

ÉCOCONCEPTION : LES ENTREPRISES ONT TOUT À Y GAGNER !

Pour les entreprises, il devient crucial d'investir le champ de l'écoconception. Les outils et les accompagnements existent. L'affichage environnemental se développe. L'approche est rentable et permet de se différencier, tout prenant de l'avance sur ses concurrents. Pour tous, le concept est largement gagnant-gagnant.

À lire dans ce dossier

ZOOM SUR...

Le numérique, économe en ressources et en énergie

P. 8

REGARDS CROISÉS

Au cœur de l'entreprise, une démarche collaborative abordable

P. 9

REPORTAGE

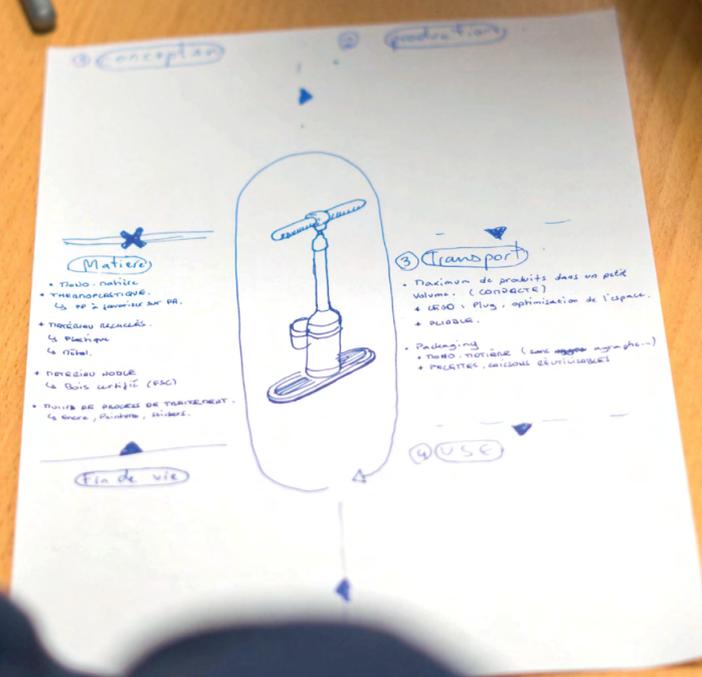
Altinova : des équipements vélo en mode éco

P. 10

AVIS D'EXPERT

Haute performance environnementale : un réflexe à acquérir très tôt

P. 11



PLUS PERFORMANTS GRÂCE À L'ÉCOCONCEPTION

La contribution majeure des ménages aux émissions de gaz à effet de serre se cache dans les produits consommés au quotidien : dans leur fabrication, leur distribution, leur utilisation et leur fin de vie. L'adoption par les entreprises d'un modèle économique limitant les impacts environnementaux est essentielle.

L'essayer, c'est l'adopter... Entrer dans une démarche d'écoconception, c'est, pour une entreprise, initier une démarche d'amélioration continue, visant à réduire au maximum les impacts environnementaux de ses produits et services. « Le principe est d'intégrer les aspects environnementaux dès la

conception et le développement, tout en étant vigilant face aux éventuels transferts d'impacts, explique Raphaël Guastavi, chef de service adjoint au service Produits et efficacité matière, direction économie circulaire et déchets de l'ADEME. *Multicritère, basée sur l'analyse complète du cycle de vie des biens et services (ACV), cette approche permet de limiter les pollutions, d'économiser de l'énergie et des matières premières, réduisant ainsi la pression sur les ressources, l'environnement et les émissions de GES.* » Selon une étude de l'Agence publiée en 2017, elle peut permettre de diminuer les



Avec le fil d'actu, suivez l'info par courriel en vous inscrivant sur www.ademe.fr/ademeetvous-abonnement

- 30 %

DE RESSOURCES
CONSOMMÉES D'ICI À 2030
(FEUILLE DE ROUTE DE
L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE).

70 %

DES ÉMISSIONS DE GES
SONT LIÉES À LA
FABRICATION, LE
TRANSPORT ET LA FIN
DE VIE DES PRODUITS
(BIENS ET SERVICES).

52 %

DES CONSOMMATEURS
AFFIRMENT SOUHAITER
CONSOMMER MIEUX,
ET LA MOITIÉ DES
CONSOMMATEURS SE
DÉCLARENT PRÊTS À
PAYER 20 % PLUS CHER
UN PRODUIT MIEUX
NOTÉ DANS LE CADRE
DE L'AFFICHAGE
ENVIRONNEMENTAL.

coûts de production (jusqu'à 20 % dans certains cas), mais surtout d'accroître systématiquement la valeur d'usage des produits, d'augmenter le chiffre d'affaires (de 7 % à 18 %), et de prendre de l'avance sur la concurrence. Structurante en termes d'organisation, positive pour la réputation de la marque, cette démarche renforce également l'engagement des salariés, leur cohésion et leur montée en compétences.

DANS LES POLITIQUES PUBLIQUES

Conscients de ces atouts, mais également soumis à des exigences environnementales plus fortes de la part de leurs clients, les dirigeants sont de plus en plus nombreux à se lancer dans l'écoconception. Depuis quelques années, l'État s'est également saisi plus largement du sujet, inscrit en filigrane dans sa « feuille de route économie circulaire ». Par l'introduction progressive d'outils économiques comme l'écomodulation des éco-contributions dans les filières REP, il incite ainsi les fabricants à allonger la durée de vie de leurs produits, à améliorer leur réparabilité ou à intégrer davantage de matières recyclées. Depuis 2009, l'ADEME travaille en outre avec le Commissariat général au développement durable à mettre en œuvre l'affichage environnemental : un étiquetage environnemental des produits et services lui-même basé sur l'ACV. Aujourd'hui, cinq secteurs volontaires font déjà ce pari : l'habillement, l'ameublement, l'hôtellerie, les produits électroniques avec la Fnac-Darty et les produits alimentaires avec Casino.

« La surconsommation à prix bas, c'est fini. À la Camif, nous proposons au consommateur des valeurs différentes. Nous lui permettons de faire ses achats de manière responsable, en sélectionnant ses produits en fonction de critères transparents : lieu de fabrication, impact environnemental, critères sociaux... C'est un enjeu d'innovation et de différenciation. »

EMERY JACQUILLAT
PDG DE LA CAMIF

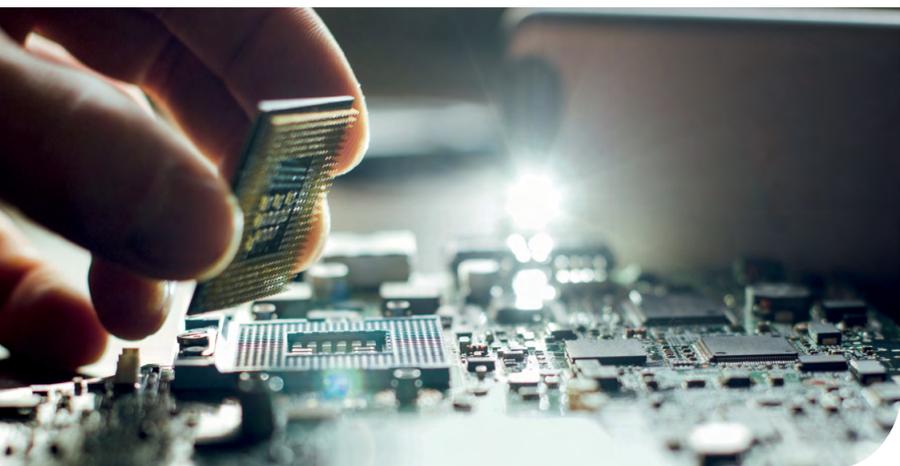
L'ADEME DÉVELOPPE LES EXPERTISES

Toutes ces démarches ne vont cependant pas de soi et nécessitent souvent un soutien technique et financier. Par le biais d'appels à projets et via ses directions régionales, l'ADEME accompagne donc les entreprises intéressées par ce mode de développement stratégique. A cet effet, elle multiplie aussi les partenariats : avec le pôle Écoconception, le C2DE, les CCI, les éco-organismes... De ces initiatives sont nés des guides méthodologiques mais aussi des outils opérationnels. Créée par l'ADEME, la Base Impacts® rassemble les données permettant d'évaluer les impacts de produits et services de grande consommation – électricité, chaleur, acier, textile, agriculture, plastiques, transports, fin de vie... – en termes d'effet de serre, de pollution de l'air et de l'eau, ou de consommation de ressources. Elle compte à ce jour plus de 12 000 inscrits. Adossé à la base Impacts®, le Bilan Produit® est un outil de sensibilisation et d'accompagnement à l'écoconception. Le succès du Bilan Produit® est exponentiel, notamment dans l'enseignement supérieur, avec plus de 30 modélisations par jour depuis début 2019. Rien d'étonnant : stimulée par la mise en œuvre de mesures comme l'indice de réparabilité ou du paquet Économie Circulaire de l'Europe, cette dynamique éco-conceptrice, source de création d'une éco-innovation française, a vocation à s'accélérer.

ÉCOLABEL EUROPÉEN : OÙ EN EST-ON ?

Label environnemental volontaire, soutenu par l'ADEME, l'Écolabel européen représente un repère pour aider le consommateur à identifier les produits les plus respectueux de l'environnement. Aujourd'hui, il figure sur quelque 5 000 produits et services en France, plus de 70 000 en Europe. Mais il est aussi un excellent outil d'écoconception dont se sont saisies plus de 500 entreprises françaises, issues de secteurs variés : hébergements touristiques, lessives, lubrifiants, papiers graphiques, terreau de jardinage... Dernier projet en cours : un référentiel pour les produits financiers.

LE NUMÉRIQUE, ÉCONOME EN RESSOURCES ET EN ÉNERGIE ?



© istock

Secteur en pleine croissance, le numérique est aussi un domaine où les impacts de ses activités, tout sauf virtuels, sont encore mal mesurés. L'ADEME se mobilise pour encourager l'écoconception en la matière.

Facilitateur de mobilité durable, pilier de la gestion des smart grids... Le numérique a longtemps bénéficié d'une image favorable en termes d'impact environnemental. Aujourd'hui, ce regard évolue lentement tandis que scientifiques et experts se penchent plus fortement sur la question de sa consommation en énergie et en ressources. Désormais, quelques chiffres circulent : 800 kg de matières premières mobilisées et 124 kg de CO₂ émis pour la fabrication d'un ordinateur de 2 kg, par exemple. Mais il reste difficile de mesurer l'impact réel des quelque 9 milliards d'appareils en circulation dans le monde, dont 2 milliards de smartphones, 45 milliards de serveurs et des milliards de mails échangés en une heure... « Les fabricants de matériel, concepteurs de logiciels ou fournisseurs de services n'ont pas particulièrement envie de communiquer sur ces sujets. Les réseaux sont complexes et les

technologies évoluent en permanence », explique Alain Anglade ingénieur spécialiste de ces technologies à l'ADEME. Menées ici ou là, depuis une quinzaine d'années, dans le cadre des projets soutenus par l'Agence en particulier, les expériences en écoconception logicielle montrent cependant leur efficacité pour réduire les impacts et augmenter la performance environnementale des programmes informatiques.

DE L'ÉVALUATION AUX SOLUTIONS

« Simplifier le codage des applications, alléger les programmes pour permettre à de

vieux ordinateurs de les utiliser, challenger l'accès à des petits datacenters locaux plutôt qu'au cloud... Il y a des choses à faire », affirme Alain Anglade. C'est pourquoi, de plus en plus, l'ADEME s'efforce de jouer le rôle d'accélérateur et de rassembler une communauté d'acteurs autour de ce thème afin d'enrichir leurs connaissances puis de permettre le développement d'outils, guides et méthodes facilitant l'écoconception des futures solutions numériques. Centré autour de l'écoconception en R&D, l'édition 2018 de son appel à projets Perfecto a ainsi fait une large place à cette thématique. Deux dispositifs étaient consacrés à l'indispensable évaluation, destinée à être largement partagée : élaboration d'un référentiel de la performance environnementale des solutions logicielles (Négaocet) et création d'un outil de mesure des impacts des logiciels sur les objets connectés (GreenLab for IoT). Les autres projets ont porté sur l'écoconception de solutions numériques innovantes : pour l'optimisation du cloud et pour le développement d'applications dans le cloud à faible consommation d'énergie – deux programmes complémentaires –, pour la diffusion de contenus multimédias en peer-to-peer... De quoi insuffler une nouvelle dynamique à ce secteur à fort enjeu, dont les impacts ne feront que s'accroître à l'avenir.

GREENCONCEPT : QUAND LES PME DEVIENNENT LEADERS

Les Gafam ne sont pas les seuls à devoir réduire leur impact environnemental. En 2017, en association avec l'ADEME, la région et le cluster Digital 113, la CCI d'Occitanie a fait le pari d'accompagner chaque année dix entreprises dans leurs démarches d'écoconception de services numériques, prioritairement des PME de moins de 50 salariés. Baptisée GreenConcept, l'opération s'appuie sur l'analyse du cycle de vie de leurs sites internet, applications, logiciels et autres objets connectés, afin d'identifier leurs principaux impacts puis se focaliser sur les améliorations à apporter, au niveau fonctionnel et technique. Grâce à l'optimisation de ses algorithmes, l'agence montpelliéraine de webmarketing BSWEB (édition 2018) a ainsi réduit de 75 % les impacts environnementaux de son service numérique et de moitié le temps de consultation de son service PriceComparator.



SAMUEL MAYER,
DIRECTEUR DU PÔLE
ÉCOCONCEPTION (CENTRE
NATIONAL SUR L'ÉCOCONCEPTION
ET LA PERFORMANCE PAR
LE CYCLE DE VIE)



RAFFAELE DUBY,
RESPONSABLE DÉVELOPPEMENT
DURABLE POUR L'OFFRE ET LA
CONCEPTION CHEZ DÉCATHLON



AU CŒUR DE L'ENTREPRISE, UNE DÉMARCHÉ COLLABORATIVE ABORDABLE

Pourquoi et comment intégrer l'écoconception à son management ? Avec quels soutiens ? Quelles perspectives ? La vision de deux experts impliqués dans cette démarche au quotidien.

Qu'est-ce qui pousse une entreprise à investir dans l'écoconception ?

Raffaele Duby : Décathlon conçoit la majorité de ses produits. Adopter une approche responsable sur l'ensemble de leur cycle de vie est cohérent avec notre volonté de rendre le sport accessible, dans un environnement sain. Cela fait plus de dix ans que nous intégrons l'écoconception dans notre organisation. Nous avons commencé avec le textile. Aujourd'hui, nous allons jusqu'à créer un éclairage sans batterie pour la course à pied. Cette notion fait sens pour les équipes. Elle a même changé la culture de l'entreprise.

Samuel Mayer : Avant de parler d'écoconception, au sein du pôle, nous écoutons l'entreprise. Nous essayons de comprendre ses besoins : mieux faire travailler les équipes ensemble, développer de nouveaux produits, innover... Très souvent, nous constatons que l'écoconception leur apporte des réponses entières ou partielles. Et au bout de la démarche, dans la majorité des cas, il y a de la création de valeur et un avantage concurrentiel.

Quels sont les freins à lever avant de se lancer ?

S. M. : Ceux, classiques, de la résistance au changement, du temps à investir, d'une nécessaire montée en compétence. Mais au fur et à mesure de l'intégration du concept, l'investissement s'allège. Une fois qu'elles s'engagent dans cette voie, rares sont les entreprises qui arrêtent. A contrario, celles qui ne font rien risquent, dans quelques années, de s'apercevoir que la demande de leurs clients a changé.

De quels outils disposez-vous ?

S. M. : Nous proposons un diagnostic aux entreprises pour déterminer leurs points forts – ils existent souvent sans que les managers en soient conscients – et les points à améliorer dans une perspective « cycle de vie ». Nous les aidons aussi à évaluer leur degré de maturité avec l'Eco-design Maturity Meter en ligne.

R. D. : Nous nous appuyons sur la base Impacts® de l'ADEME, à laquelle nous intégrons nos données. Chaque équipe de conception peut l'utiliser, de manière autonome, via notre propre outil d'écoconception, en fonction du cahier des charges

élaboré par le chef de produit. Mais nous avons aussi créé un réseau d'acteurs partout dans l'entreprise, capable de porter la démarche : éclairer les enjeux, fixer les objectifs, orienter notre activité en conséquence, connecter les acteurs, échanger avec les parties prenantes, rendre chacun proactif grâce aux outils et à la formation... Tout le monde, à son niveau est ainsi en mesure de se saisir de la démarche.

Quelles sont les clefs du succès ?

R. D. : Il est important d'identifier les personnes les plus motivées sur lesquelles s'appuyer, puis d'avancer sur des réalisations concrètes, des « quick wins », avant d'aborder des défis plus complexes. Bien sûr, cette approche, simplifiée au maximum, doit être intégrée à la stratégie pour que chacun agisse dans un cadre commun. Enfin, il est nécessaire de partager les réussites et de soutenir les plus actifs pour éviter qu'ils ne se découragent.

S. M. : Au-delà de la rentabilité et de la performance, il faut aussi que le produit ou service écoconçu apporte une valeur ajoutée au consommateur, pas une contrainte.



Plus d'infos :
> samuel.mayer@eco-conception.fr
> raffaele.duby@decathlon.com

ALTINNOVA : DES ÉQUIPEMENTS VÉLOS EN MODE ÉCO

Fondée en 2003 par deux ingénieurs passionnés de vélo et spécialisée dans les équipements cyclables, Altinnova a fait de l'écoconception et de l'amélioration continue sa marque de fabrique.



Baptisés Cigogne en raison de la simplicité de leur « livraison », les derniers abris vélo d'Altinnova, mobiles et photovoltaïques, sont installés dans une dizaine de gares en Bourgogne, comme Avallon ou Joigny. Une trentaine d'installations sont prévues au total.

Aller chercher toujours plus loin la performance environnementale, c'est l'un des moteurs - zéro carbone - de la vingtaine de collaborateurs d'Altinnova, spécialisée dans la conception, la fabrication et l'installation d'équipements cyclables : abris sécurisés, systèmes de stationnement, bornes de gonflage... Du commercial au transport en passant par le bureau d'études ou la fabrication, chaque service de la PME, implantée à Bonson, dans la Loire, fonctionne ainsi en mode écoconceptif. « Tout commence par l'écoute de nos clients, essentiellement des collecti-

+ 40 %
DE CROISSANCE À
L'INTERNATIONAL EN 2018

vités locales, explique Corinne Verdier, présidente de l'entreprise. *Autoportant et équipé de panneaux voltaïques, n'impliquant donc ni travaux ni branchement électrique, notre dernier modèle d'abri pour vélos est par exemple né de la nécessité de redéployer l'équipement lorsque le lieu*

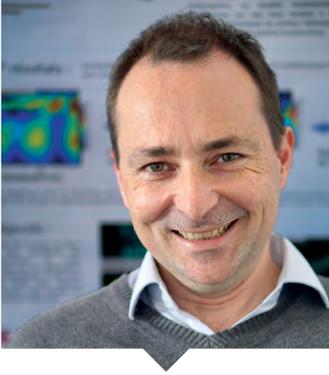
choisi ne s'avère pas pertinent. La structure se déplace alors sans travaux ni gaspillage... » Une fois le concept développé, le bureau d'études a pris le relais pour déterminer le choix des matériaux, locaux si possible : inox à haut degré de recyclabilité, peinture sans solvant, bois des forêts du Massif central... La réflexion a été poussée jusqu'à optimiser la taille des abris afin de pouvoir les transporter par deux, sur un petit camion et sans emballage.

ÉVALUATION SYSTÉMATIQUE

En 2016, Altinnova a par ailleurs investi plus de 2 millions d'euros pour installer sa propre tôlerie industrielle, sur son site, avec un partenaire. À la grande surprise des banques. « Elles n'avaient pas vu ça depuis des années! Mais tout en créant des emplois sur le territoire, cette stratégie nous permet de rester réactif, de personnaliser nos produits, de préserver leur qualité et d'éviter transport et emballages. Une grosse partie de la fabrication passe directement de la tôlerie à l'atelier de montage », souligne Corinne Verdier. Lorsqu'ils ne peuvent être évités, conditionnements, cales et autres palettes sont systématiquement récupérés et réutilisés. Au quotidien, le bureau d'études travaille avec un outil d'écoconception, évaluant l'impact environnemental des produits. « Au début, il nous a permis de sélectionner les meilleures solutions, de monter en compétence et d'intégrer les bonnes pratiques. Lesquelles sont répercutées d'un produit à l'autre, au fur et à mesure de leur assimilation », précise Corinne Verdier. C'est ainsi que pour les bornes de gonflage puis pour l'ensemble des stations de service, l'inox a pris la place de l'acier, sujet à l'usure et bien moins recyclable. « Mais, maintenant que nous maîtrisons mieux les bases de l'écoconception, cet outil nous sert aussi à évaluer nos progrès et à nous fixer des objectifs supérieurs. » Chaque semaine, direction production et bureau d'études font d'ailleurs le point sur les retours des clients et des commerciaux afin de repérer de nouvelles pistes d'optimisation. Une stratégie payante : pour ses quinze ans d'existence, l'année dernière, Altinnova totalisait 4,5 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit 1 million de plus qu'en 2017. La PME continue en outre à recruter...



Plus d'infos :
> cverdier@altinnova.com



© DR

ERWAN AUTRET
PILOTE DE L'APPEL
À PROJETS ADEME
PERFECTO

HAUTE PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE :

UN RÉFLEXE À ACQUÉRIR TRÈS TÔT

Start-up ou grands groupes, familiarisées ou non avec l'écoconception, plus d'une centaine d'entreprises ont répondu à l'appel à projets Perfecto 2019 de l'ADEME, dédié à la R&D et à l'innovation. Une initiative originale pour aider les volontaires à s'approprier les bénéfices d'une démarche d'écoconception.

Si le nombre d'entreprises investies dans l'écoconception progresse, notamment lorsqu'elles sont en phase d'innovation, une fraction importante, les deux tiers environ, a encore besoin de soutien et d'accompagnement. Insérer l'écoconception dans un projet de R&D pour améliorer la performance environnementale et économique d'un produit ou service basée sur l'analyse du cycle de vie n'a en effet rien d'intuitif ni de très simple. Cette stratégie nécessite de tenir compte de plusieurs composantes. Huit très exactement, selon le référentiel développé par l'ADEME en collaboration avec le réseau EcoSD de chercheurs en écoconception : enjeux environnementaux, bien sûr, avec l'évaluation des impacts, mais aussi business, management, réglementation... Certaines entreprises se préoccupent d'efficacité énergétique, sans analyse des transferts d'impact sur d'autres critères environnementaux, d'autres maîtrisent la notion de cycle de vie mais n'ont pas assez

creusé la question de l'industrialisation ou de la communication environnementale.

L'ADEME constate ainsi que les projets de R&D et d'innovation en écoconception présentés aux différents dispositifs de financement – Investissements d'avenir, fonds unique interministériel (FUI), éco-organismes, aides régionales... – sont généralement incomplets. C'est pourquoi, via son appel à projets Perfecto, clôturé en mars dernier, l'Agence s'est centrée sur le stade de l'étude de faisabilité, au démarrage des projets. Il s'agit souvent pour l'entreprise d'un moment clef où elle souhaite franchir une étape : réindustrialisation, relocalisation, choix d'un nouveau modèle économique...

L'Agence lui apporte, dans ce cadre, un appui pratique et opérationnel. En l'aidant à intégrer les composantes clefs, puis à travailler son cahier des charges avec toutes les fonctions concernées – direction, marketing, industrialisation... –, toute la chaîne de valeur, fournisseurs et clients compris, et tous ses partenaires, l'ADEME lui permet non seulement de gagner du temps mais aussi de se doter d'un cadre structurant, de bons réflexes pour la conception de ses nouveaux produits ou services dans le futur. Cette expérience peut aussi constituer une première étape pour mieux répondre ensuite à d'autres appels à projets, plus généralistes, ou solliciter d'autres financements comme le crédit d'impôt innovation. Une approche unique en France. Alors que les éditions précédentes de Perfecto avaient permis la sélection de gros projets en petit nombre, le choix a par ailleurs été fait, cette fois, d'accompagner le plus grand nombre d'études de faisabilité d'entreprises de profils variés, quel que soit leur degré de maturité en écoconception. Une massification indispensable.

UN PROGRAMME À L'ÉCHELLE EUROPÉENNE

Dans le cadre du programme PEF (« Product Environmental Footprint »), avec l'aide des États membres et de multiples parties prenantes, la Commission européenne développe depuis 2014 un cadre de modélisation permettant une évaluation robuste et simplifiée des impacts des produits et services par l'ACV. Ce socle technique devrait être utilisée dans les années à venir pour améliorer et approfondir les outils de production et consommation durable : directives écoconception, cahiers des charges de l'écolabel européen, affichage environnemental, achats durables.