'ensemble des métiers de l'entreprise, retours d'expérience). La plateforme permet de découvrir, en toute autonomie, cette démarche, ou d'accompagner les entreprises dans leur progression. Elle est composée de trois parties interactives : présentation du sujet, application et retours d'expérience.

En 2012, Orée publie le guide Éco-socio-conception « Animer le lancement d'une démarche d'éco-conception pour améliorer la compétitivité des entreprises » réalisé en partenariat avec le Centre des Jeunes Dirigeants (CJD) et avec le support technique d'Evea et Gingko 21. Ce guide s'adresse à toute entreprise qui souhaite initier une démarche d'éco-conception en « mode projet » (étapes clés, outils et fiches pratiques illustrées).

[www.ecoconception.oree.org](http://www.ecoconception.oree.org)



### UN ACCOMPAGNEMENT DANS LA MUTATION DES FILIÈRES

Portée par le cd2e\*, la plateforme [avnir] est un centre de ressources collaboratif dont la mission est d'initier et d'accompagner la mutation des filières en leur proposant de nouveaux modèles de développement fondés sur la Pensée Cycle de Vie, pour la recherche d'une performance globale.

Située dans le Nord Pas-de-Calais mais à visée nationale et internationale, la plateforme [avnir] travaille dans une dynamique collaborative avec les pôles et clusters, l'enseignement supérieur, les laboratoires et les institutionnels.

[www.avnir.org](http://www.avnir.org)

\* Le centre de développement des éco-entreprises ou cd2e est un organisme d'animation sectorielle créé dans le domaine des éco-entreprises dans le Nord Pas-de-Calais.



eco-design institut

## pôle éco-conception

### LE PÔLE NATIONAL ÉCO-CONCEPTION ET MANAGEMENT DU CYCLE DE VIE

Le Pôle Éco-conception & Management du Cycle de Vie est le centre de ressources national sur les meilleures pratiques en développement de produits soutenu par l'ADEME. Il intègre l'environnement, la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) et l'économie circulaire.

L'éco-conception est une pratique de plus en plus répandue dans les entreprises. Mais une question fondamentale subsiste et pour laquelle nous n'avons pas de réponse précise, jusqu'à ce jour : l'éco-conception est-elle rentable ?

S'il est généralement perçu que la protection de l'environnement se fait au détriment de la rentabilité de l'entreprise, ce n'est pas le cas avec l'éco-conception.

- La marge bénéficiaire des produits éco-conçus est supérieure comparativement à celle des produits conventionnels.
- Pour 96 % des répondants, l'éco-conception a un effet positif ou neutre sur les profits de l'entreprise.
- Pour une grande majorité d'entreprises, la démarche d'éco-conception a engendré d'autres retombées positives.
- Grâce à leur démarche d'éco-conception, les entreprises ont réussi à améliorer en moyenne deux aspects fonctionnels du produit, par exemple, la contribution du produit à l'amélioration de la qualité de vie.

Ainsi, du point de vue de la société, l'éco-conception est une solution gagnant-gagnant, car elle engendre des gains environnementaux, bénéfiques pour tous, sans impact négatif sur la rentabilité.

[www.eco-conception.fr](http://www.eco-conception.fr)

**Pour demander une copie de l'étude sur la rentabilité de l'éco-conception : [contact@eco-conception.fr](mailto:contact@eco-conception.fr)**



### LE PROTOTYPAGE DES OBJETS ÉCO-CONÇUS

L'APÉ DÉC, est un Fab Lab pour l'éco-conception à destination des professionnels de l'écodesign et de l'éco-conception.

Ouvert depuis février 2014 sur le site industriel de Mozinor à Montreuil, l'éco-design Fab Lab est un atelier partagé permettant à tout un chacun de prototyper voire de fabriquer des objets éco-conçus, constitués en majorité de matériaux récupérés sur le site lui-même.

L'APÉ DÉC développe plusieurs actions autour de la fabrication traditionnelle et numérique :

- accueil de particuliers débutants ou confirmés,
- cours participatifs pour les universités et écoles d'ingénieurs,
- master class : mise en avant et accompagnement de jeunes talents designers,
- fabrique de quartier : sous-traitance de projets en usinage numérique ou traditionnel,
- team building et comaking : développement du design thinking pour les PME,
- valorisation par l'upcycling wde déchets d'activité économique,
- événements autour de l'économie circulaire et de l'écodesign.

[www.apedec.org](http://www.apedec.org)



## L'ASSOCIATION FRANÇAISE DE NORMALISATION

L'association française de normalisation (AFNOR) est l'organisme officiel français de normalisation. L'AFNOR édite la collection des normes NF.

L'AFNOR a publié un guide pratique en 2013 sur la mise en place d'une démarche d'éco-conception.

L'éco-conception, les méthodes, les outils, font tous référence à des normes internationales ISO 14040 et ISO 14044. Les PME françaises ont souhaité publier un document très pratique pour

vulgariser le concept et expliquer la méthode. La norme NF X 30-264, prenant effet au 2 février 2013, fournit des lignes directrices pour tout type d'entreprise, quelle que soit sa taille, et en particulier les TPE et les PME qui souhaitent initier une démarche d'éco-conception. Elle propose une méthodologie pragmatique de mise en place d'une démarche d'éco-conception et permet notamment une appropriation (démarche, acteurs, outils...) de l'éco-conception au sein de l'entreprise.

[www.afnor.org](http://www.afnor.org)



## LE CENTRE TECHNIQUE DES INDUSTRIES DE LA MÉCANIQUE

Le secteur de la mécanique est engagé depuis de nombreuses années sur le thème de l'éco-conception. Le Cetim, la Fédération des Industries de la Mécanique (FIM), ses syndicats professionnels et l'Union de la Normalisation de la Mécanique (UNM), ont collaboré pour faire de cette thématique une opportunité de développement pour les fabricants de produits, à travers de nombreux projets de R&D.

Aujourd'hui, bon nombre d'outils sont disponibles, parmi lesquels certains difficilement utilisables dans une TPE-PME. C'est pourquoi il convient avant de se lancer dans une telle démarche de bien clarifier les objectifs recherchés. Cela permettra de choisir ceux qui garantiront la réussite du projet et l'adhésion des équipes. Le Cetim a

développé des outils dédiés aux PME pour leur permettre une appropriation adaptée et progressive. Il convient de citer la méthode d'éco-conception des produits de la mécanique, reconnue au plan international (CEN/TS 16524, reprise en norme française sous la référence NF E 01-005) et l'outil ATEP qui permettent une intégration réaliste et pragmatique de l'environnement. Le chef de projet peut ainsi structurer son développement en conservant ses habitudes tout en intégrant la « dimension environnementale ». En complément, ces outils conduisent à voir les produits avec un autre angle de vue, ce qui permet de faire émerger des concepts novateurs.

Enfin, les bureaux d'études éprouvent des difficultés pour évaluer leurs choix

de conception en regard des enjeux environnementaux. Pour cela, le Cetim a développé des données sur les matériaux, procédés... Les concepteurs sont ainsi en mesure de comparer diverses solutions techniques pour déterminer celle présentant le moindre impact. Il ne reste plus qu'à intégrer les autres critères (coût, performance...) pour trouver le meilleur compromis.

Ces données ont été publiées par l'AFNOR sous la forme FD E 01-008 fin 2014.

[www.cetim.fr](http://www.cetim.fr)

Contact : [sqr@cetim.fr](mailto:sqr@cetim.fr)

# C.

# NOS FÉDÉRATIONS EN ACTION

Parmi les adhérents de la CGPME, certaines fédérations témoignent de leur engagement à la diffusion de l'éco-conception.



## CONSEIL NATIONAL DES PROFESSIONS DE L'AUTOMOBILE

**Le Conseil National des Professions de l'Automobile (CNPA) est une organisation patronale qui défend les intérêts des entreprises de la distribution et des services de l'automobile en France. Ce secteur représente 110 000 entreprises et 405 000 salariés.** Le CNPA représente les chefs d'entreprises, des grands groupes aux très petites entreprises.

Le CNPA développe un pôle d'études sur les déchets de l'automobile. La fédération cherche à généraliser la dépollution et la récupération systématique des produits polluants issus des automobiles. Le CNPA développe également, avec le Groupement National Formation Automobile (GNFA) une formation à la gestion de l'environnement dans l'après-vente automobile, et travaille

à la mise en place du management de l'environnement (plan environnement Entreprise certification ISO 14 000) pour les professionnels de l'automobile.

Plus spécialement, dans le secteur des recycleurs d'automobile, la branche Recycleurs du CNPA propose un kit de communication (affiches, dépliants, cartes postales) sur les pièces de réemploi. La pièce de réemploi est une pièce détachée d'occasion qui peut être utilisée dans le cadre de réparations sur un véhicule endommagé ou lors de l'entretien courant d'un véhicule. La réutilisation est la forme de recyclage la plus vertueuse pour l'environnement. La pièce de réemploi permet de limiter les émissions de CO<sub>2</sub> dégagées par la production de pièces neuves.

[www.cnpa.fr](http://www.cnpa.fr)





### PROFLUID (MEMBRE DE LA FIM)

**Profluid, l'association française des pompes et agitateurs, des compresseurs et de la robinetterie regroupe une centaine de sociétés présentes sur le territoire français à travers une petite centaine d'implantations industrielles et emploie environ 15 000 personnes.**

Les adhérents de Profluid sont à la fois des PME (une trentaine), des ETI et des groupes internationaux. Pour tous les produits couverts, pompes et agitateurs, compresseurs et robinetterie, l'éco-conception est une nécessité pour répondre aux demandes des clients sur l'empreinte environnementale des produits (notamment dans le secteur du bâtiment) mais aussi pour anticiper les exigences de la directive éco-conception ou encore pour préparer la mise en œuvre de la « responsabilité élargie du producteur ».

Afin d'aider les PME du secteur à répondre à ces défis, la profession est engagée depuis de nombreuses années dans une démarche d'éco-conception des produits qui s'est concrétisée par plusieurs réalisations telles que :

- L'élaboration d'une méthode d'éco-conception avec le Cetim (Centre Technique des Industries Mécaniques) et l'UNM (Union de Normalisation de la Mécanique), portée au niveau européen par un comité de normalisation, le CEN/TC 406, présidé par un adhérent de Profluid. Cette action s'est concrétisée par la diffusion de la norme CEN/TS 16524.
- La mise en place volontaire d'un Label énergétique européen sur les circulateurs de chauffage.

Cette action s'est concrétisée par le développement de la part de marché des produits « classe A » passant de 5 % en 2006 à plus de 40 % avant l'arrivée d'un règlement européen imposant le niveau « label A » au 1<sup>er</sup> janvier 2013.

- La participation à la démarche d'éco-conception de la Commission européenne avec la directive « Écodesign » ou « ERP » 2009/125/CE.
- La rédaction de normes, réalisation d'études statistiques au sein de nos comités européens Europump, CEIR et Pneurop (respectivement pour les pompes, robinetterie et compresseurs).
- La présidence par Profluid d'un groupe de coordination transverse au sein de l'AFNOR ayant pour but d'aider toutes les professions concernées par cette directive.
- La participation active aux études préparatoires spécifiques à nos produits sur les pompes, la robinetterie et les compresseurs.
- La diffusion des connaissances en éco-conception et affichage environnemental au sein de la profession et en particulier auprès des PME à travers des conférences, rédaction de guides et documents, réunions de travail.
- La rédaction de FDES (Fiches de Déclarations Environnementales et Sanitaires) pour la robinetterie au sein de la commission professionnelle du Cetim.

Les industriels, adhérents de Profluid, déclinent au niveau de leurs bureaux d'études les méthodologies mises au point collectivement.

[www.profluid.org](http://www.profluid.org)



## FÉDÉRATION DES ENTREPRISES DU RECYCLAGE

**La Fédération des entreprises du recyclage rassemble plus de 1300 sites adhérents, professionnels du recyclage et de la valorisation. Ses différentes actions vont de la promotion du recyclage et de ses métiers, à la représentation, l'information et l'accompagnement des adhérents.**

L'éco-conception est une étape importante de l'économie circulaire car elle impacte l'ensemble du cycle de vie du produit : de sa conception à sa fin de vie. Pour les professionnels du recyclage, ce sujet est important. En effet, s'il s'agit avant tout de prévention (allongement du cycle de vie, réparabilité...). Cela impacte directement les recycleurs qui doivent, en bout de chaîne, traiter le déchet en le valorisant au maximum. Aussi, la manière dont est conçu un produit concerne aussi les industriels qui sont en charge de sa fin de vie.

Ce sujet est abordé dans le livre blanc réalisé en juin 2014 par Federec, la fédération des entreprises du recyclage. Au-delà de la recyclabilité des produits en fin de vie, la fédération rappelle l'importance d'analyser la possibili-

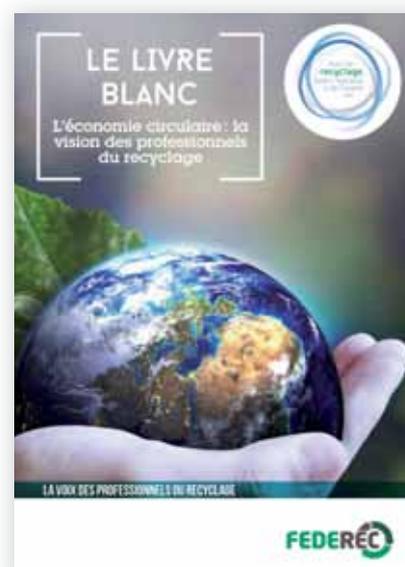
té d'intégrer des matières recyclées dès l'étape de conception des produits (proposition n°2 du livre blanc : économie circulaire, la vision des professionnels du recyclage). Augmenter le taux d'utilisation de matières recyclées est un des facteurs clés du recyclage et de l'économie circulaire.

Les recycleurs peuvent apporter conseils et expertises sur la conception du produit sur deux principaux aspects :

- La recyclabilité : les entreprises du recyclage connaissent les éléments perturbateurs de tri et les refus de tri, ils peuvent donc travailler de concert avec les producteurs pour réduire cette fraction à son minimum.
- L'intégration de matières recyclées : les entreprises du recyclage sont capables de produire une matière première de qualité à partir de déchets sur la base d'un cahier des charges répondant aux besoins des industriels producteurs.

Les dialogues entre recycleurs et producteurs doivent alors être facilités.

[www.federec.org](http://www.federec.org)



FÉDÉRATION DE LA PLASTURGIE  
ET DES COMPOSITES



## FÉDÉRATION DE LA PLASTURGIE ET DES COMPOSITES

**La Fédération de la Plasturgie et des Composites est une organisation représentative du secteur de la transformation des matières plastiques avec 3 800 entreprises et 136 000 salariés issus principalement de PME.**

La fédération, par l'intermédiaire de son centre de formation en apprentissage (CIRFAP) et de son Plastic Écodesign Center (PEDC), en partenariat avec l'université Claude Bernard Lyon 1 (licence pro) et l'université de Bourgogne (master), ont créé et mis en place des formations supérieures en apprentissage alliant compétences en plasturgie et éco-conception. Elles répondent à un besoin révélé par les résultats d'une étude

En 2008, le cabinet KPMG, mandaté par le CIRFAP, a en effet réalisé une étude de marché sur les besoins en éco-conception des industriels de la plasturgie en interrogeant 26 experts et en contactant plus de 85 entreprises.

Après validation des différentes commissions universitaires et l'habilitation du ministère de l'Éducation, la 1<sup>ère</sup> rentrée du master a eu lieu en septembre 2012, alors que la licence professionnelle était lancée à la rentrée 2013.

La licence pro et le master « Éco-conception et matières plastiques » sont des formations professionnalisantes, en alternance, pour lesquelles l'étudiant a un statut d'apprenti. Le but de ces formations est d'allier les savoir-faire de la plasturgie à la pratique de l'éco-conception :

- Éco-conception : connaissance et mise en œuvre des méthodes et outils d'éco-conception et d'analyse de cycle de vie, choix des matériaux, fin de vie des matériaux : durabilité, modes de vieillissement, techniques et filières de valorisation...
- Matières plastiques : structures, propriétés, analyses et caractérisations des polymères, procédés industriels, techniques de transformation, conception, modélisation...

Depuis qu'elles ont été lancées, ces formations ont été suivies par 34 apprentis qui ont été accueillis par des entreprises couvrant des secteurs de la plasturgie très divers (automobile, BTP, médical, emballages...) telles que Faurecia, CGL Pack, Nicoll, Rovipharm, Tupperware, A Raymond...

[www.laplasturgie.fr](http://www.laplasturgie.fr)



## FÉDÉRATION PROFESSIONNELLE DES ENTREPRISES DU SPORT ET DES LOISIRS

**La Fédération Professionnelle des entreprises du Sport et des loisirs représente les entreprises spécialisées dans la fabrication et le commerce des articles de sport, le commerce de cycles et les services associés.**

Elle rassemble plus de 1 320 entreprises exploitant 2 760 établissements qui emploient 55 000 salariés et réalisent 7,6 milliards d'euros de chiffre d'affaires. La FPS représente officiellement le secteur spécialisé sport, ses grandes enseignes, ses marques et ses commerces auprès des Pouvoirs Publics, des médias, des institutions, des partenaires et organismes sociaux, des centres de formation et techniques. À ce titre, elle négocie et signe les conventions collectives du secteur.

Depuis 2011, la FPS est signataire d'une convention « Sport et Environnement » avec le ministère des Sports et de l'Environnement qui matérialise son engagement en faveur du développement durable. La FPS a notamment rédigé le premier guide du magasin éco-responsable (2008) et animé le G10 de la plateforme d'affichage environnemental de l'ADEME, qui a permis l'élaboration de 7 référentiels produits. À travers sa commission RSE, qui regroupe les responsables développement durable des professionnels du secteur, la FPS propose

et formule des recommandations à l'attention de ses adhérents : un code de conduite sectoriel, régissant les relations entreprises/sous-traitants, a été rédigé en 2014. Elle organise également des événements qui permettent le travail collectif et l'échange de bonnes pratiques (conférence RSE du 4 juin 2014 à Lyon).

Elle valorise les initiatives innovantes (éco-conception notamment) et distingue les démarches les plus engagées en matière de développement durable à travers un prix « Sport et Environnement » dont la première édition a eu lieu à la rentrée 2015.

[www.entreprisesdusport.com](http://www.entreprisesdusport.com)





## FÉDÉRATION DES INDUSTRIES ÉLECTRIQUES, ÉLECTRONIQUES ET DE COMMUNICATION

**La FIEEC est une fédération de l'industrie qui rassemble 26 syndicats professionnels dans les secteurs de l'électricité, de l'électronique et du numérique (biens de consommation, biens intermédiaires et biens d'équipement).**

Les secteurs qu'elle représente regroupent près de 3 000 entreprises (dont 87 % de PME et d'ETI), emploient 420 000 salariés et réalisent plus de 98 milliards d'euros de chiffre d'affaires sur le territoire national dont 40 % à l'export.

Les caractéristiques environnementales des produits sont parties intégrantes des préoccupations des producteurs d'équipements électriques et électroniques depuis près de vingt ans.

Dès 1996, un groupe de travail d'industriels est constitué au sein de la FIEEC, avec le support de l'ADEME. Il donnera naissance en 1998 au logiciel EIME et à la base de données associée. Le logiciel EIME permet la modélisation de l'empreinte environnementale multi-critères, sur l'ensemble du cycle de vie des produits électriques et électroniques et donc la quantification de leurs impacts environnementaux. Il est aujourd'hui développé et maintenu par Bureau Veritas CODDE. Cet outil est utilisé par de nombreuses entreprises pour leur démarche d'éco-conception ou d'évaluation d'impacts environnementaux.

En 2009, capitalisant sur leurs savoir-faire en éco-conception, les professions du domaine électrique et électronique ont créé le programme international de référence PEP Ecopassport® pour déclarer les impacts environnementaux des produits électriques, électroniques et de génie climatique. Basées sur les référentiels internationaux de déclarations environnementales (ISO 14025) et d'analyse de cycle de vie (série des normes ISO 14040) les plus exigeantes, les données ainsi communiquées permettent de répondre aux besoins des marchés à plusieurs niveaux :

- répondre aux exigences réglementaires et normatives françaises et européennes,
- qualifier les produits que les prescripteurs intègrent dans les systèmes (bâtiments, infrastructures ou systèmes industriels),
- mettre en œuvre des démarches d'éco-conception, tant à l'échelle des équipements en tant que tels que des systèmes dans lesquels ces derniers s'intègrent.

[www.fieec.fr](http://www.fieec.fr)

---

## CONCLUSION

---

La diffusion de la démarche d'éco-conception se heurte à quelques obstacles, comme la méconnaissance de certains enjeux, la perception d'une antithèse entre la compétitivité d'une entreprise et la protection de l'environnement, le manque de savoir-faire...

Pourtant l'éco-conception est, au contraire, une opportunité pour faire converger les priorités des acteurs industriels économiques et l'évolution de l'ensemble de la société vers un développement durable. Au-delà de l'objectif de réduction des impacts environnementaux des produits, une démarche d'éco-conception peut devenir un élément stratégique d'une entreprise ; elle permet d'anticiper et de respecter les réglementations environnementales, d'avoir un argument concurrentiel et de transformer des obstacles en opportunités.

Fondée sur la prise en compte de toutes les étapes du cycle de vie des produits ou des services, l'éco-conception est possible quelle que soit la taille de l'entreprise. De nombreuses TPE-PME se sont déjà lancées dans l'éco-conception de leurs produits ou de leurs services, à l'image des témoignages que nous avons réunis dans ce guide.

De nombreux accompagnements sont disponibles. L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME) soutient techniquement et financièrement des projets, et de nombreuses associations et organisations (Bpifrance, association Orée...) encouragent les entreprises à développer une démarche d'éco-conception. Enfin, les fédérations professionnelles permettent d'allier une formation et une sensibilisation à l'éco-conception en tenant compte des spécificités de leur secteur professionnel.

### **Guillaume de Bodard**

Président de la Commission Environnement et Développement Durable de la CGPME



---

## Remerciements

### Entreprises

Sylvie Casenave-Péré (Posson Packaging)  
Thomas Wack (Renz)  
Nicolas Guillot (Savoie)  
Benjamin Baruteaud (T3L Group)  
Bruno Rost (Worldcast Systems)  
Renaud Antoine (Servinox)  
Christophe Bonnin (Les Charpentiers de l'Atlantique)  
Christelle Vacher (Bourgeois)  
Laurent Prat (Sécurlite)  
Philippe François (François-Tourisme-Consultants)

### Acteurs institutionnels

Fabienne Benech (ADEME)  
Myriam Puaut (ADEME)  
Jean-Paul Ventère (MEEM)  
Anne Guillou (MEEM)  
Didier Havette (Bpifrance)  
Jan-Erik Starlander (CCI France)

### Acteurs privés

Alice Sarran (Orée)  
Alice Salaman (Avnir)  
Samuel Mayer (Pôle Éco-conception et Management du Cycle de Vie)  
Philippe Schiesser (APEDEC)  
Hervé Ross-Carré (AFNOR)  
Lionel Meleton (Cetim)

### Fédérations

Dorothee Decrop (CNPA)  
Laure Helard (Profluid)  
Nora Megder (FEDEREC)  
Marc Madec (Fédération de la Plasturgie et des Composites)  
Jean-Philippe Frey (FPS)  
Florence Monier (FIEEC)

**Élaboration et rédaction :** Sébastien Faure

**Relecture et supervision :** Sandrine Bourgogne

**Conception et création :** l'Agence Planète

### Contacts CGPME

Sandrine Bourgogne - [sbourgogne@cgpme.fr](mailto:sbourgogne@cgpme.fr)  
Florian Masseube - [fmasseube@cgpme.fr](mailto:fmasseube@cgpme.fr)  
Sébastien Faure - [sfaure@cgpme.fr](mailto:sfaure@cgpme.fr)



Mentions légales d'impression : ce document, conçu par l'Agence Planète, est imprimé sur du papier PEFC, certification qui garantit une gestion durable de la forêt, par une imprimerie certifiée ISO 14001.



8-10 Terrasse Bellini  
92806 Puteaux cedex  
01 47 62 73 73  
[www.cgpme.fr](http://www.cgpme.fr)  
t @CGPMEnationale  
f CGPMEnationale