



# WEB CONFÉRENCE

## Eco-concevez vos futurs produits et services

Mardi 9 février 2021 sur Google Meet

Cette action est co-financée par la Région Réunion et l'Union Européenne  
L'Europe s'engage à La Réunion avec le FEDER



# RAPPEL DE QUELQUES RÈGLES

1. Inscrivez votre nom/prénom à la connexion
2. Coupez votre micro par défaut
3. Allumez votre caméra pour l'accueil ; coupez-là si la connexion est mauvaise
4. Posez vos questions dans le tchat, elle seront relayées
5. Sollicitez la parole via le tchat ou en levant la main



# PRÉSENTATIONS



**Véronique Stern**  
Chargée de mission  
Nexa

[www.nexa.re](http://www.nexa.re)

**Vincent Collet**  
Directeur  
Think+

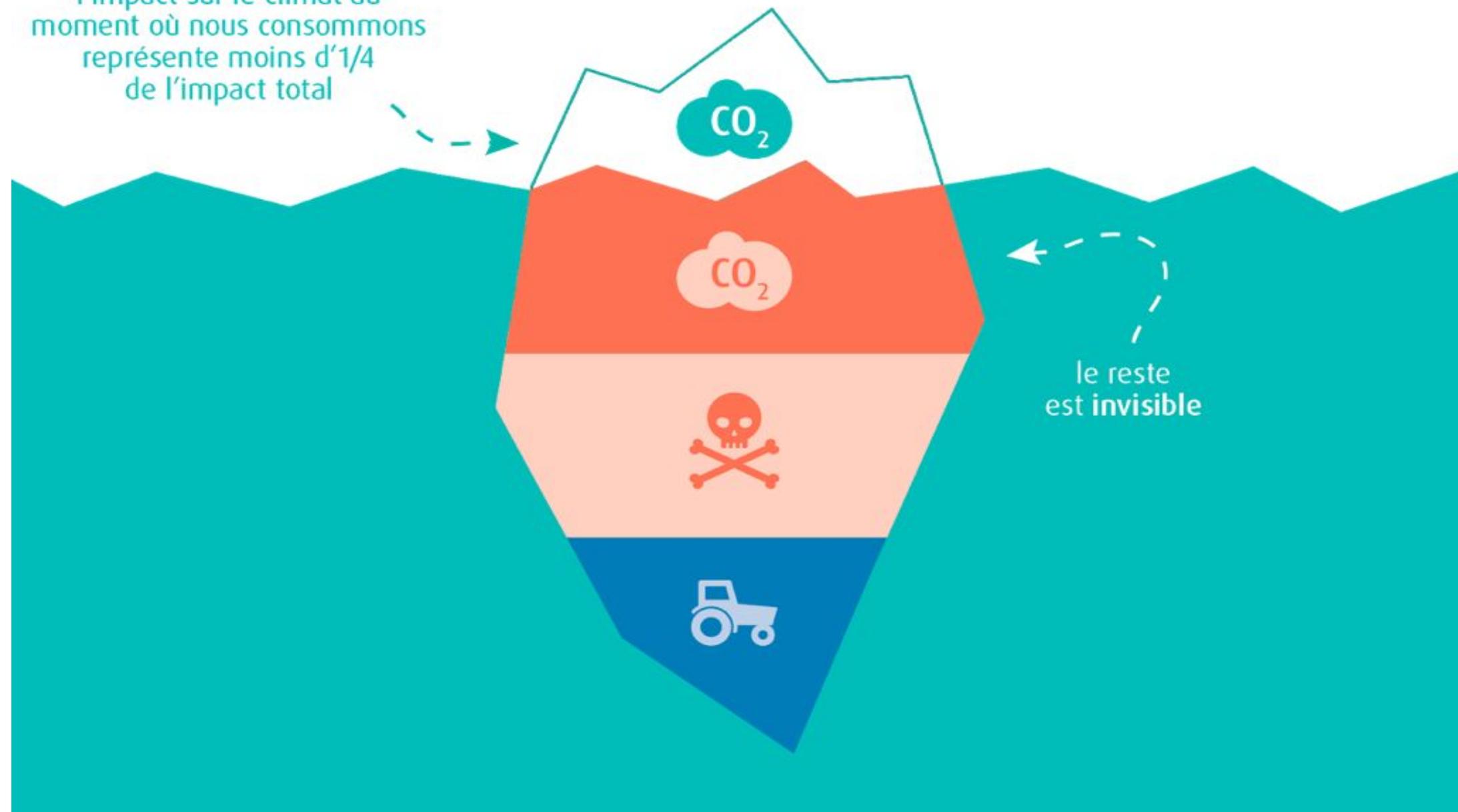
<https://agence-think-plus.com>

# DÉROULÉ

1. L'éco-conception
2. Les diagnostics & les témoignages
3. Appel à candidatures & déroulé 2021
4. Echanges

# 1- L'ÉCO-CONCEPTION

l'impact sur le climat au moment où nous consommons représente moins d'1/4 de l'impact total



le reste est invisible

# Pressions réglementaires

## La feuille de route de l'économie circulaire



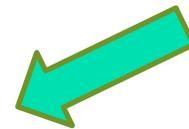
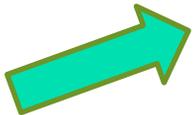
### 1. Citoyens et consommateurs : consommer de façon plus durable

- Allonger la durée de vie de nos produits pour protéger le consommateur
- Trier plus et mieux les déchets
  - L'objectif est d'atteindre 100 % de collecte des déchets recyclables d'ici 2025 et de rendre le tri des déchets beaucoup plus simple pour les Français
  - Réduire de moitié les déchets mis en décharge et **tendre vers 100 % de plastique recyclé d'ici 2025.**

### 2. Collectivités locales : recycler et valoriser plus de déchets

### 3. Entreprises : mieux produire et mieux gérer les déchets

- Étendre le dispositif pollueur-payeur à de nouveaux produits
- Intégrer l'écoconception, l'incorporation de matières recyclées, le réemploi et la réparation dans les pratiques des entreprises
  - **Mettre en place des bonus-malus sur l'écocontribution** réellement incitatifs, pouvant excéder 10 % du prix de vente hors taxes des produits pour stimuler leur écoconception et l'incorporation de matière recyclée.
  - **Pour inciter à l'écoconception**, déployer l'affichage environnemental volontaire des produits et des services dans les cinq secteurs pilotes (ameublement, textiles, hôtels, produits électroniques et produits alimentaires) et l'étendre à d'autres secteurs.





ZU CHANGE THE NOT  
AARDE

STOP TO

MINISTRES,  
BAISSEZ VOS  
SALAIRES AU  
LIEU DE NIQUER  
NOS MERS!

SOYONS

LE CHANGEMENT  
QUE NOUS VOULONS  
VOIR DANS LE MONDE!

LE CLIMAT EST  
PLUS CHAUD  
QUE TON MEC

Si tu fais rien  
ça va chauffer  
bébé...

DEMAIN NOUS  
APPARTIENS!  
PASSEZ  
NOUS LA  
MAIN!!!

VOTRE PLANETE  
VOUS LA PREFEREZ  
BLEUE SANGNANTE BIEN CUITE

QU'AD  
CEST  
CEST  
CUIV

OLUTION

NO NATURE  
IRE

LE CLIMAT  
DEFORRESTATION  
CONI  
PESTICIDES

MARK 2017  
PI GCONS

GREEN

AUT LES

S. DATIONS

change  
veillesse

METTRE



**76%**

**De français attendent des marques  
qu'elles montrent leurs engagements  
responsables.**

*Source GFK 2018*

# Les attentes des consommateurs

## Les Européens plébiscitent le « consommer mieux »

Les inquiétudes environnementales sont partagées



**#1**

Changement climatique (31 %)



**#2**

Déchets et plastique (21 %)



**#3**

Biodiversité (15 %)

Le modèle de consommation est aussi fortement remis en question

**80 %**

des Européens aimeraient vivre demain dans une société où la consommation prend moins de place\*\*

**50 %**

considèrent qu'il faut complètement revoir notre modèle économique

Une volonté partagée d'agir pour réduire son impact environnemental

**74 %**

disent avoir changé tout (15 %) ou une partie (59 %) de leurs comportements de consommation pour en réduire l'impact

# Les enjeux économiques dans tout ça ?



« La **marge bénéficiaire des produits éco-conçus est supérieure de 12 % en moyenne**, 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. »

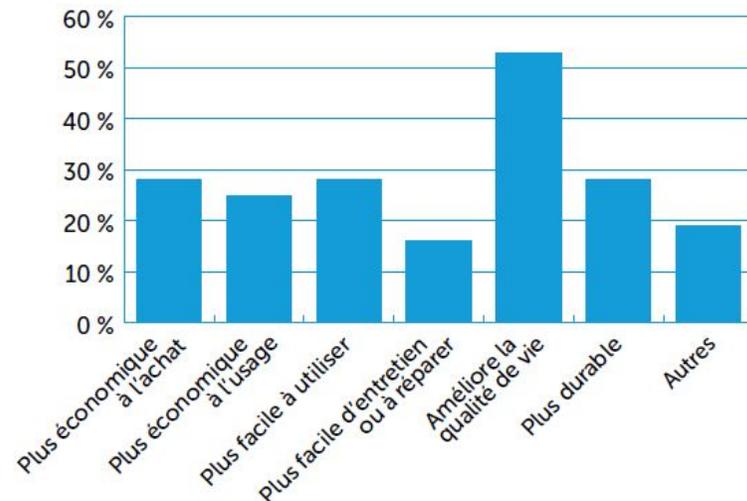
# Les enjeux économiques dans tout ça ?

▶ TABLEAU 25 : AVANTAGES DU PRODUIT ÉCOCONÇU POUR L'UTILISATEUR FINAL

118 des 119 entreprises ont répondu à cette question

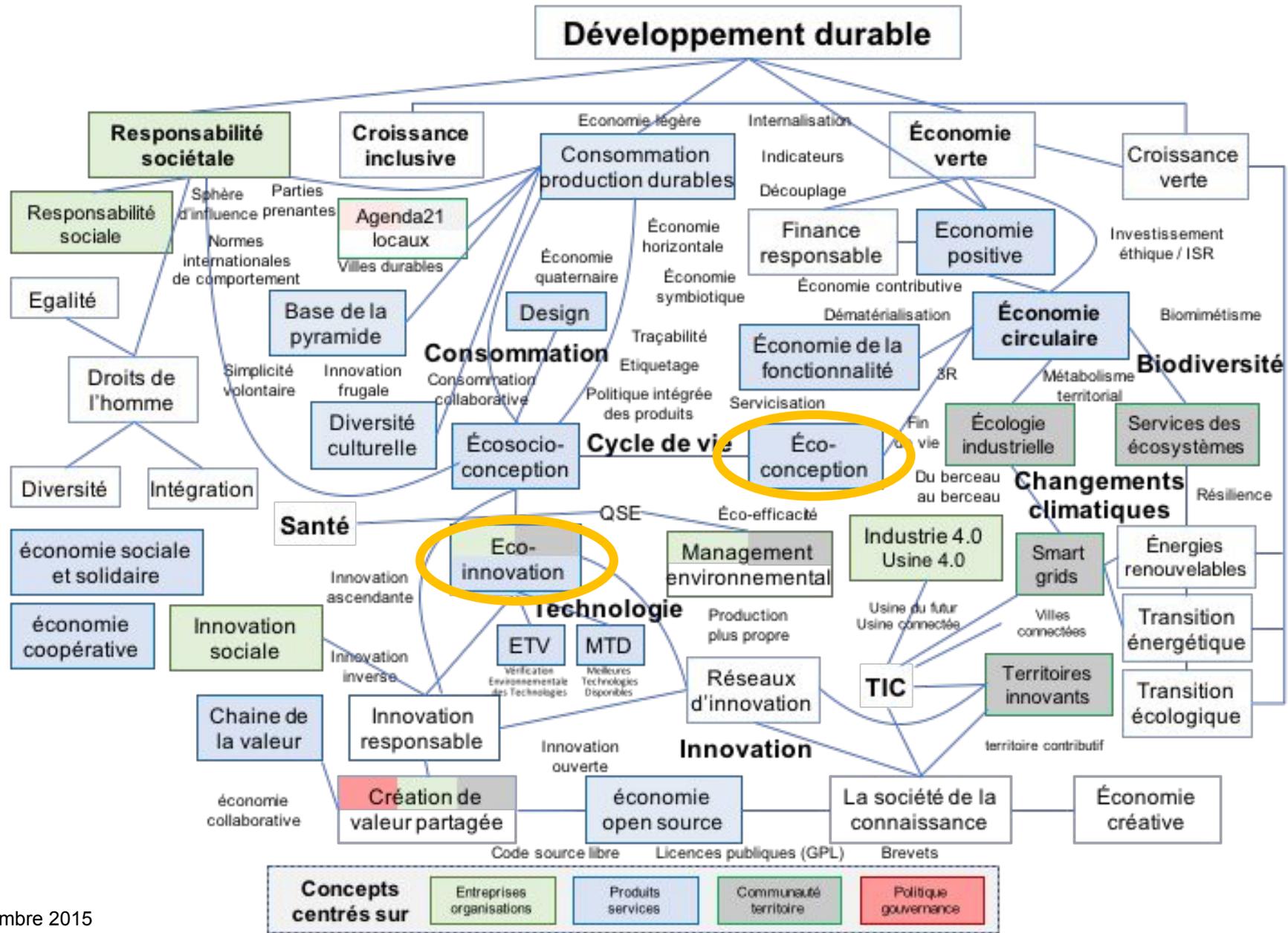
	France (%)	Québec (%)	Union européenne (%)	Total (%)
Plus économique à l'achat	24	36	23	28
Plus économique à l'usage	15	18	54	25
Plus facile à utiliser	41	18	19	28
Plus facile d'entretien ou à réparer	13	14	23	16
Améliore la qualité de vie	67	43	46	53
Plus durable	20	39	23	28
Autres	11	30	15	19

Les répondants avaient la possibilité de choisir plus d'une réponse



## Bénéfices pour le client

1. Qualité de vie
2. Plus facile à utiliser
3. Plus économique à l'achat
4. Plus durable



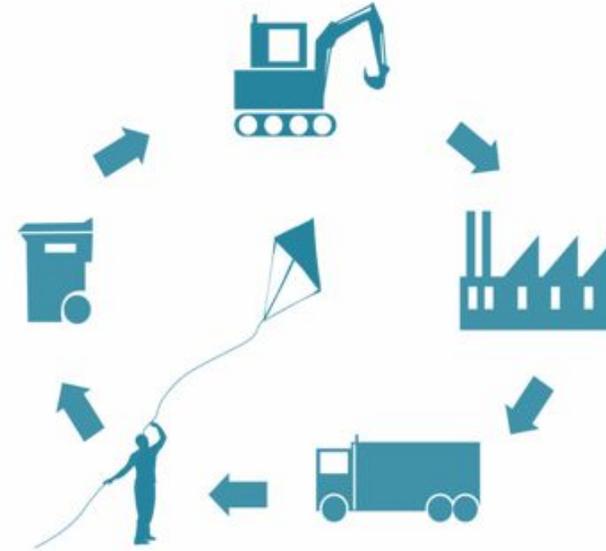
# L'approche produit / service

- L'approche site / l'approche produit / service



## APPROCHE ENTREPRISE

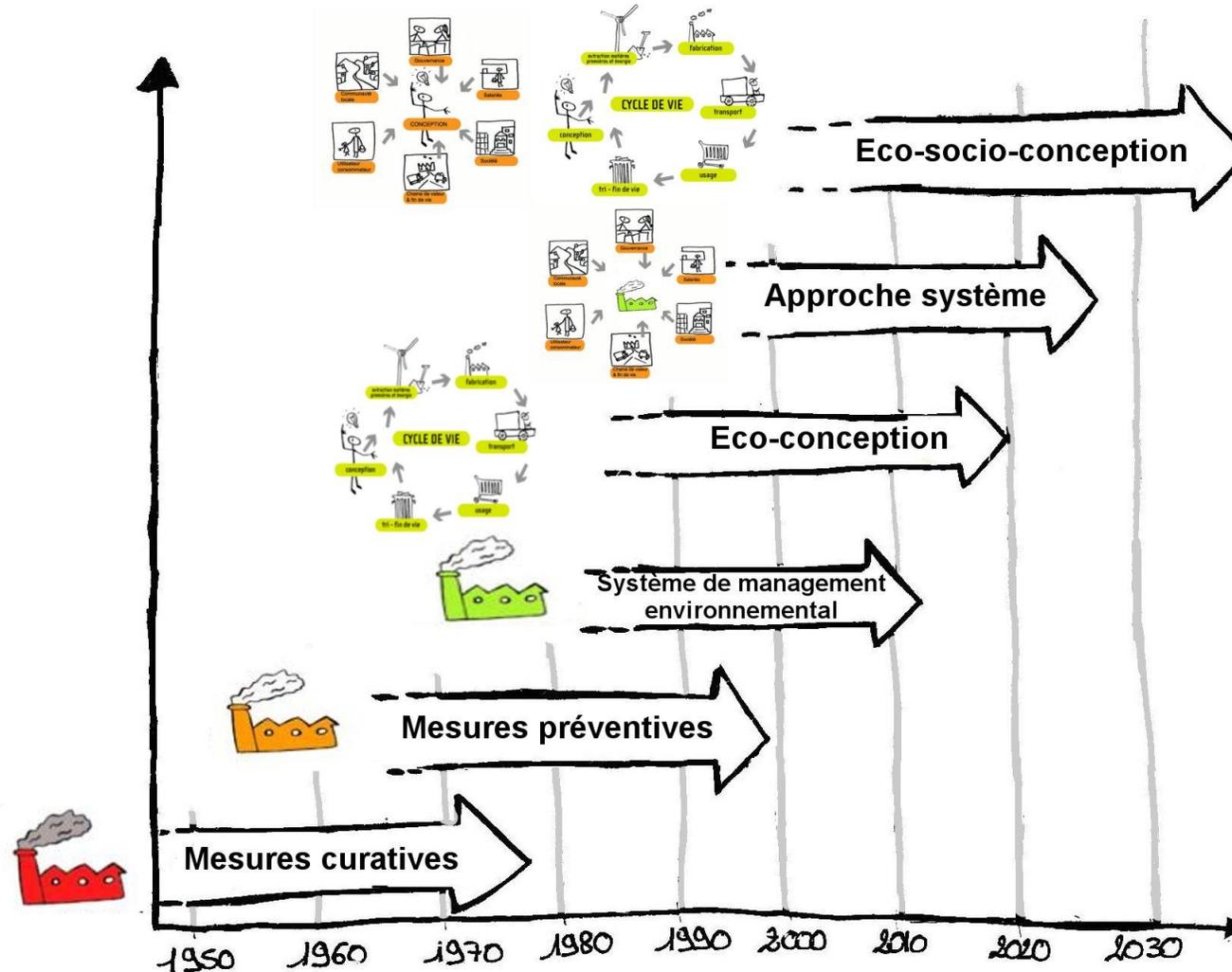
- Réduction à la source des impacts environnementaux et autres nuisances
- Formalisée par la norme ISO 14001



## APPROCHE PRODUITS / SERVICE

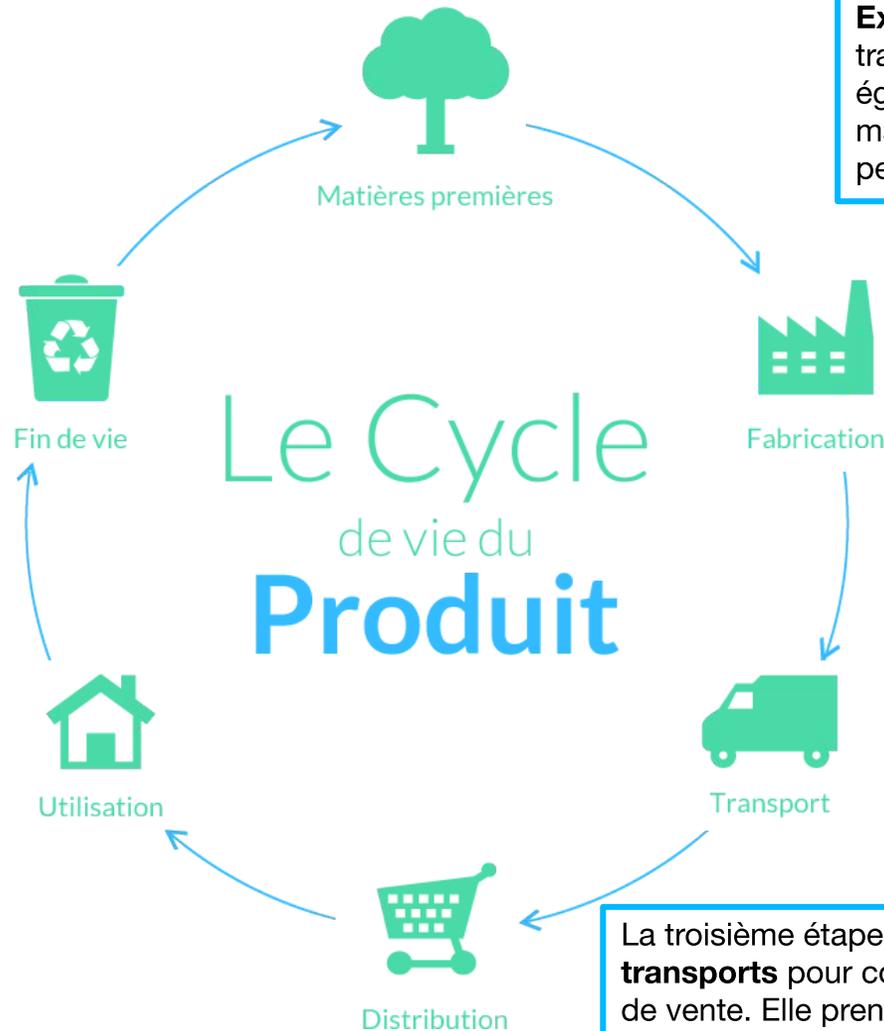
- Prend en compte toutes les étapes du cycle de vie
- Et la chaîne de valeur de fabrication du produit

# L'approche produit / service (évolution de l'éco-conception)



# L'approche multi-étapes

La dernière étape est celle de **la fin de vie**. Elle prend en compte les différents scénarios de fin de vie du produit, lorsque celui n'est plus apte à remplir sa fonction ou ne convient plus à l'utilisateur. Les différents scénarios peuvent être la valorisation (réutilisation total ou partiel, recyclage, incinération) ou l'enfouissement du produit.



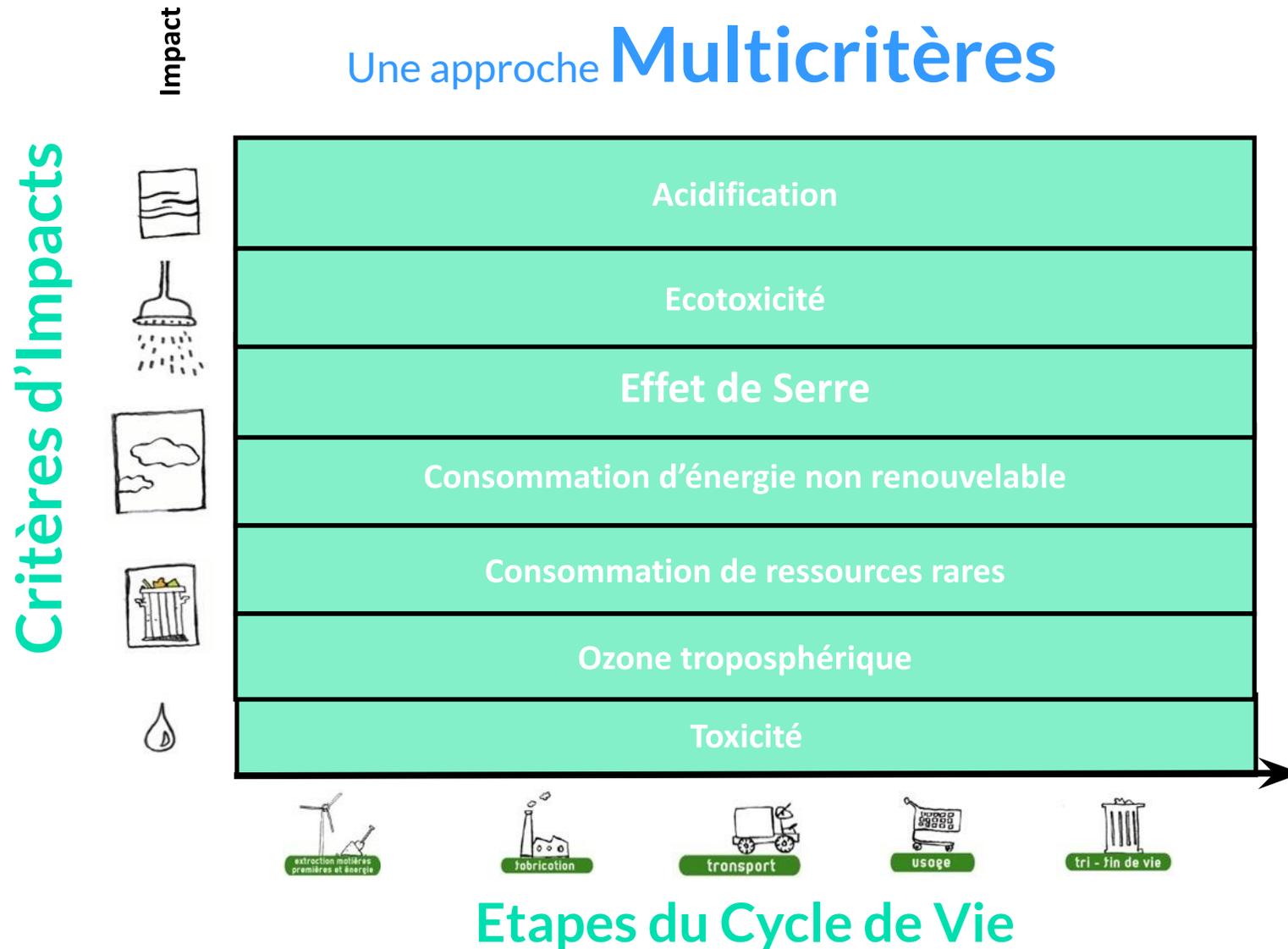
**Extraction des matières premières**, entreposage et transport vers le lieu de transformation. Elle comprend également les opérations de transformation de la matière en matière semi-fini utile aux processus permettant de fabriquer le produit fini.

La seconde étape consiste à la **fabrication du produit fini**. Elle inclut l'entreposage des matériaux, la transformation vers un produit fini, les emballages, et l'entreposage des produits finis.

La quatrième étape est celle **d'utilisation du produit**. Elle inclut l'entretien et les réparations dont le produit aurait besoin. Elle prend également en compte tous les consommables utiles à son fonctionnement dont notamment les dépenses énergétiques.

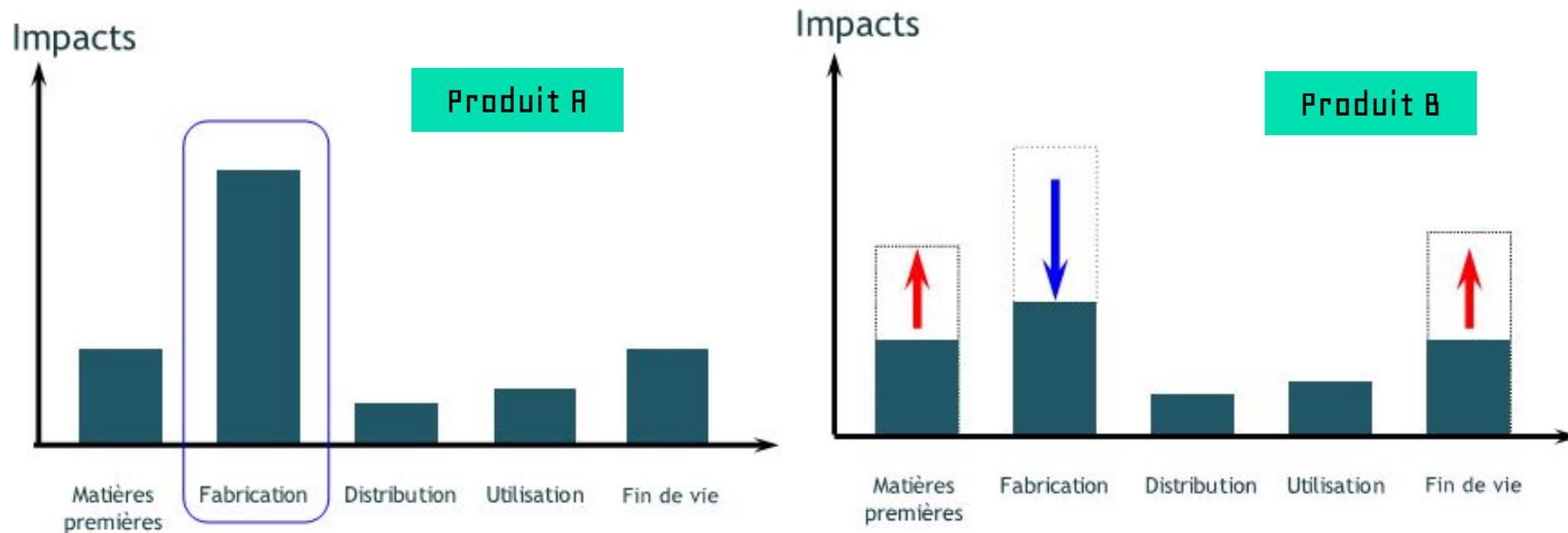
La troisième étape, **la distribution englobe tous les transports** pour convoier le produit fini vers son lieu de vente. Elle prend également en compte le transport vers son lieu d'utilisation.

# L'approche multi-critères



# Eviter les transferts de pollution

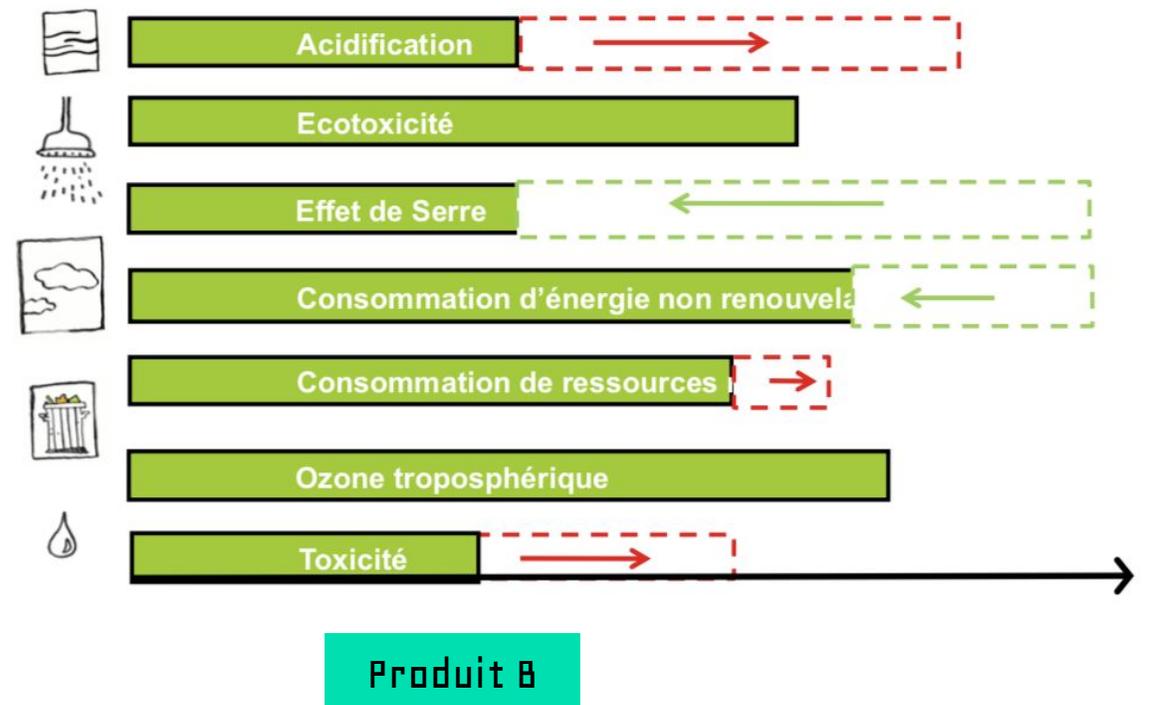
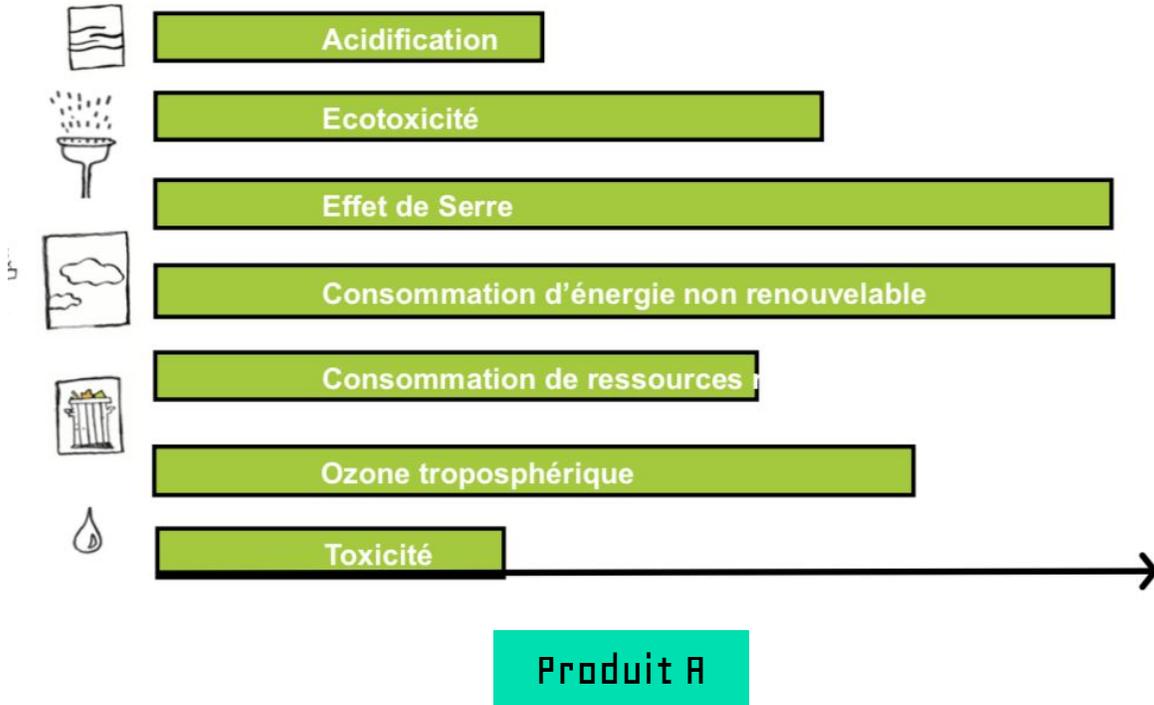
- D'une phase du cycle de vie à une autre



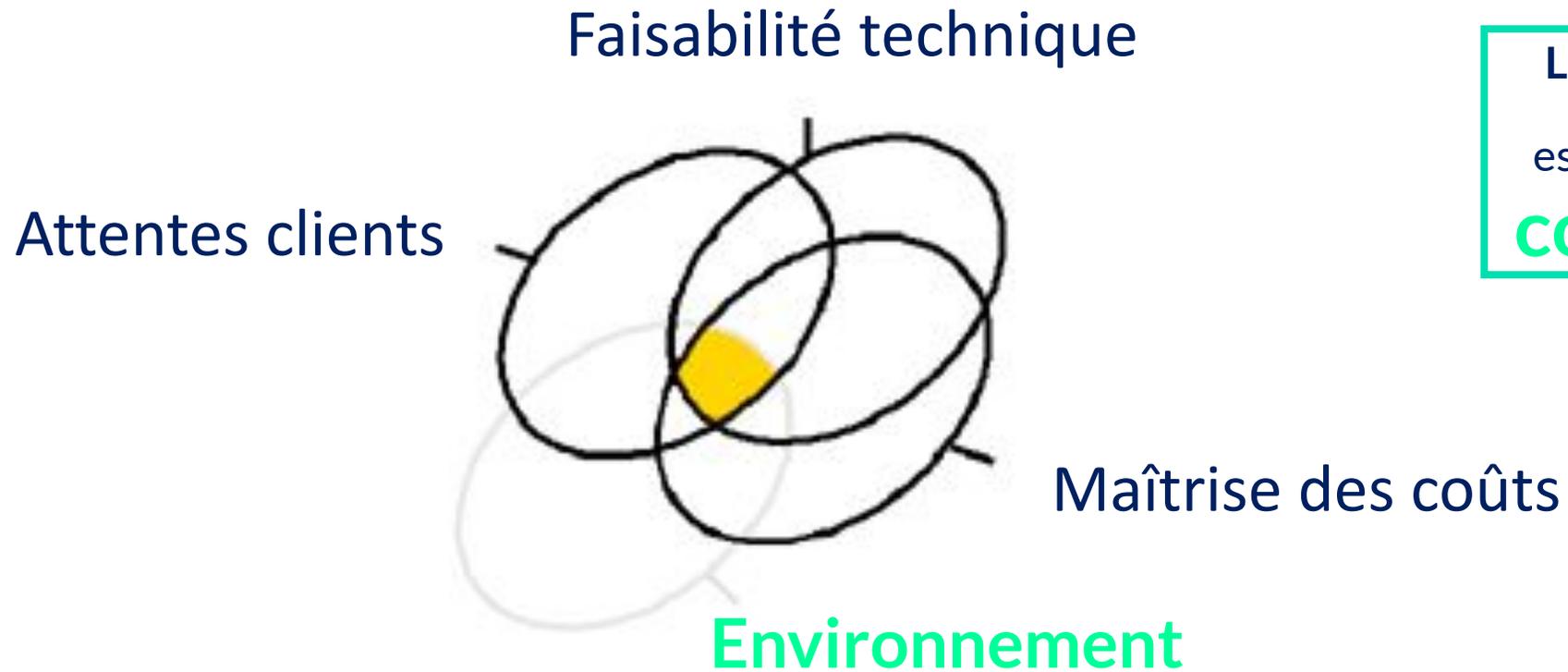
Une des grandes forces du raisonnement par étape du cycle de vie du produit est de pouvoir **contrôler les transferts de pollution** en gardant une visibilité sur tout le cycle de vie.

# Eviter les transferts de pollution

- D'un critère d'impact à un autre

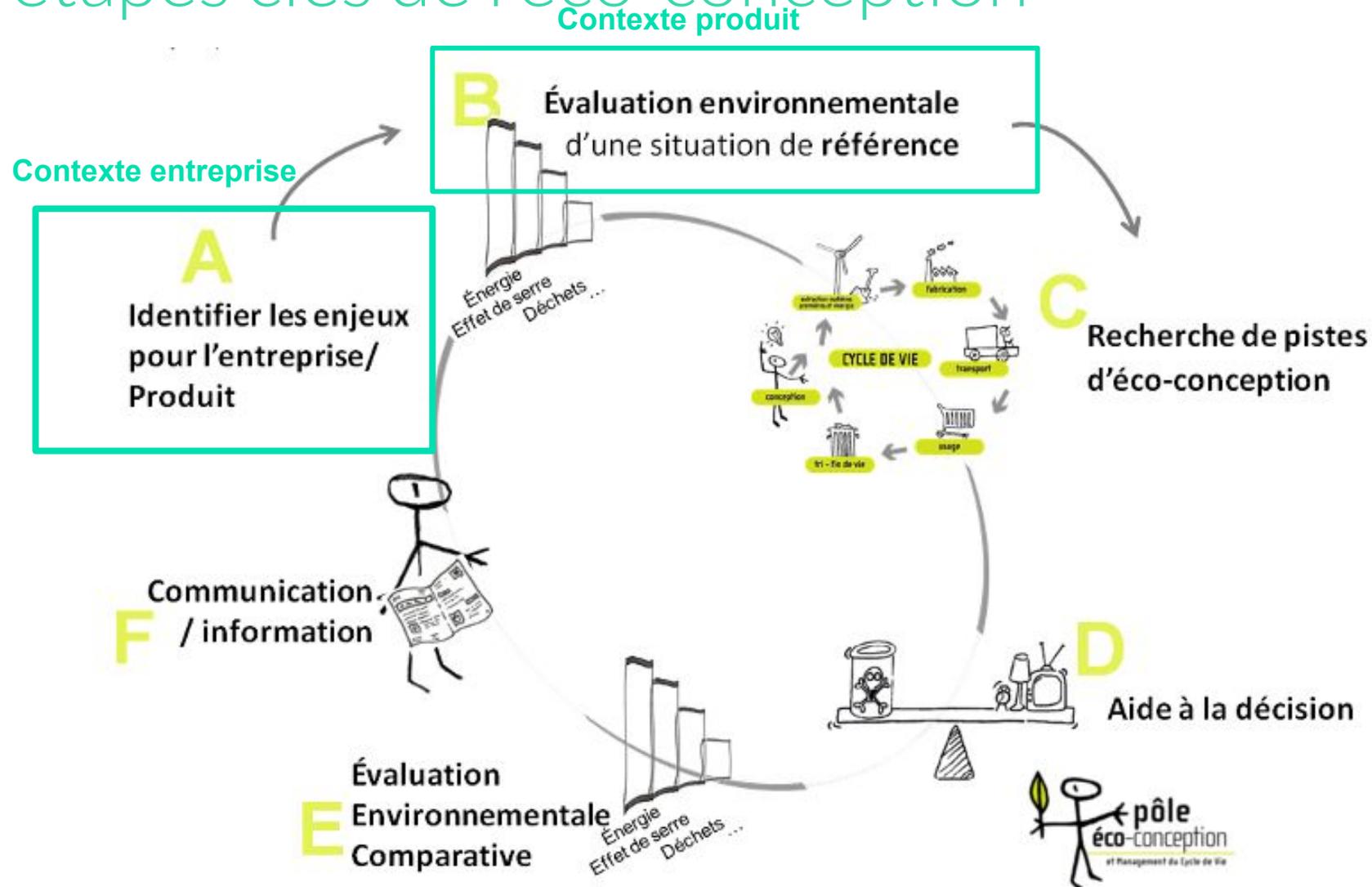


# Compromis entre les attentes et l'env.



L'écoconception  
est une histoire de  
**compromis**

# Les étapes clés de l'éco-conception



## Récapitulatif à retenir : l'éco-conception c'est une :

1. Approche Produit
2. Approche multi-étapes (approche cycle de vie)
3. Approche multi-critères (vision globale)
4. Attention pour éviter les transferts de pollution
5. Démarche globale répondant aux attentes des parties prenantes
6. Approche de compromis

# 2- OBJET DES DIAGNOSTICS

Objectifs des 5 diagnostics proposés :

- Identifier les enjeux spécifiques de l'entreprise
- Donner des éléments de veille/ bonnes pratiques environnementales
- Évaluer le produit / service (analyse qualitative et / ou quantitative)
- Identifier les pistes d'améliorations >> donner un plan d'action

# Types de projets possibles (produits ou service) :

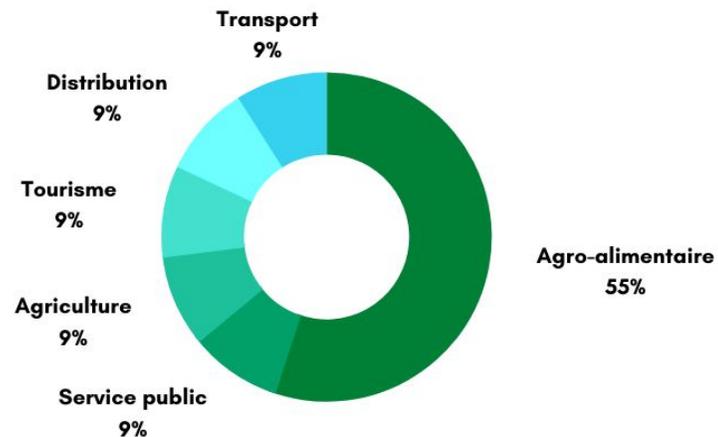
- Start-up lançant un nouveau service de livraison
- Entreprise mature qui souhaite améliorer ses coûts de production et achats, packaging
- Une association qui souhaite changer ses pratiques pour mieux intégrer l'environnement

# OPÉRATION 2020

## 11 CANDIDATURES DÉPOSÉES !

- 9 entreprises privées
- 2 structures publiques

Dans les secteurs suivants :



## Les 5 structures sélectionnées :

- **SA Mascarin** - agroalimentaire  
[mascarin.fr](http://mascarin.fr)
- **SARL Pépé José** - distribution & alimentaire  
[pepe-jose.fr](http://pepe-jose.fr)
- **EARL Aquaponie Réunion** - agriculture  
[aquaponiereunion.re](http://aquaponiereunion.re)
- **SA Air Austral** - transport  
[air-austral.com](http://air-austral.com)
- **Association FIE** - aménagement public  
Fb : Pacte De Transition Sainte-Marie

## AFIE Visites et ateliers



## AQUAPONIE REUNION Visites et ateliers



## MASCARIN Visites et ateliers



# TÉMOIGNAGES



Mickaël RIVIERE  
Gérant de Pépé José

## PEPE JOSE Visites et ateliers



# TÉMOIGNAGES



**Magali MAINGARD**

Responsable Santé Sécurité au Travail  
- Développement Durable - RSE



AIR AUSTRAL  
Visites et ateliers



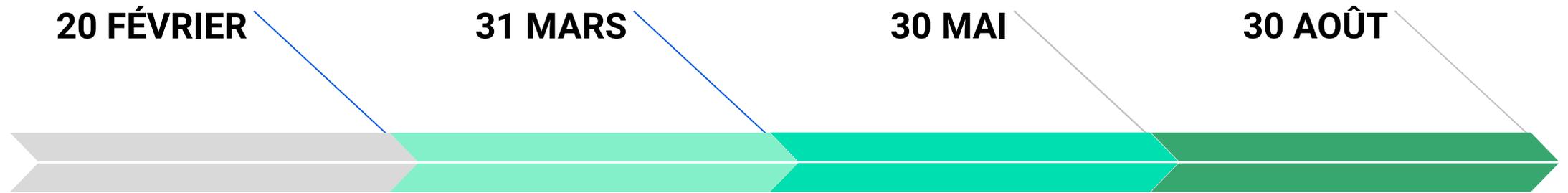
## RECOMMANDATIONS GLOBALES

### 10 axes formulés :

1. **Mettre en place une politique d'achats responsables**
2. **Mieux choisir ses matériaux et emballages**
3. **Mettre en place un process qualité avec des critères d'éco-conception**
4. **Suivre une/des réglementations ciblées pouvant impacter l'activité de la structure**
5. **Consulter ses clients et partenaires pour mieux mesurer leurs attentes en matière d'environnement**
6. **Lancer un projet pilote à faible impact en 2021**
7. **Engager un projet de R&D à plus long terme**
8. **Définir une stratégie environnementale engageante**
9. **Concevoir un outil de mesure interne de données environnementales**
10. **Préparer une communication environnementale sans « greenwashing »**

suite

# 3 – APPEL À CANDIDATURE & DÉROULÉ



**APPEL À CANDIDATURES**  
**FORMULAIRE À REMPLIR :**  
<https://vu.fr/5diagecodesign>

**SÉLECTION DES LAURÉATS**  
**VISIO DE LANCEMENT**   
**ACCORDS CONFIDENTIALITÉ**

**1er ATELIER DE TRAVAIL FIN MARS**  
**(PRÉSENTIEL ½ journée)**

**ANALYSE INDIVIDUELLE**  
**VEILLE**  
**RECOMMANDATIONS**

**2ème ATELIER DE TRAVAIL FIN MAI**  
**(PRÉSENTIEL 1 journée)**

**RENDU DU RAPPORT : PLAN D'ACTION & RECOMMANDATIONS**  
**VISIO DE CLÔTURE**  
**RETOUR DE SATISFACTION**

Mobilisation ponctuelle  
sur une durée de 5 mois

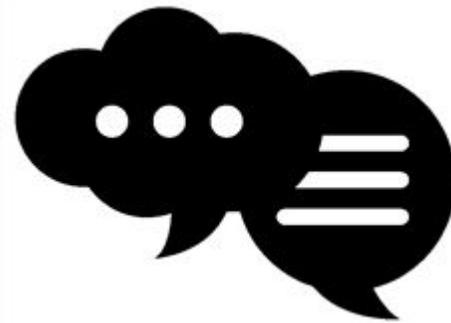
Candidatures avant le 20 février

<https://vu.fr/5diagecodesign>

# 4 – ÉCHANGES

Quelques questions ? remarques ?

- > utilisez le chat ou
- > levez la main !





# WEB CONFÉRENCE

## Eco-concevez vos futurs produits et services

Merci de votre attention

Cette action est co-financée par la Région Réunion et l'Union Européenne  
L'Europe s'engage à La Réunion avec le FEDER

