

*L'éco-conception et  
ses outils pour engager  
votre démarche*



## **Matinée NEXA « Eco-conception »**

Vincent COLLET - Fondateur et Directeur  
9 Septembre 2022

**01**

# L'AGENCE THINK+

Présentation de l'agence

# PRÉSENTATION DE L'AGENCE THINK+



Née en 2014, l'agence Think+ est *une agence d'éco-innovation* créée dans le sud-ouest de la France.

L'agence se développe principalement sur 2 zones géographiques : en France et en Amérique du Nord.

Nos clients sont de différents secteurs d'activité, et de tailles variées, de la start-up aux grands groupes.

*L'agence est agréée au titre du Crédit d'Impôt Innovation par le Ministère de l'Economie et des Finances (MEF)*



# LES ACTIVITÉS DE L'AGENCE THINK +



01

## STRATÉGIE & CRÉATIVITÉ



02

## ÉCO-CONCEPTION & DESIGN



03

## COMMUNICATION RESPONSABLE



Présentation de l'agence

# PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE THINK+



VINCENT COLLET



FONDATEUR & DIRECTEUR

[vcollet@agence-think-plus.com](mailto:vcollet@agence-think-plus.com)

JEAN-MARIE CHEVALIER



CHARGÉ DE PROJETS ECO-INNOVATION

[jmchevalier@agence-think-plus.com](mailto:jmchevalier@agence-think-plus.com)

CÉLIA LECONTE



CHARGÉE DE PROJETS ECO-INNOVATION

[cleconte@agence-think-plus.com](mailto:cleconte@agence-think-plus.com)

MARTIN BONNOME



CHARGÉ D'ÉTUDES

[mbonnome@agence-think-plus.com](mailto:mbonnome@agence-think-plus.com)

HÉLÈNE LOVATO



CHARGÉE D'ÉTUDES

[hlovato@agence-think-plus.com](mailto:hlovato@agence-think-plus.com)

ASTRID GAINARD



RESPONSABLE ADMINISTRATIF

[agagnard@agence-think-plus.com](mailto:agagnard@agence-think-plus.com)

CONFIDENTIEL

01

# L'ECO- CONCEPTION

**Les enjeux** ●

Définition de l'éco-conception ●



Les enjeux

# L'ÉTÉ 2022 EN MÉTROPOLE



L'ECO-CONCEPTION 01



FAUSSE MÉTÉO DE 2050  
Source : Météo France

Une carte prédictive de 2050 avait été diffusée en 2015 par Météo France pour sensibiliser aux conséquences du changement climatique.



MÉTÉO 18 JUIN 2022  
Source : Météo France

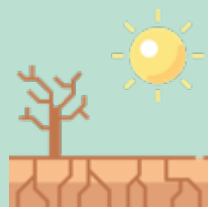
# L'ÉTÉ 2022 EN MÉTROPOLE



+2,3 °C  
par rapport à la  
moyenne 1991-2020

Deuxième été le plus chaud observé depuis 1900

33 jours de vague de chaleur,  
Nombreux records : précocité, durée, intensité



Sécheresse plus généralisée qu'en 1976 et 2003

Rivières à sec  
Mortalité d'arbres  
Dépérissement de forêts  
Cyanobactéries  
Mouvements de sols argileux



Incendies majeurs

À la mi-août, 62 000 hectares avaient brûlé



Canicule océanique

Méditerranée Ouest  
>30°C



Faits marquants : orages

Impacts de foudre, forte grêle, pluies intenses, vents violents



Recul des glaciers  
Dégel des sols gelés

Fracture du glacier de la Marmolada

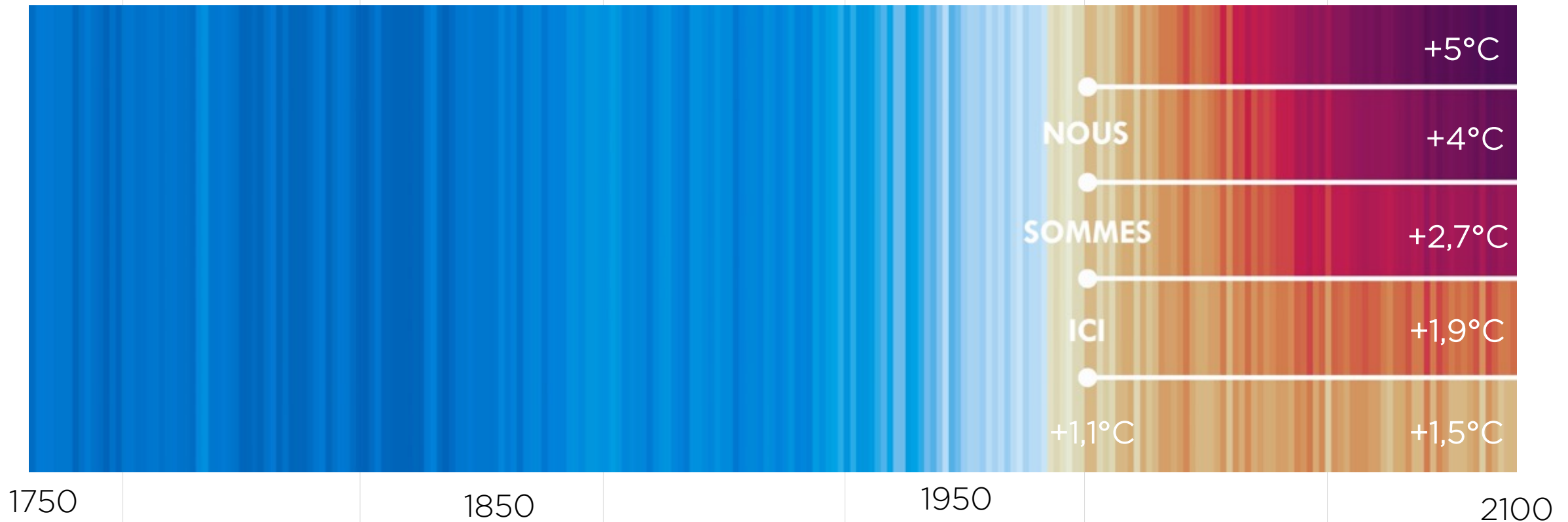


Les enjeux

# ENJEUX : LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE



L'ECO-CONCEPTION 01

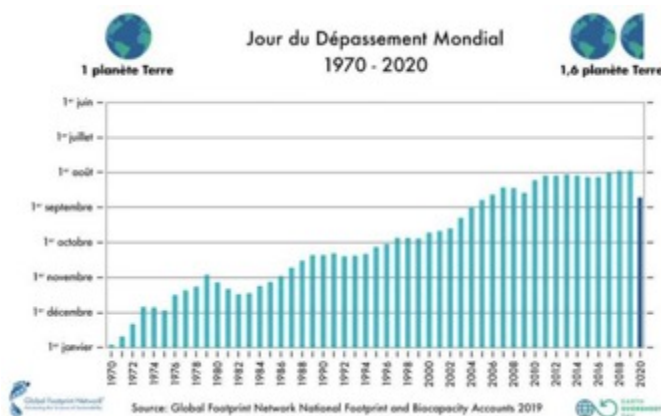


Au total, depuis 1850, la température globale a ainsi crû de 1,1°C.

# ENJEUX : LES RESSOURCES



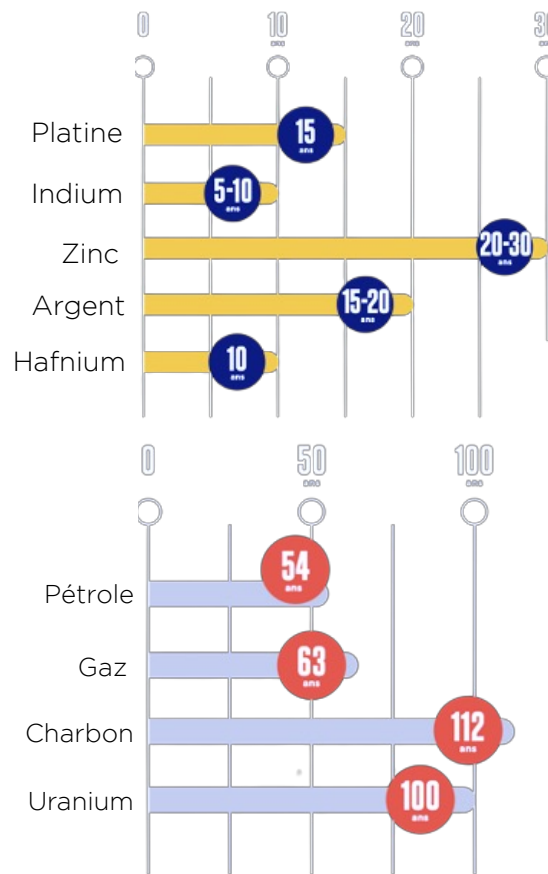
## Une surexploitation des ressources



En 2022 : 28 juillet



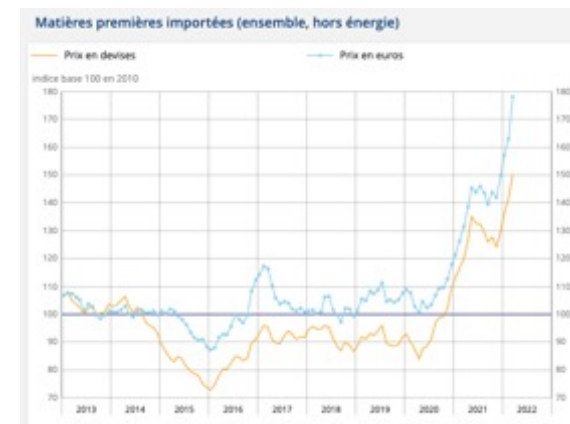
## Des ressources limitées



## Risques

Pénuries  
Délais  
Coûts

“Le plus grand danger pour l'économie française aujourd'hui, ce sont les pénuries de matières premières”, a indiqué le 25 août 2022 le président du Medef, Geoffroy Roux de Bézieux.



# ENJEUX : L'OPINION PUBLIQUE

## Les ONG qui alertent



## Les médias et la culture s'emparent du sujet



## Risques

Image de marque  
Recrutement  
Boycott

En 2016, le boycott contre la marque LU pour son utilisation d'huile de palme aurait fait perdre à la marque plus de 1,7 million d'euros en termes de perte de vente.



# ENJEUX : LES CONSOMMATEURS



Un sujet d'inquiétude et de plus en plus réglementé



Des changements dans les habitudes de consommation

64%

des français seraient prêts à changer de mode de vie



« De plus en plus de clients comprennent l'intérêt de payer un peu plus pour des produits moins polluants, qui durent plus longtemps, se réparent et sont moins coûteux à l'usage »

Erwan Autret, ADEME

Risques

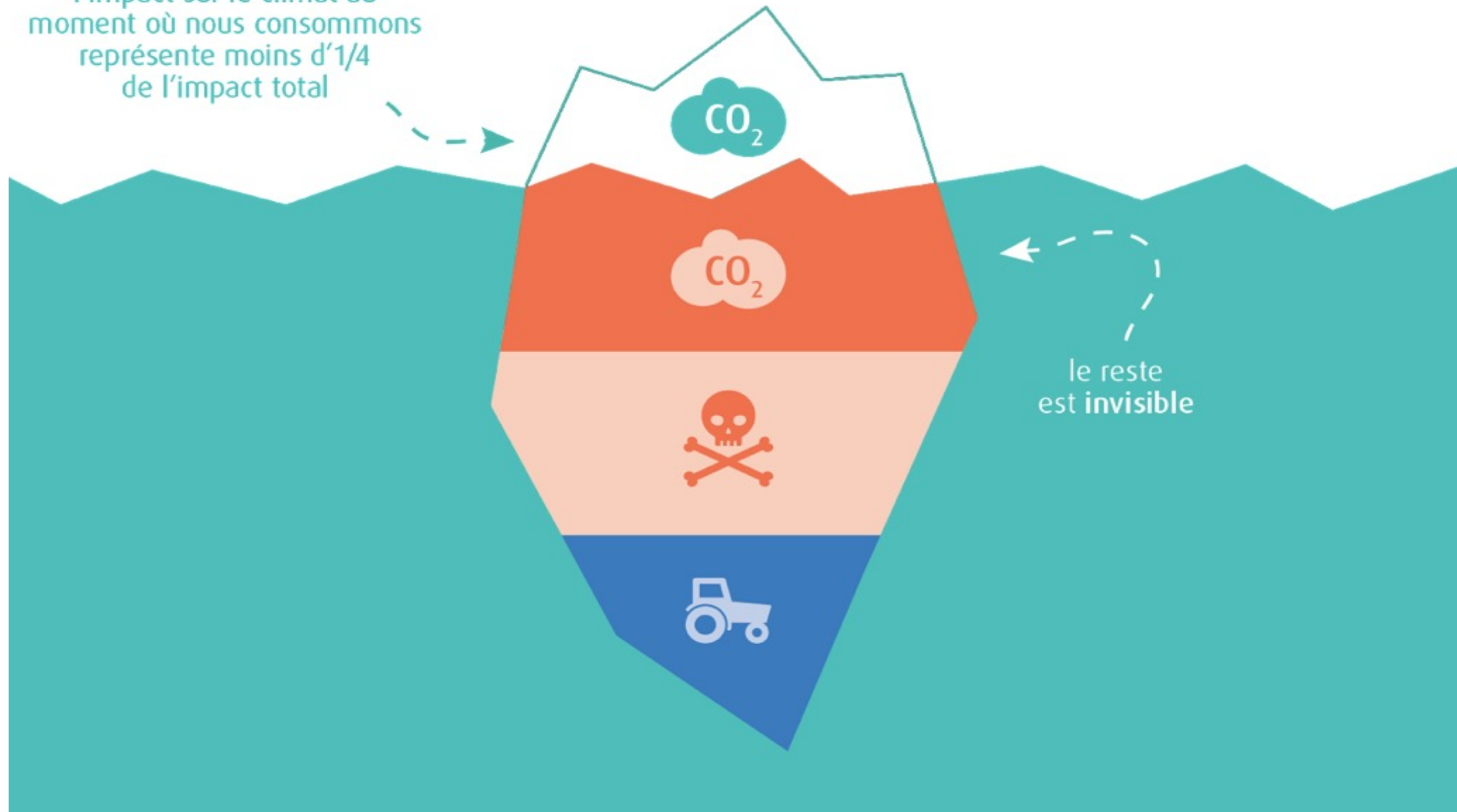
Perte de parts de marché  
Non conformité

Opportunité

**DON'T BUY THIS JACKET**



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



01

# L'ECO- CONCEPTION

Les enjeux ●

**Définition de l'éco-conception** ●



# ECO-CONCEPTION : DÉFINITION

L'éco-conception est une démarche qui cherche à **améliorer les caractéristiques environnementales** des produits, qu'il s'agisse de biens ou de services, tout au long de leur *cycle de vie*, sans *diminuer leurs qualités ou leurs performances*.

*Source: Plouffe, S., Lanoie, P. (2008) - L'écoconception: quels retours économiques pour l'entreprise?*

# LES ÉTAPES CLÉS

01

Identifier les enjeux pour l'entreprise/produit

02

Évaluation environnementale d'une situation de référence

Problématique de conception / proposition de valeur

03

Recherche de pistes d'éco-conception

06

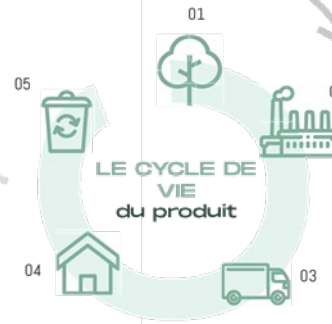
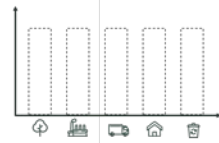
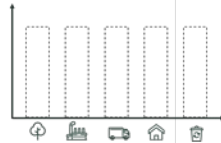
Communication /information

04

Aide à la décision

05

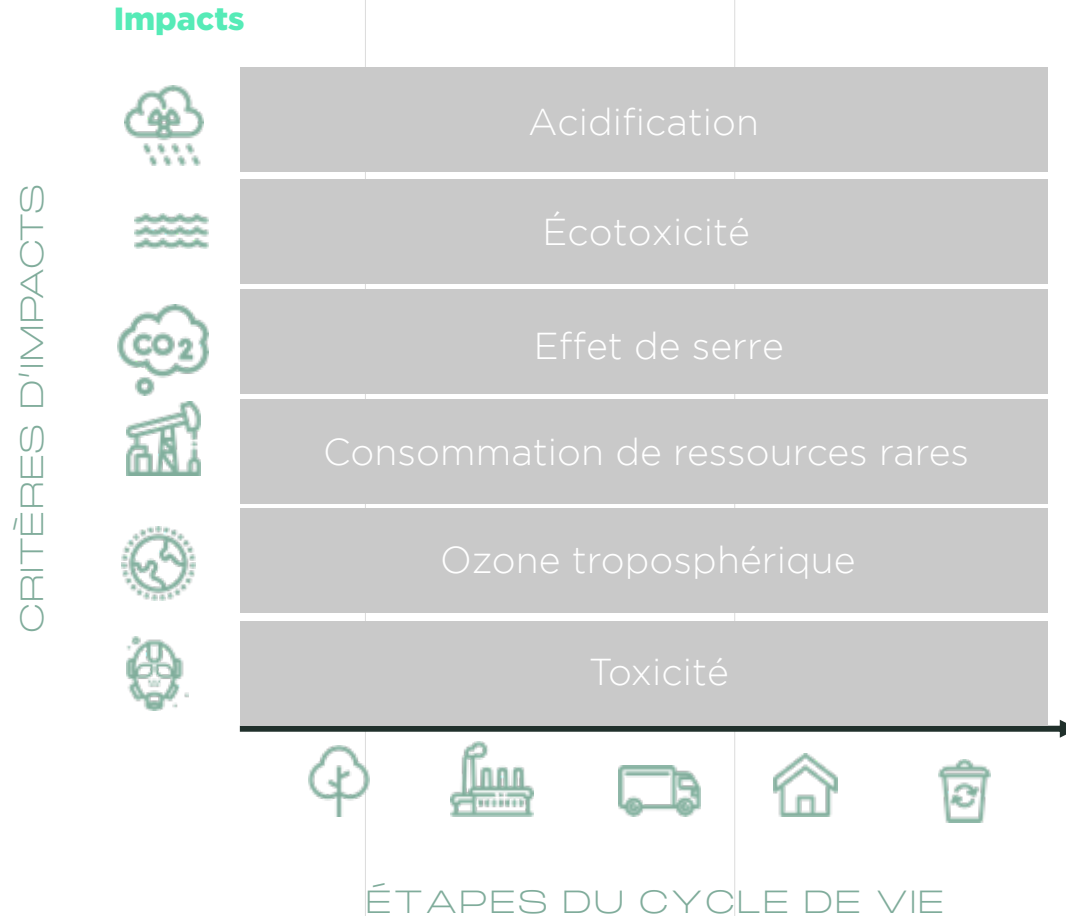
Évaluation environnementale comparative



# L'APPROCHE MULTI-ÉTAPES



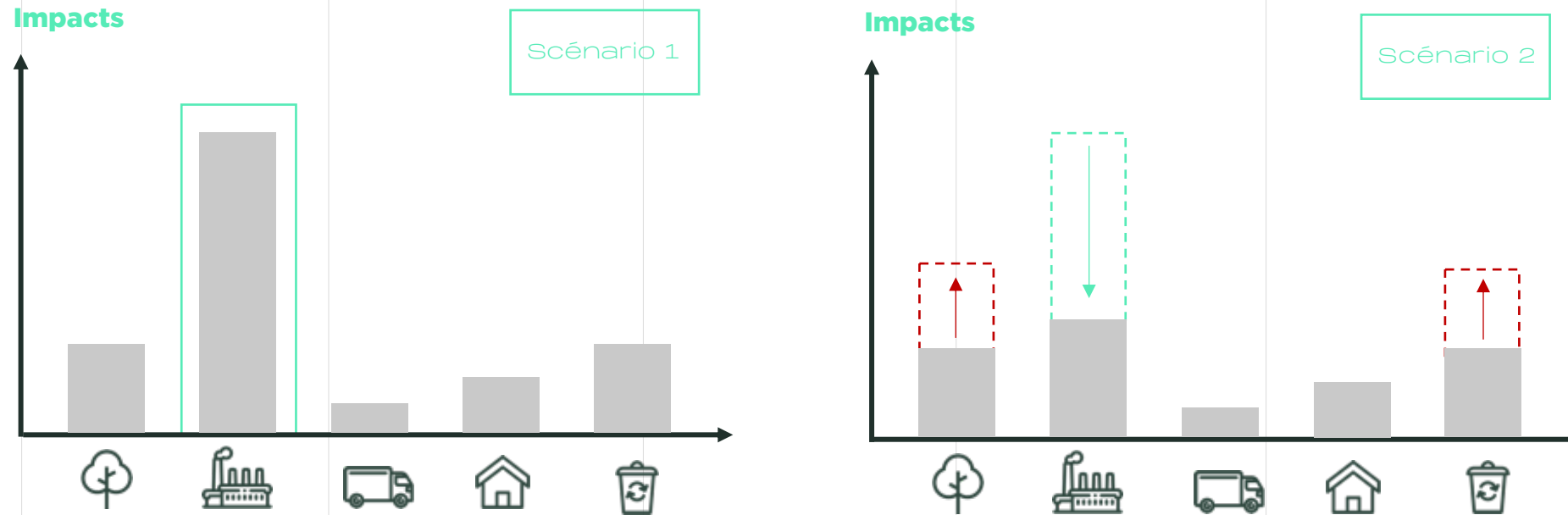
# L'APPROCHE MULTI-CRITÈRES



Définition de l'éco-conception

# ÉVITER LES TRANSFERTS DE POLLUTION

D'une phase du cycle de vie à une autre

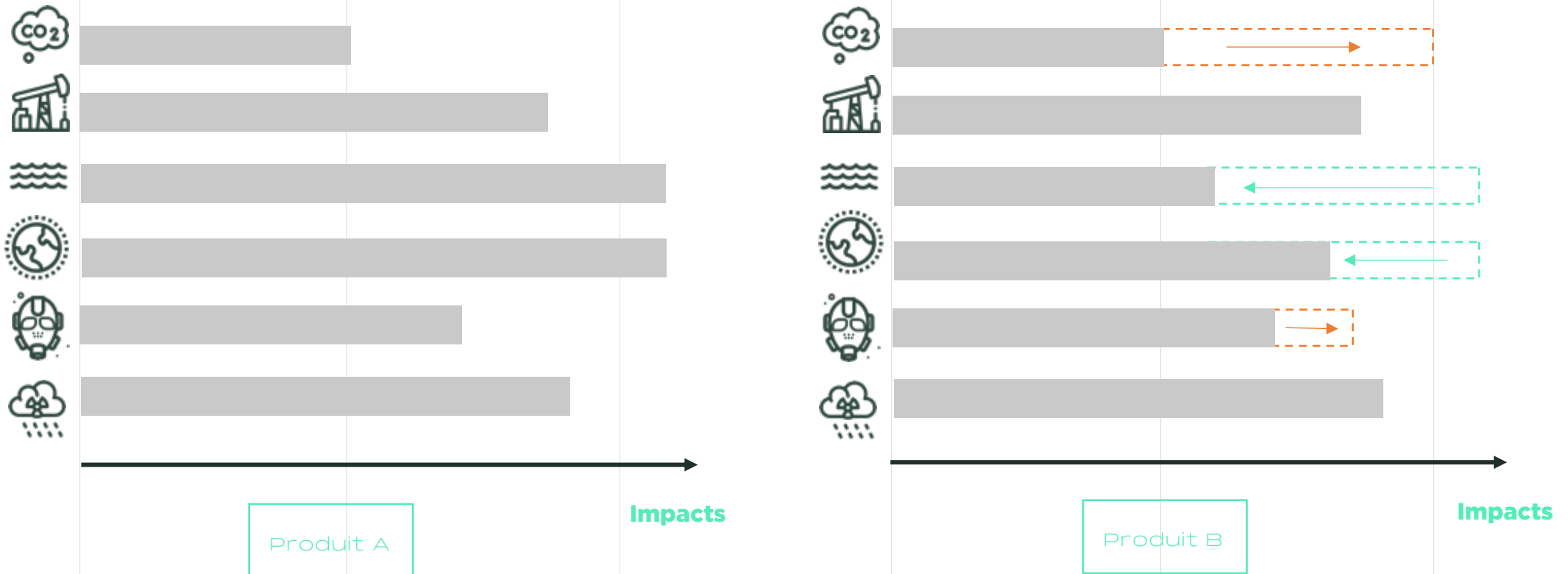


Une des grandes forces du raisonnement par étape du cycle de vie du produit est d'éviter *les transferts de pollution* en gardant une visibilité sur tout le cycle de vie.

Définition de l'éco-conception

# ÉVITER LES TRANSFERTS DE POLLUTION

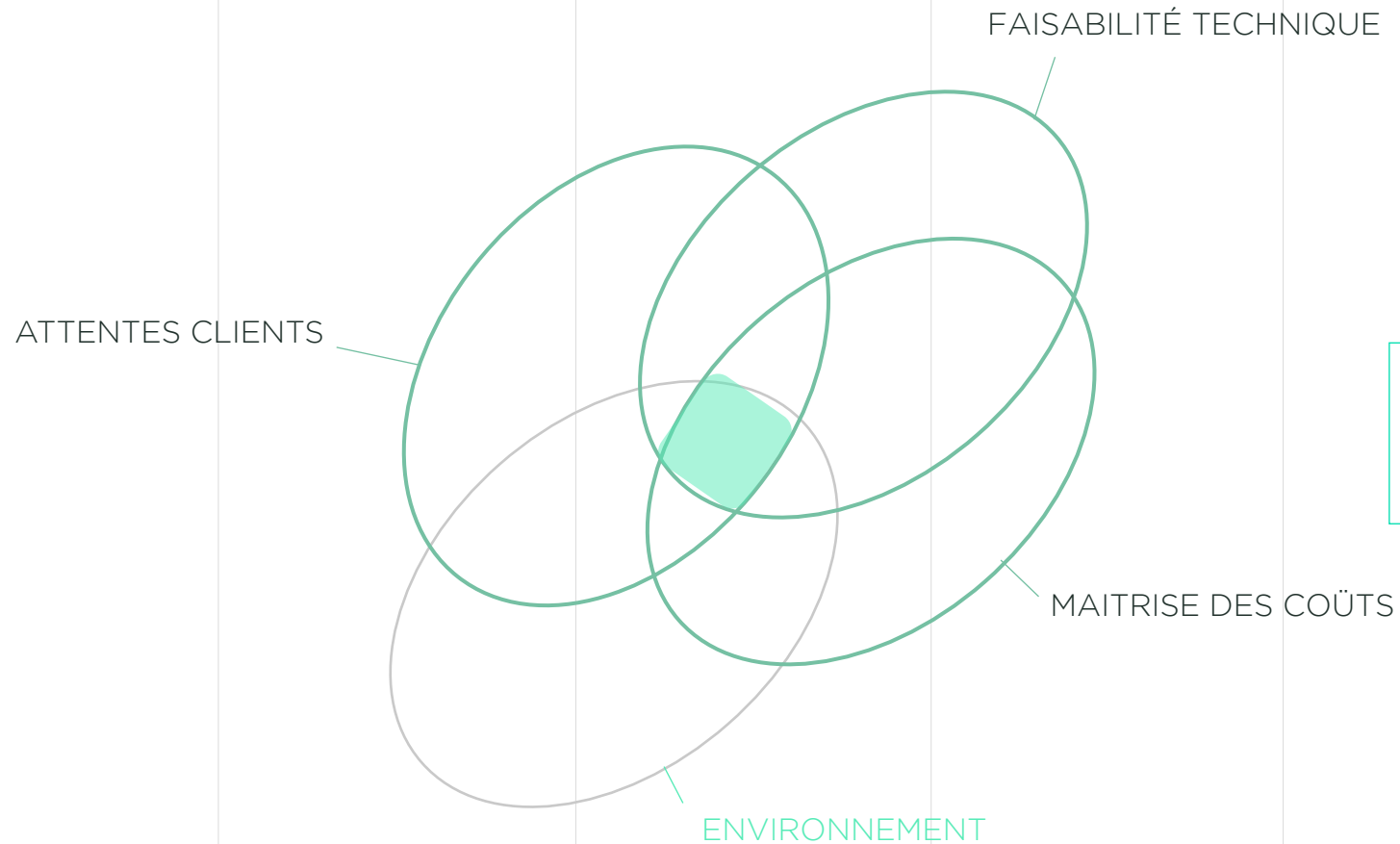
D'un critère d'impact à un autre





Définition de l'éco-conception

# COMPROMIS ENTRE LES ATTENTES ET L'ENV.



L'écoconception est une histoire de compromis

Définition de l'éco-conception

# RÉCAPITULATIF : L'ÉCO-CONCEPTION



- 01 Approche Produit
- 02 Approche Multi-Etapes (approche cycle de vie)
- 03 Approche Multi-Critères (vision globale)
- 04 Eviter les transferts de pollution
- 05 Approche de compromis

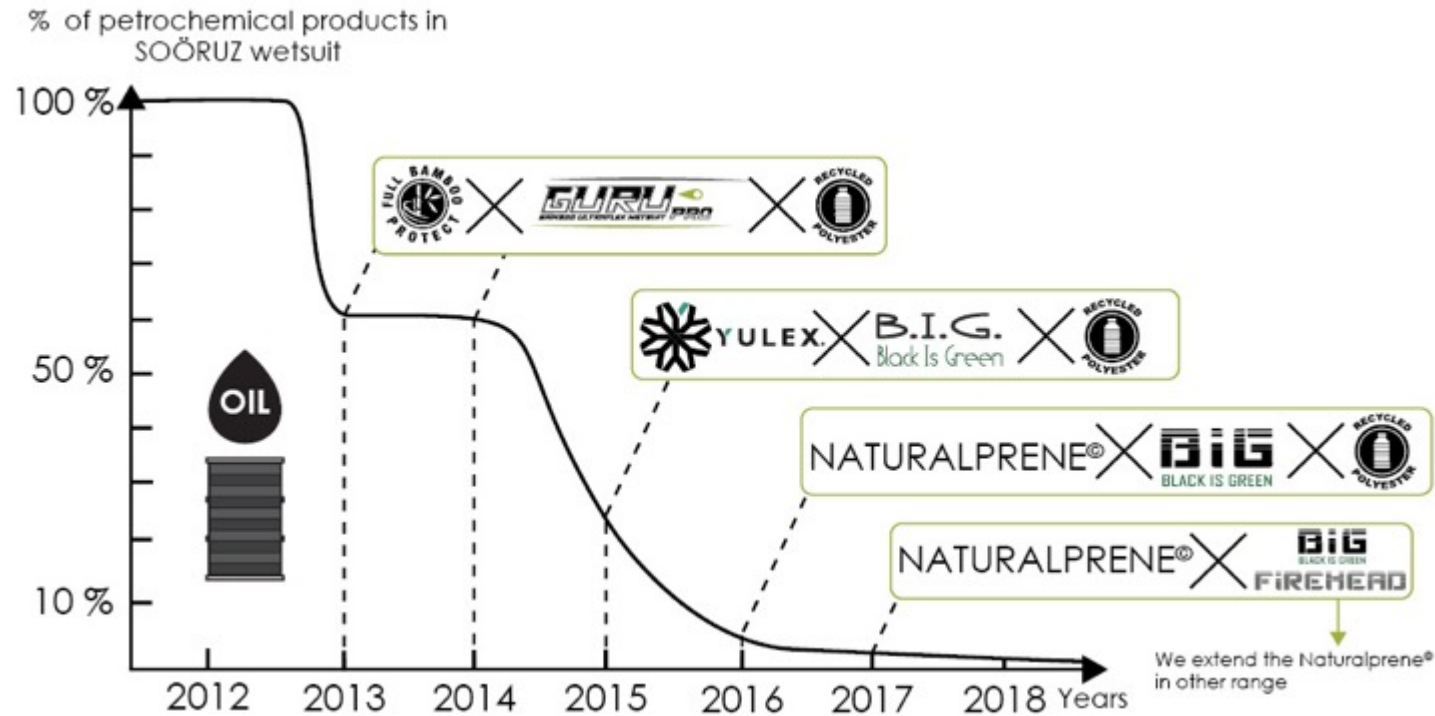
02

# EXEMPLES INSPIRANTS

**Soörüz** ●

Litha Espresso ●

## DÉMARCHE MATÉRIAUX ENGAGÉE DEPUIS DES ANNÉES



# SOORUZ

Think+  
The sustainable Link

We use earth mined limestone to replace petrochemicals in our neoprene. It comes from nature and has less environmental impact.



### G4-FLEX

The ultimate ultra-flex neoprene offers the most flexible and lightest wetsuit ever



### G3-FLEX

Very extensible neoprene, warm and light. Maximum of solidity and comfort

Carbon Black, one of the key ingredients of neoprene, can now be pyrolyzed from scrap rubber tires. This significantly reduces energy consumption and cuts CO<sub>2</sub> emission by 200g per wetsuit.

## Eco CARBON BLACK

72%  
CO<sub>2</sub> Emission Declined



2.698 KG CO<sub>2</sub> REDUCED PER WETSUIT

SOORUZ manufactures 30 000 wetsuits a year. If all of our customers choose to use these green technologies, together we can reduce an extraordinary volume of CO<sub>2</sub> emission every year.

## PAHS MINIMIZED FORMULATION

SOORUZ's neoprene rubber foam formulation eliminated near all of the polycyclic aromatic hydrocarbon (PAHs) substances.



5,000 kg  
Neoprene Waste Reborn Every Year

## NEOPRENE RECYCLING PROCESS

We recycle as much neoprene production waste as possible and turn them into qualified products, thus minimizing the waste that goes to landfills.



Using earth mined limestone to replace petrochemicals



Carbon Black, one of the key ingredients of neoprene, can now be pyrolyzed from scrap rubber tires



Eliminating PAHs from neoprene foam



Using water based laminating glue (VOCs)

## AQUAOL™ WATER BASED GLUE

The R&D team at SOORUZ turned solvent-based laminating glue into water-based glue, eliminating harmful volatile organic compounds (VOCs).



600g Solvent/VOCs Eliminated per wetsuit.

## DOPE-DYED YARN

Dope-dyeing infuses dye pigments into molten plastic solution to produce colored yarns without the dyeing process. This saves tremendous amounts of water while reducing energy consumption and water pollution.

\*Please refer to the current color collection for available colors.



Using dope-dyeing for yarns to reduce dyeing process



104 L Water Resource Conserved per kg of fabric

26% Carbon Footprint Reduced per kg of fabric

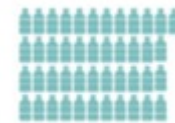
## RECYCLED POLYESTER

A wide selection of our fabrics are knitted with polyester yarn made from recycled plastic bottles. This helps reduce waste and material consumption at the same time.



Using plastic bottles for polyester production

45 Plastic Bottles



Fabrics for One Wetsuit





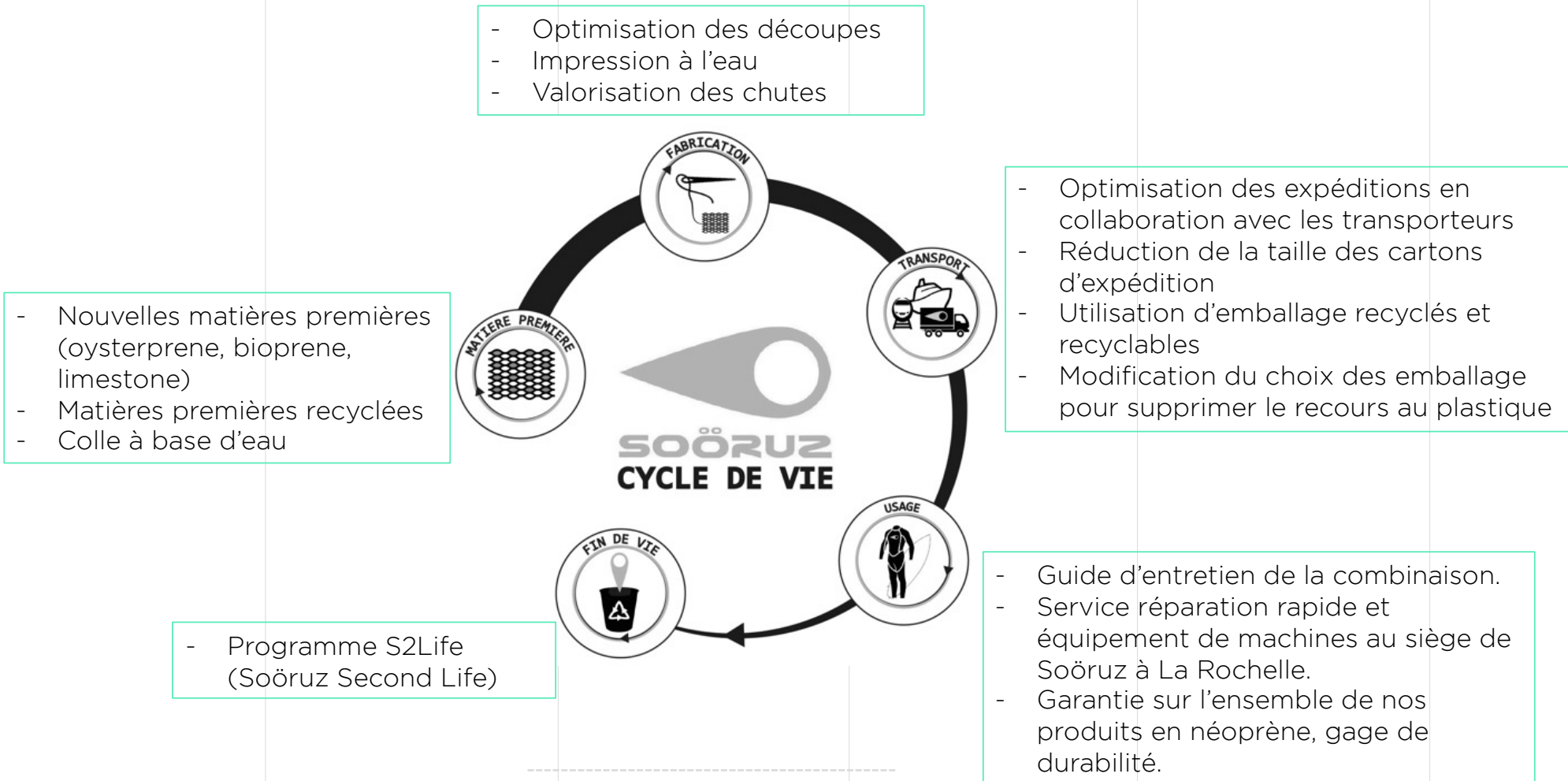
# OYSTERPRENE®

Une innovation Soörüz.  
Premier néoprène haute performance  
intégrant de la poudre de coquille d'huître.



# SOORUZ

## DÉCLINAISON DE LA DÉMARCHE SUR TOUT LE CYCLE DE VIE

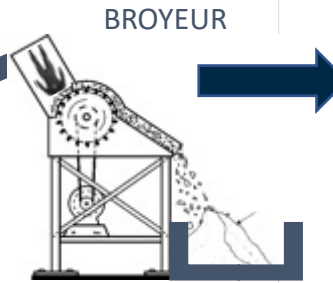
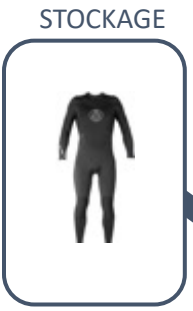


# PROGRAMME S2LIFE

Bacs de collecte shop France / école de surf/ wake park/école de voiles...

Transport La rochelle

L'atelier réparation et recyclage Soörüz



Think+ THE ECO-INNOVATIVE AGENCY

Projet interne Soörüz

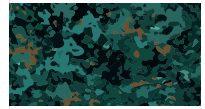


Collaboration avec d'autres marques



Rembourrage des poufs, assises de chaises etc...

D'autres débouchés étudiés



Rembourrage de sacs de boxe et autres

Quelques chiffres :

- 2019/2020 : 10 000 combinaisons collectés
- 2021 : 20 000 combinaisons collectés



02

# EXEMPLES INSPIRANTS

Soörüz ●  
**Litha Espresso** ●

# LITHA ESPRESSO



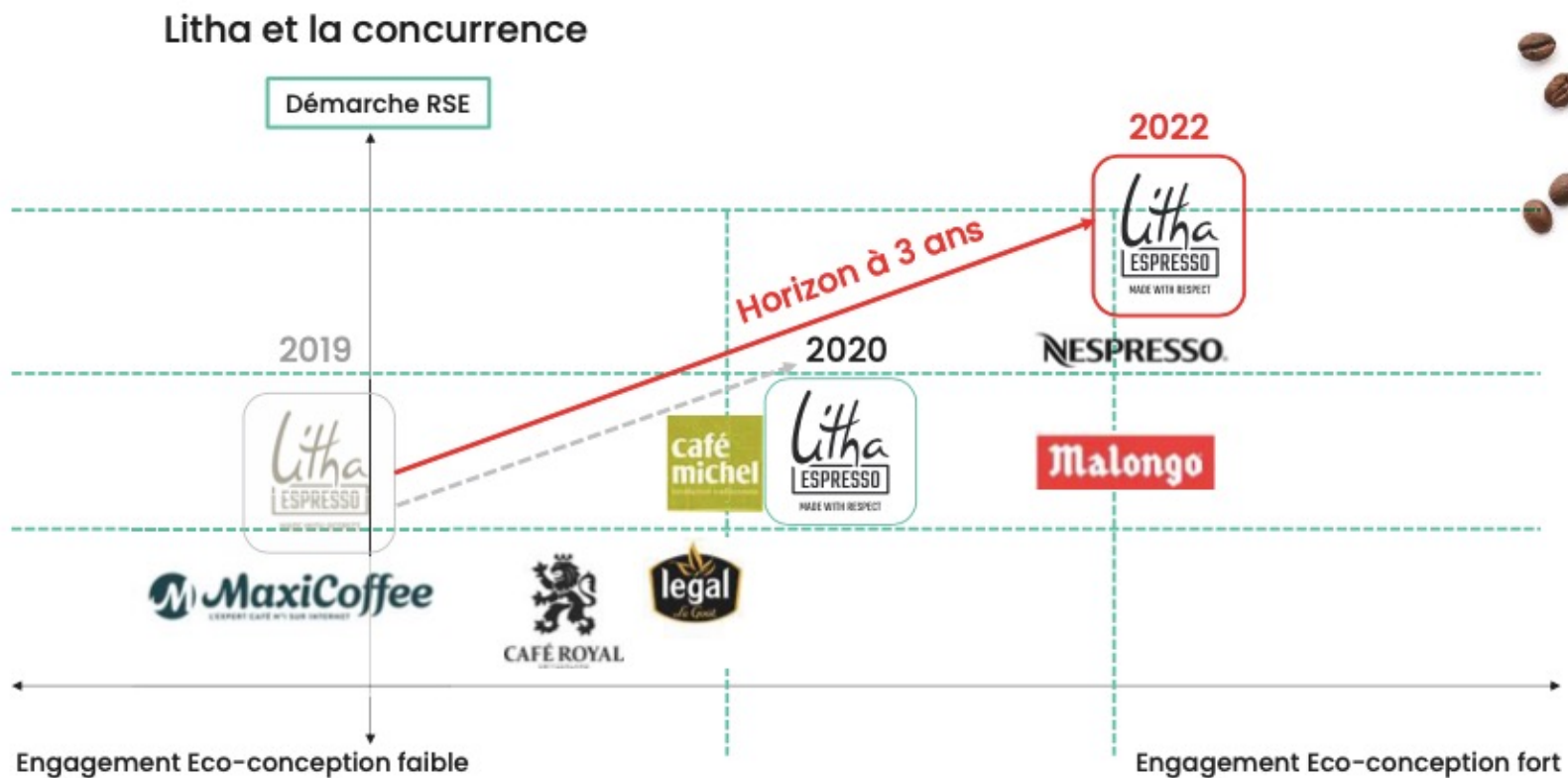
Que fait on des emballages ou du café non utilisé ?

Quelles sont les moyens mis en œuvre pour boire un café ?



# LITHA ESPRESSO

## Ambition en terme de développement durable





# LITHA ESPRESSO



- 5 % - Distribution
- 5 % - Fin de vie des capsules
- 10 % - Fabrication des emballages  
(matières et process de fabrication des capsules et pack)
- 30 % - La culture du café
- 50 % - A l'utilisation de la machine  
(énergie + lavage de tasses)

\* Représentation synthétique simplifiée des analyses de cycle de vie identifiées dans la recherche bibliographique

# LITHA ESPRESSO

Nous travaillons quotidiennement à la **réduction de notre empreinte environnementale**, en développant des innovations en cohérence avec notre **engagement éco-responsable et éthique**, au service de la planète et des hommes.



- Commerce équitable en garantissant un prix juste aux agriculteurs



- Selection de fermes gérées selon un modèle d'agriculture raisonnée certaines étant certifiées Rain Forest



- Développement de deux programmes sociaux :

- Au Mexique : Finca La Puebla

- Au Brésil: Fazenda da Lagoa



# LITHA ESPRESSO



## Une capsule compostable certifiée HOME COMPOST

LITHA commercialise une capsule d'origine végétale à plus de 80% et biosourcée. Elle est **100% compostable**. Garantie sans OGM, sans Bisphénol A et sans aluminium.



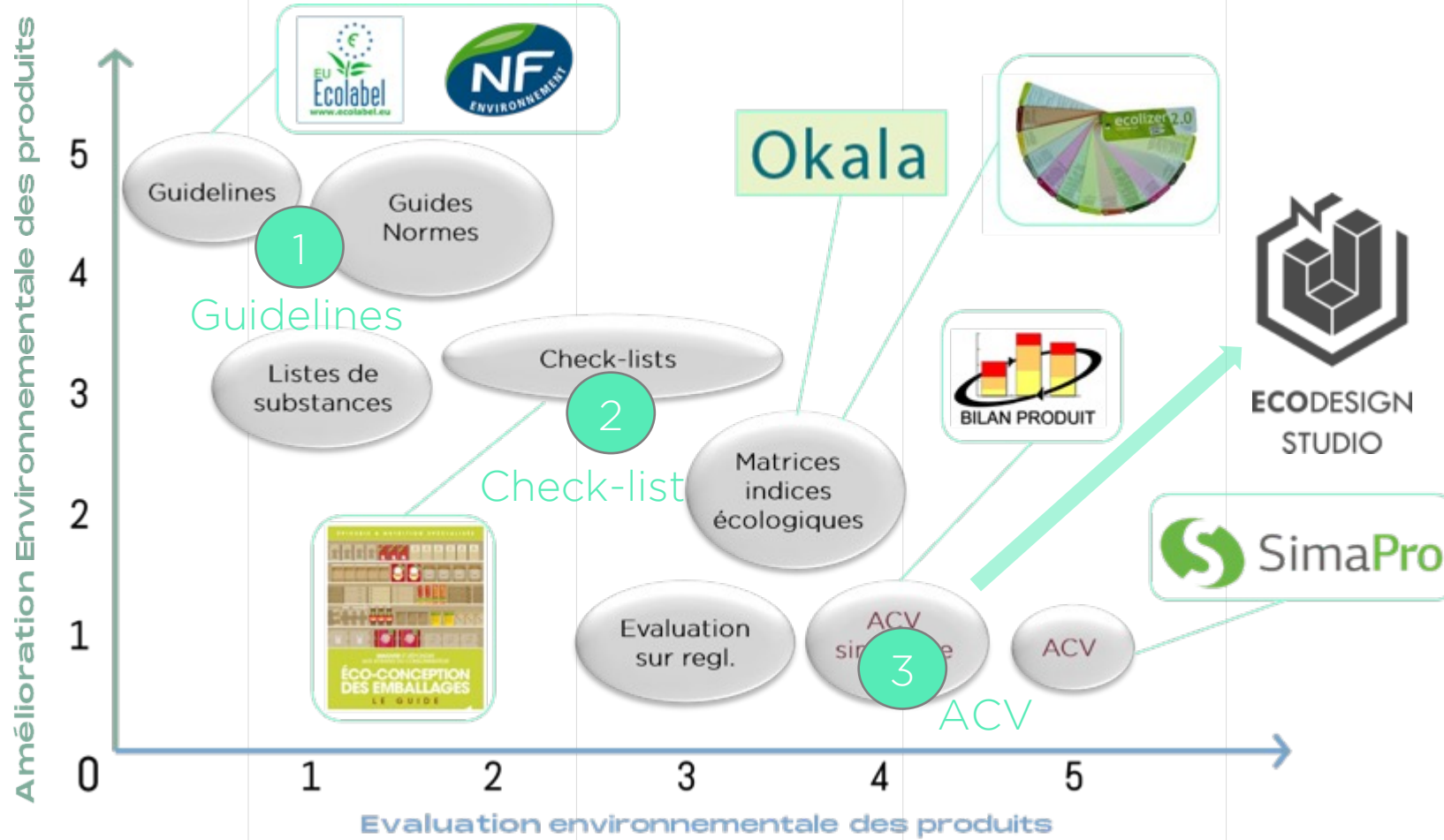
Nous avons même développé un circuit de collecte et de compostage en partenariat avec l'Ademe et la région Occitanie.



**03**

# PANORAMA DES OUTILS

# LES OUTILS





1

# GUIDELINES

Étapes du cycle de vie

Critères liés au secteur et au produit

Exigences pour obtenir la certification



INSTITUT TECHNOLOGIQUE

## LA MARQUE NF ENVIRONNEMENT POUR L'AMEUBLEMENT

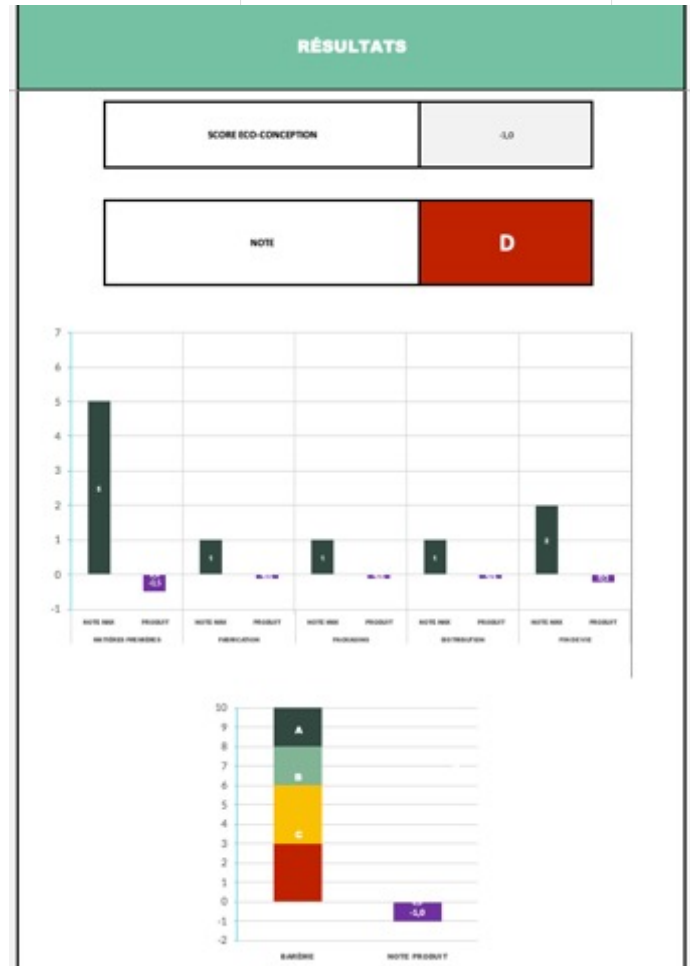
### Les 20 critères pour obtenir la Marque

	Critères	Exigences	
Production	1 – Description du produit	Décrire les matériaux constitutifs des produits à certifier et préciser les éventuelles étapes intermédiaires de production externalisées.	
	Approvisionnement en matières premières	2 – Origine et traçabilité du bois	Connaître l'origine forestière et le mode de gestion des approvisionnements en bois dont une part (en volume ou en masse) doit être d'origine certifiée : 70% pour les bois massifs et 50% pour les panneaux à base de bois.
		3 – Essences de bois	Préciser les essences d'arbres suivant la norme NF B50-001 et respecter l'interdiction d'utiliser des essences dont l'exploitation commerciale et l'exportation sont prohibées.
	4 – Non utilisation d'OGM	S'engager à ne pas mettre en œuvre de bois issus d'arbres génétiquement modifiés.	
	5 – Emissions de formaldéhyde et qualité de l'air intérieur	Disposer des rapports d'essais ou d'attestation démontrant pour les panneaux constitutifs des produits à certifier que les teneurs ou les émissions de formaldéhyde sont inférieures à 1/2 des valeurs de classement E1 telles que définies dans la norme NF EN 13986 : 2005. S'engager dans une démarche orientée « qualité de l'air intérieur » qui vise à qualifier selon les exigences de la série de norme ISO 16000 les émissions de formaldéhyde des échantillons représentatifs de panneaux revêtus et finis ou brut non revêtus constitutifs des gammes de produits à certifier.	
	6 - Composants en matières plastiques	Réaliser un marquage permanent des éléments en matière plastique qui ont une masse supérieure à 50 grammes et des éléments qui ont une masse inférieure à 50 grammes si la masse totale sommée par nature est supérieure à 100g. Réaliser les composants à partir d'un seul polymère ou de polymères compatibles en vue du recyclage.	
	7 – Textiles	S'approvisionner en textiles conformes aux critères écologiques définis dans le label écologique communautaire pour les textiles ou à un autre label écologique national ou régional ISO de type I ou au label Oeko Tex 100.	
	8 – Mousses de rembourrage	S'approvisionner en mousses polyuréthane souples certifiées au choix selon le référentiel CERTIPUR ou OEKOTEX 100. S'approvisionner en mousses certifiées au choix selon le référentiel EUROLATEX ou OEKOTEX 100.	
	9 – Retardateurs de flamme	Utiliser des retardateurs de flamme qui, au moment de la demande, ne sont pas intégrés dans : – la dernière liste en vigueur de substances "candidates à autorisation" (SVHC) – et/ou l'Annexe XVII en vigueur – et/ou le référentiel OEKOTEX standard 100 en vigueur.	
	10 – Utilisation des phtalates	Utiliser uniquement des phtalates qui, au moment de la demande, n'ont pas le statut de substances "candidates à autorisation" (SVHC) dans la dernière liste en vigueur. Les phtalates DINP, DIDP et DNOP ne sont en outre pas autorisés.	
	11 – Utilisation des nanomatériaux	Mettre en œuvre des produits de finition qui ne contiennent pas de nanomatériaux. Ce critère ne s'applique pas aux liants à base de résines polymériques en suspension.	
	12 – Verres et miroirs	S'approvisionner en verres et miroirs dont les émissions de polluants volatils correspondent au moins au classement A tel que défini par l'arrêté du 19 avril 2011 relatif à l'étiquetage des produits de construction. S'approvisionner en miroirs qui respectent la valeur limite de plomb résiduel présent dans un éventuel vernis de protection.	
	Conditionnement	13 – Système d'emballage	Utiliser des emballages recyclables ou ré-utilisables. Dans le cas d'un emballage en carton, celui-ci doit être composé à minima de 40 % de matériaux recyclés.
Transport et stockage	14 – Optimisation de l'encombrement	Pouvoir justifier la prise en compte de ce facteur avec des documents tels que les plans de chargement, la prise en compte lors de la conception des produits, les consignes de l'emballage... Interroger ses prestataires habituels de transport sur leur engagement dans la démarche « Objectif CO2 : les transporteurs s'engagent ».	
Utilisation	15 – Aptitude à l'usage	Être conforme aux exigences d'aptitude à l'usage telles que définies dans le référentiel de la - Marque de certification produit - considérée. Exemple : conformité NF éducation pour les tables scolaires.	
	16 – Consommation électrique des équipements d'éclairage intégrés au produit	Intégrer des sources de lumières dont la classe d'efficacité énergétique des lampes intégrées par le demandeur doit à minima correspondre au classement A tel que défini au tableau 1 de l'annexe VI Règlement délégué (UE) N° 874/2012 de la commission du 12 juillet 2012.	
	17 – Informations à fournir à l'utilisateur	Marquer le produit. Informé le consommateur de la signification de ce label et que des informations plus détaillées sont disponibles sur le site internet <a href="http://www.nf-environnement-ameublement.com">www.nf-environnement-ameublement.com</a> . Indiquer l'existence d'une filière spécifique de collecte et de traitement des déchets d'éléments d'ameublement (DEA)	
	18 – Services à l'utilisateur	Assurer le prolongement de la durée d'usage d'un produit en s'engageant à fournir, durant 5 années à compter de la date d'arrêt de production de la gamme concernées, les éléments fonctionnels d'origine ou des éléments remplissant des fonctions équivalentes.	
Fin de vie	19 – Séparabilité des matériaux	Prévoir la possibilité de séparer tout élément de masse supérieure à 50 grammes en fin de vie du produit.	
Cycle de vie global	20 – Limitation de l'énergie spécifique	Respecter les valeurs de seuils d'énergie spécifique de transformation de matières premières en un produit fini. Elles sont définies en fonction du produit : Siège de travail ≤ 900 MJ, bureau ≤ 1000 MJ, chaise ≤ 150 MJ, lit simple ≤ 680 MJ, ...	



# CHECK-LIST AVEC NOTATION

ANALYSE QUALITATIVE DU PRODUIT								
ETAPE DE CYCLE DE VIE	ELEMENTS		CRITERES	Pondération	SAISIE	POINTS		
MATIERES PREMIERES	50	MOUSSE	Pourcentage d'origine biosourcé	0%	0		5,0	
				Entre 0,1 % et 9,9%	1			
				Entre 10 % et 49,9%	4			
				Entre 50 % et 100 %	10			
	TEXTILE	[% via les quantités]	5,0	Typologie de textile	% d'origine pétrochimique			0
					% d'origine naturel			1
					% d'origine Recyclé Chimiquement			2
					% d'origine Recyclé Mécaniquement			4
					% d'origine Certifié Bio			4
					% d'origine certifié (Deko-tes, Etc...)			3
	MÉTAL	[% via les quantités]	40,0	Pourcentage d'origine recyclée des métaux	0%			0
					Entre 0,1 % et 9,9%			1
					Entre 10 % et 49,9%			4
BOODES			Présence de biocides (Meius de 20% des poids séchés en Matière première)	Oui	0			
				Non	0			
FABRICATION	10	5,00	Sélectionner le pays de production	Reste du monde	0			
				Europe	3			
				France	5			
PACKAGING	10	50%	Présence d'un packaging	Il y a-t-il un packaging d'expédition et/ou de vente ?	7			
				L'emballage contient des matières plastiques*	non recyclables (PS/ PU/ PVC)	0		
					uniquement recyclables (PEHD/ PEHD/ PET)	2		
					Aucun plastique n'est utilisé	5		
				Indicateur d'efficacité	25%	Le Matelas est roulé	Non	0
Oui	1							
Information	25%	Consignes tri	Non	0				
			Oui	1				
Moyen de transport	50%	5,00	Utilisation de transport aérien	Oui	0			
				Non	1			





## 2 CHECK-LIST AVEC NOTATION

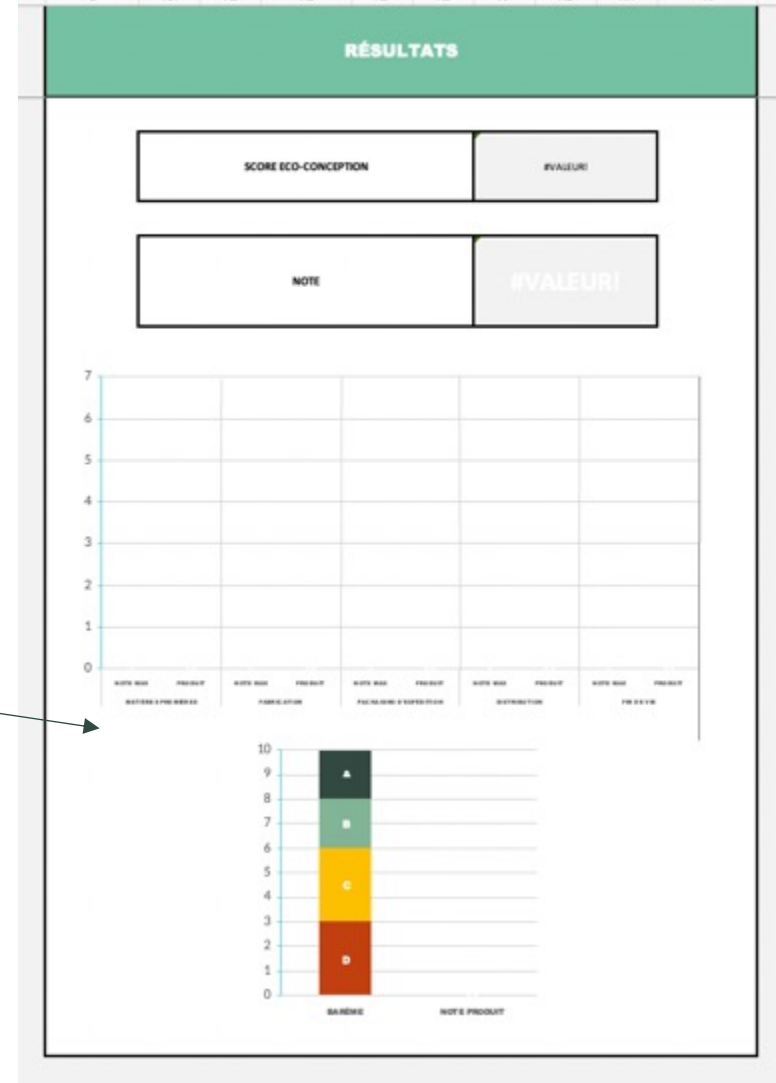
### SCORE Final

Répartition des notes qualitative

- Note sur 10
- Score : ABCD

Score final sur le barème :

- Note A, B - produit écoconçu
- Note C, D : produit non écoconçu



## ACV SIMPLIFIÉE : À QUOI ÇA SERT ?

1. CALCULER L'IMPACT D'UN PRODUIT
2. IDENTIFIER LES SOURCES D'IMPACT
3. IDENTIFIER ET COMPARER DES SOLUTIONS
4. GUIDER LES CHOIX DE CONCEPTION

# ACV SIMPLIFIÉE

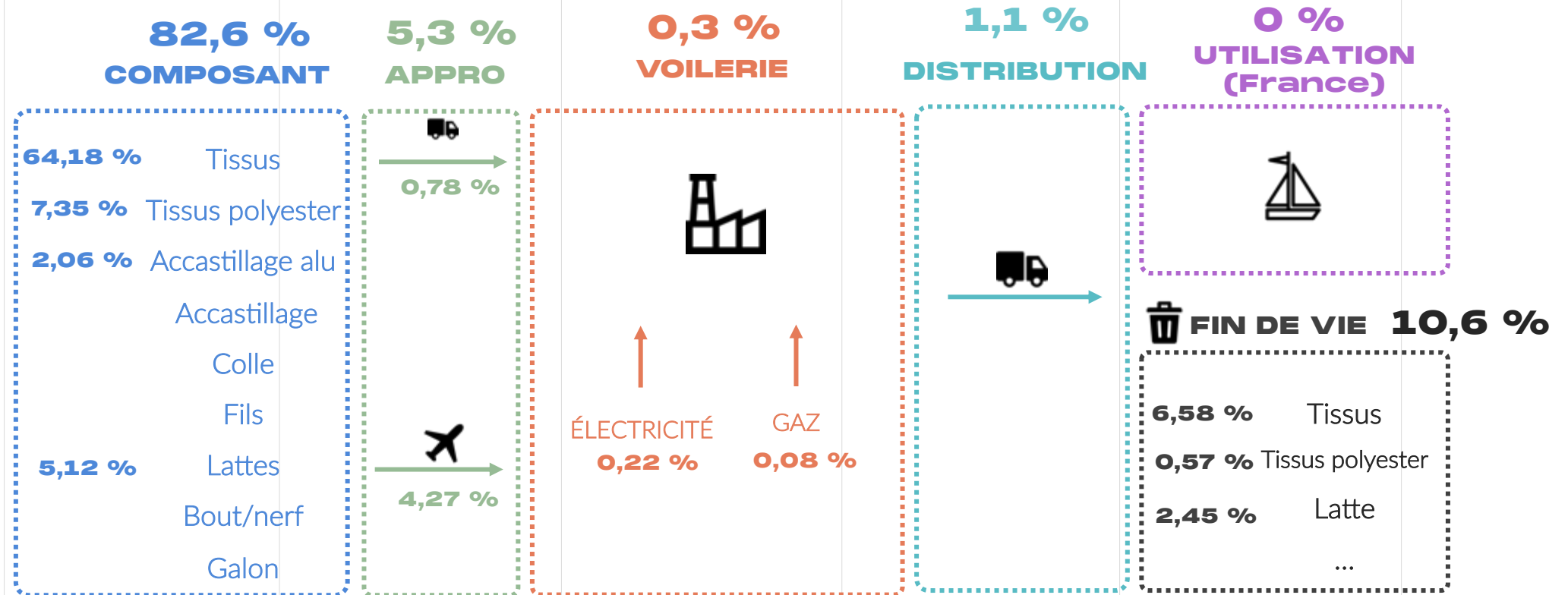
## CYCLE DE VIE DU PRODUIT



## INDICATEURS D'IMPACTS



# ACV D'UNE VOILE DE BATEAU



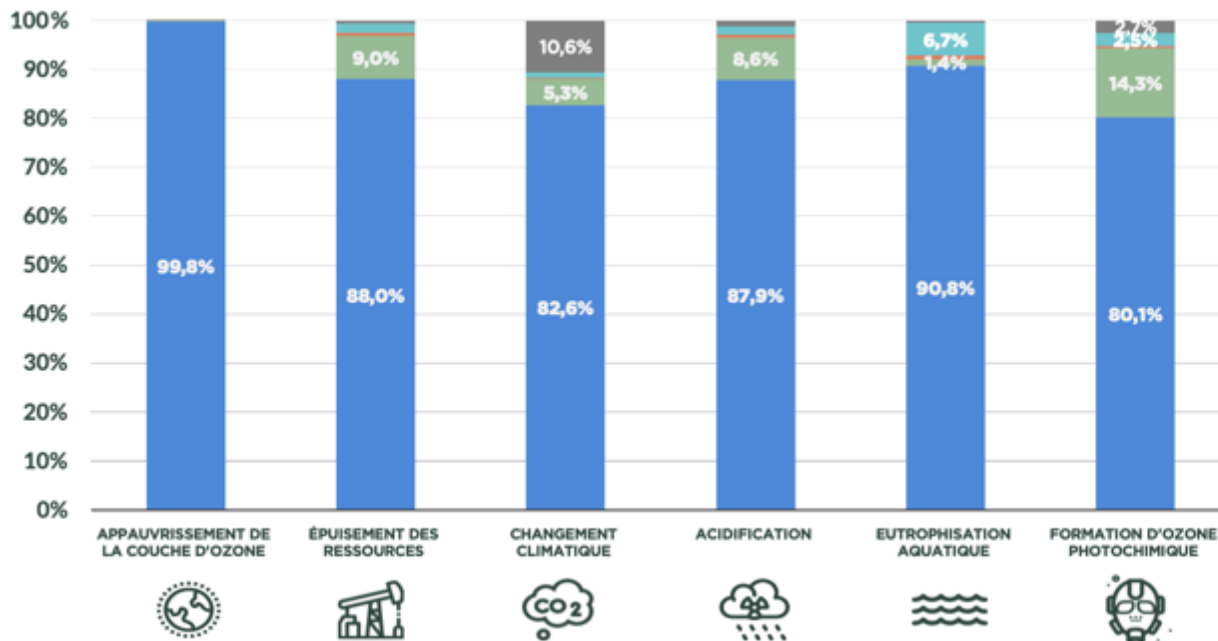
3

# ACV SIMPLIFIEE

Une grande voile :  
620 kg CO<sub>2</sub>  
Sur 20 an (UF):  
4 340 kg CO<sub>2</sub>



Think+  
The sustainable Link



■ COMPOSANTS

■ APPROVISIONNEMENT

■ FABRICATION

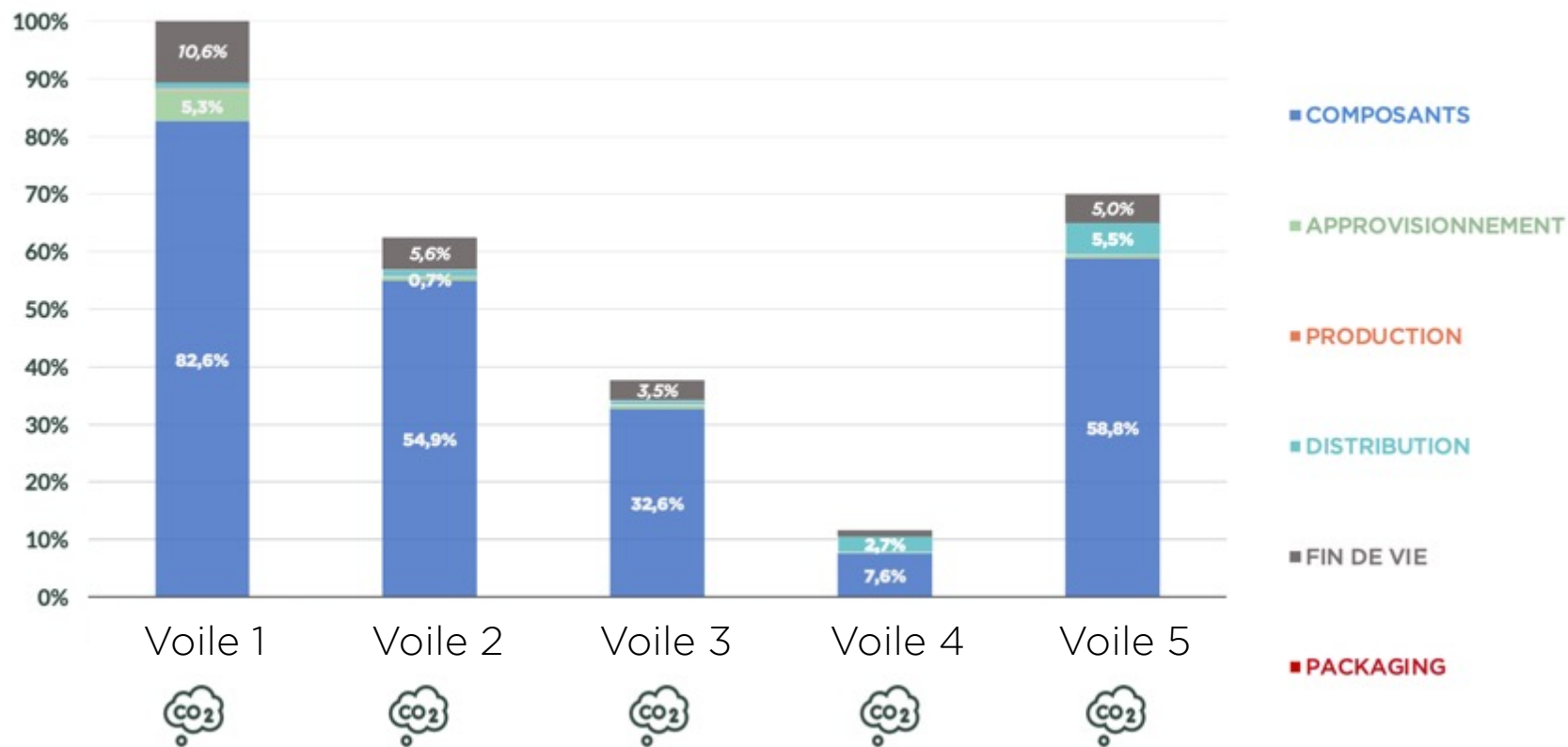
■ DISTRIBUTION

■ FIN DE VIE

- Les **composants** représentent 82,6 % du CO<sub>2</sub> émis.
- L'**approvisionnement des composants** vers la voilerie représente 5,3% du CO<sub>2</sub> émis.
- La **fin de vie de la voile** représente 10,6% du CO<sub>2</sub> émis.
- La **distribution et la fabrication** de la voile ne représente que 1,4% CO<sub>2</sub> émis.

# ACV COMPARATIVE

COMPARAISON DES 5 VOILES SUR L'INDICATEUR CARBONE



04

# EXEMPLE D'ACV



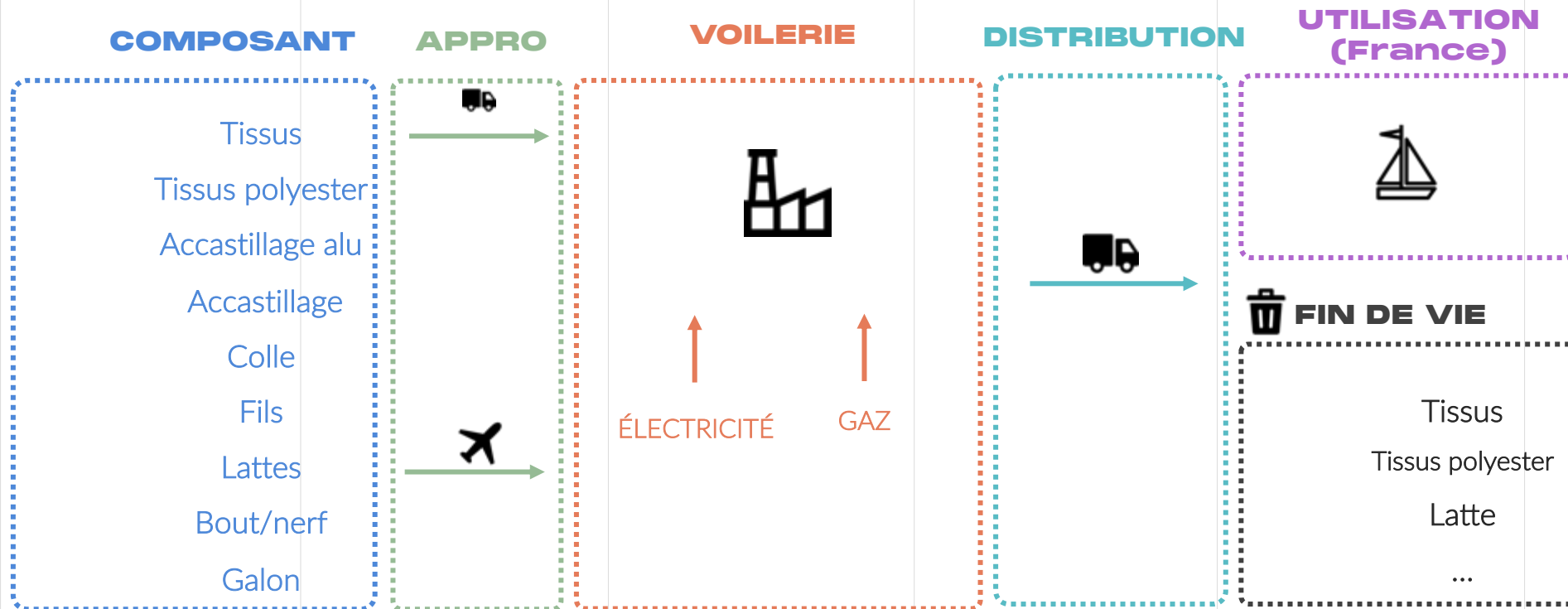
# ACV D'UNE VOILE DE BATEAU



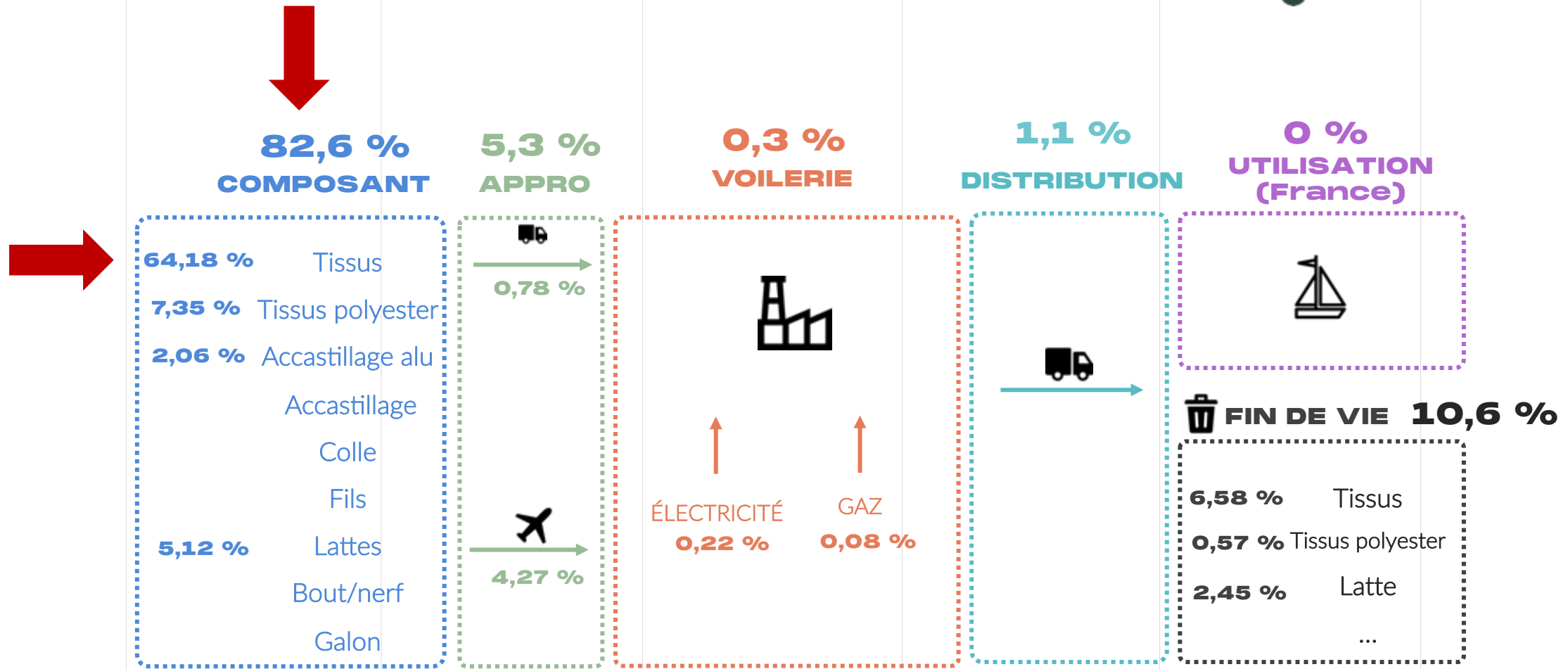
Grande Voile

# CHAINE DE VALEUR

Où se situent les impacts ?



# ACV D'UNE VOILE DE BATEAU



# EXEMPLE DE LA VOILE DE BATEAU

## ÉTUDE DE 3 TISSUS POUR CHOISIR LA MEILLEURE ALTERNATIVE

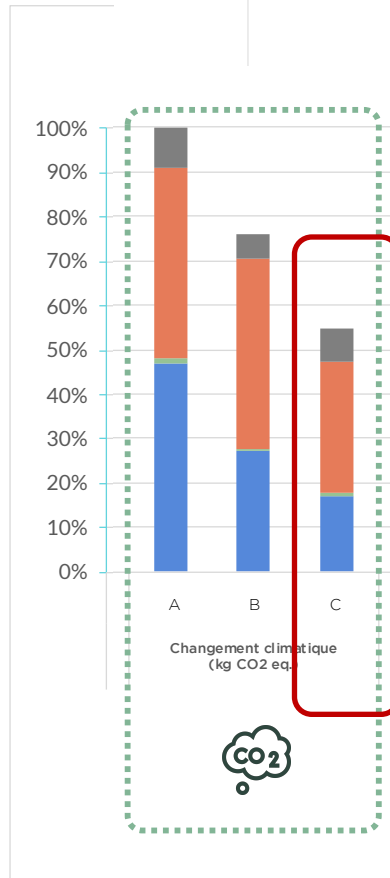


Le tissu C permet de réduire l'impact carbone de 40%

→ ÉTAPE 1  
SUBSTITUER LE TISSU A PAR DU TISSU C

# EXEMPLE DE LA VOILE DE BATEAU

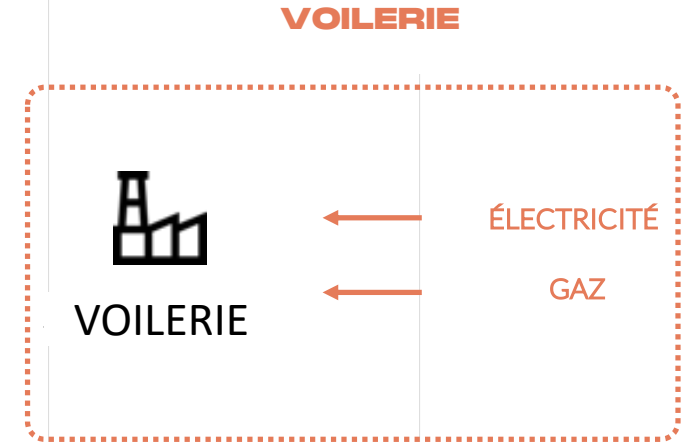
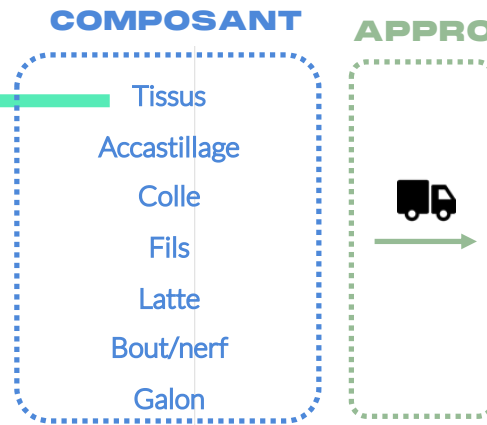
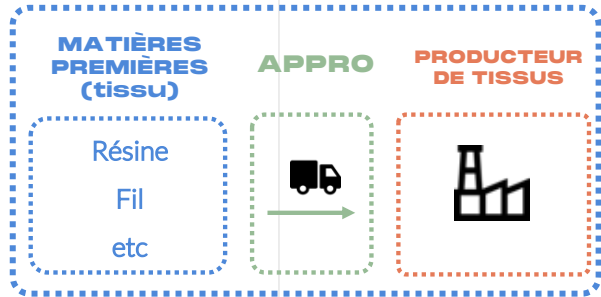
## ÉTUDE DE 3 TISSUS POUR CHOISIR LA MEILLEURE ALTERNATIVE



Comment réduire les impacts du tissu C ?

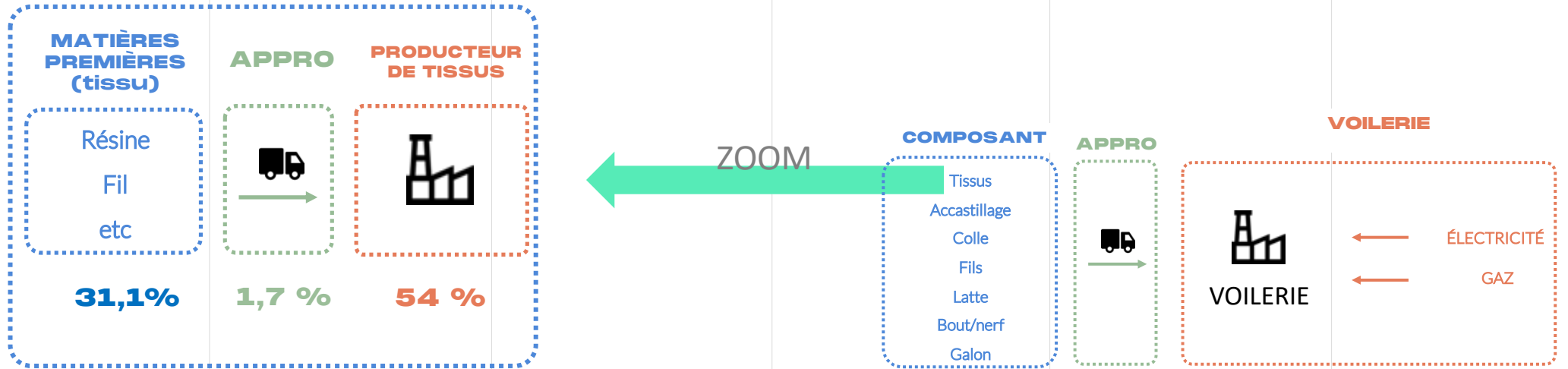
# ZOOM CHEZ LE FOURNISSEUR DU TISSU C

Chaque tissu nécessite une production en amont de la voilerie



Où se situent les impacts ?

# ZOOM CHEZ LE FOURNISSEUR

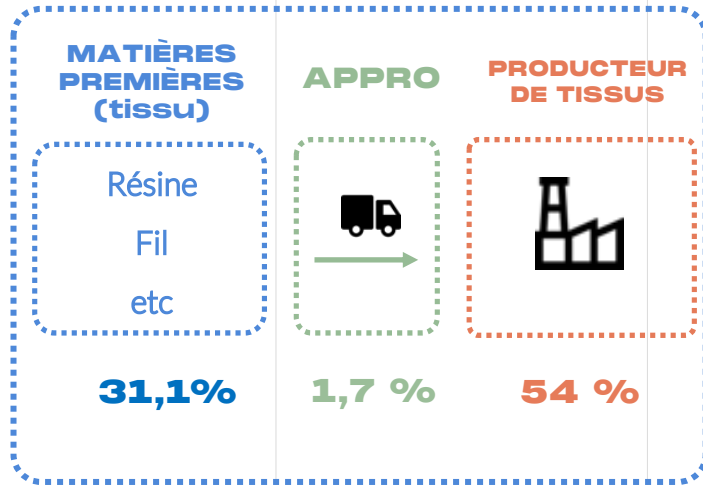


MATIÈRES	CONSO	MATIÈRES	CONSO
Films 2 %	Électricité 21,6 %	Films 2 %	Électricité 21,6 %
Colle 12 %	Gaz 15,8 %	Colle 12 %	Gaz 15,8 %
Fil PET 17 %		Fil PET 17 %	

Red arrows point from the 'Colle' and 'Fil PET' rows to the 'CONSO' column.



# ZOOM CHEZ LE FOURNISSEUR



MATIÈRES		CONSOMMATIONS	
Films	2 %	Électricité	21,6 %
Colle	12 %	Gaz	15,8 %
Fil PET	17 %		

Red arrows point from the 'MATIÈRES' column to the 'CONSOMMATIONS' column.

## ÉTAPE 2 : RÉDUIRE LES IMPACTS DU TISSU C

- Explorer les alternatives possibles à cette colle et comparer les impacts environnementaux des alternatives
- Substituer le PET vierge par du PET d'origine recyclé (100%) permet de réduire d'environ 6% l'impact carbone total
- Identifier les sources de consommation électrique et adopter une démarche d'efficacité énergétique
- Explorer les alternatives possibles à l'utilisation du gaz.

# EXEMPE DE LA VOILE DE BATEAU

## L'ACV POUR GUIDER LES CHOIX DE CONCEPTION



VOILE EN TISSU A



VOILE EN TISSU C

ÉTAPE 1 -40% GRÂCE AU CHANGEMENT DE MATIÈRE

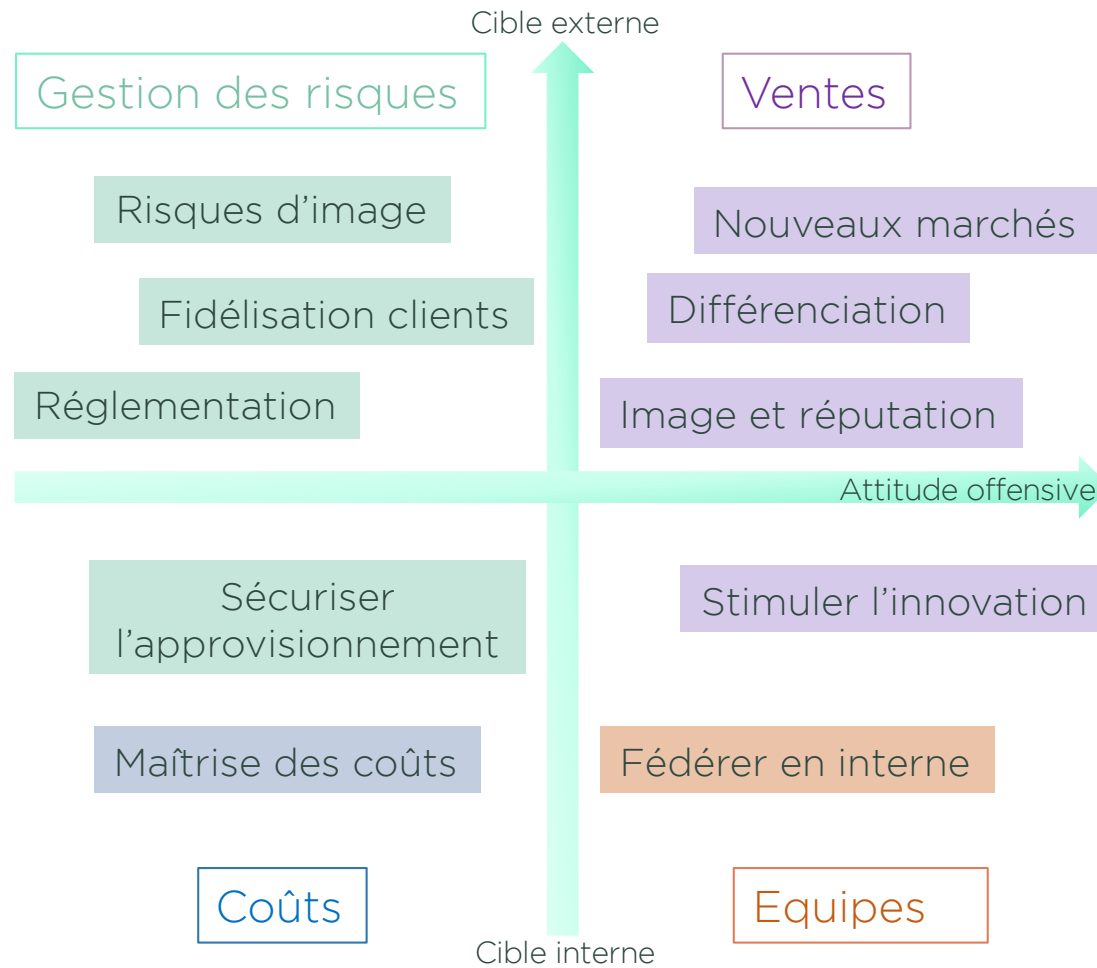
ÉTAPE 2 RÉDUCTIONS SUPPLÉMENTAIRE

- COLLE MOINS IMPACTANTE
- CONTENU RECYCLÉ
- PROCESS MOINS ÉNERGIVORE

**05**

# **LES FACTEURS DE SUCCÈS**

# POURQUOI L'ECO-CONCEPTION ?



# POURQUOI L'ECO-CONCEPTION ?

**34 %**

des entreprises engagées dans une démarche d'écoconception voient leurs volumes de ventes augmenter.

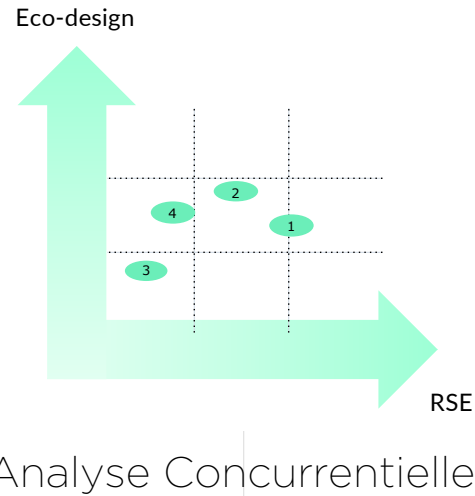
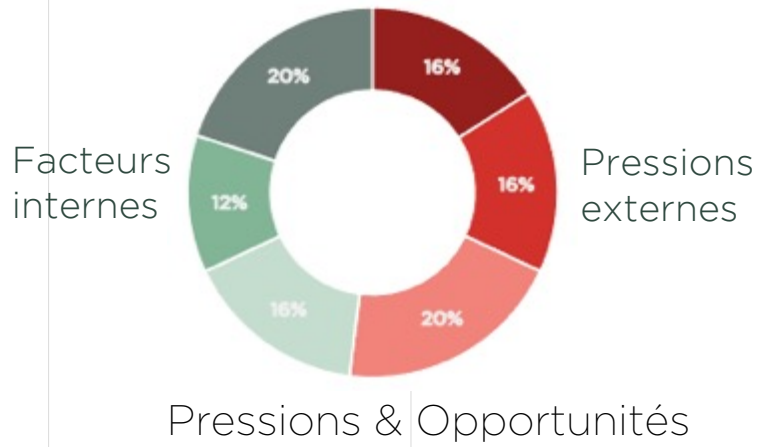
**Pour 40 %**

des entreprises, l'écoconception est un moyen d'anticiper les futures réglementations. (source : baromètre écoconception 2020 de l'ADEME).

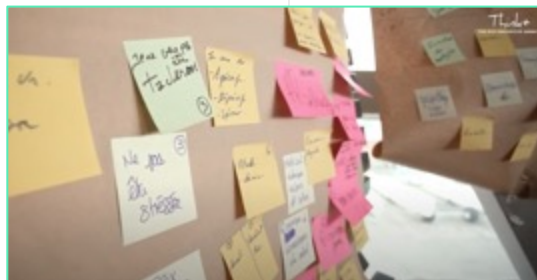
# LES FACTEURS DE SUCCÈS

1. UNE DÉMARCHE À 360°
2. UNE VISION GLOBALE
3. UNE ÉQUIPE PROJET MULTICOMPÉTENCES
4. L'APPUI DE LA DIRECTION

# 1. LA DÉMARCHE À 360°



Sensibilisation des équipes

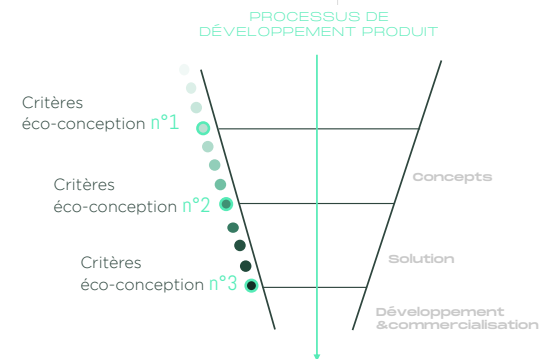


Définition des axes stratégiques

**AXES PRIORITAIRES**

N°	Intention	Objectifs	Indicateurs	Verdicts / Résultats
1. Réduire l'impact des matériaux de l'emballage	Réduire l'empreinte environnementale des matériaux et le % de recyclage	• Développer une gamme de boîtes en papier recyclé avec des matériaux d'origine renouvelable	2026	0-100% recyclable / 0 % de papier
2. Proposer des alternatives circulaires	Concevoir une nouvelle gamme de produits éco-conçus à 100% / Développer des nouvelles pratiques de conception	• Travailler sur une nouvelle génération de produits éco-conçus et recyclables / Réaliser 100% de produits éco-conçus	2027	Réduire 10% les matériaux / Réduire de 20% l'impact environnemental / Réduire de 10% l'impact carbone
3. Travailler sur une alternative au PVC (sans résine)	Substituer le PVC (résine) par un autre matériau innovant et éco-conçu	• Réaliser 100% de produits éco-conçus	2027	0-PVC / 0-Résine
4. Evolution de la Safety chain	Travailler avec les fournisseurs pour limiter l'impact de la safety chain	• Sensibiliser les fournisseurs aux enjeux produits éco-conçus / Développer de nouvelles solutions avec les fournisseurs / Travailler à optimiser les achats responsables	2026	Réduction de l'impact de la safety chain de 20% / Plus de 50% d'une palette d'achats responsables
5. Sensibilisation des clients	Sensibiliser les clients sur les enjeux environnementaux et les choix de leur emballage	• Informer les clients sur leur empreinte de CO2 / Créer des outils de sensibilisation de 100%	2026	Développer une offre intégrant la dimension environnementale / Former 100% de la force commerciale
6. Concevoir du plus près des besoins de distribution	Réduire l'empreinte environnementale de la distribution	• Développer un site de fabrication en France / Optimiser le réseau de distribution	2026	Réduction impact de distribution
7. Proposer les services éco-conçus	Proposer les services éco-conçus / Développer un plan profit autour de cette démarche	• Proposer les services éco-conçus / Développer un plan profit autour de cette démarche	2027	Plus de 50% de services éco-conçus / Développer un plan profit autour de cette démarche

Structuration d'une méthode



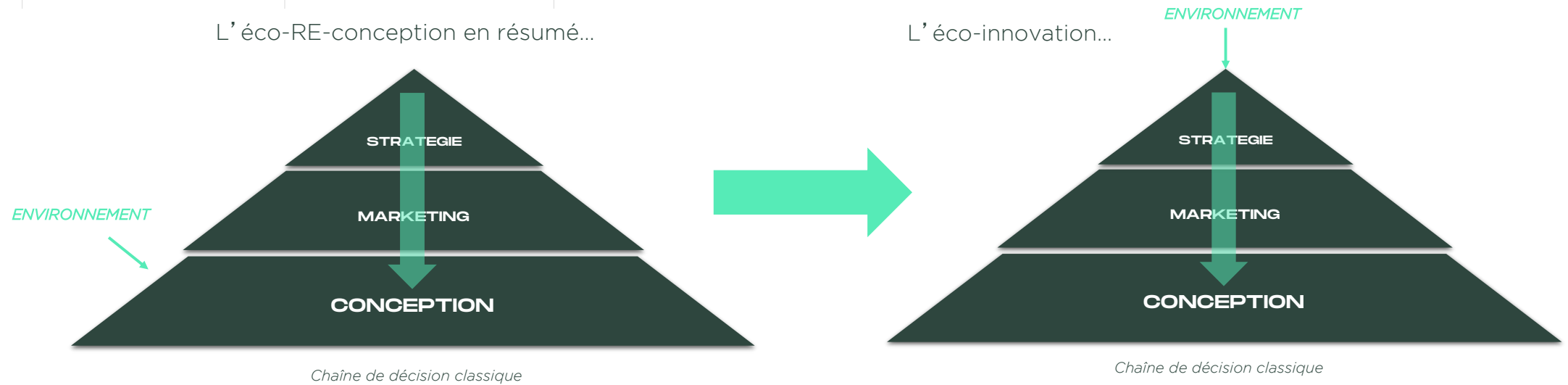


# 3. L'ÉQUIPE MULTICOMPÉTENCE

ECO-RECONCEPTION							ECO-INNOVATION				
Intensité de la démarche	Faible éco-efficacité							Forte éco-efficacité			
	Simple optimisation							Innovation du système			
Choix d'équipe n°	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Equipe à impliquer	Concepteur + Production + Service environnement + Service Après Vente + Commercial (Vente et Retour client) + Marketing stratégique + Autres (Qualité, Logistique Achat, ...)							Fournisseur et sous-traitant	Représentant(s) client	Instances politiques et/ou dirigeantes	
Contribution	Indispensable	Important	important	Intéressant	Intéressant	Innovant	Spécifique	Co-conception	Précision besoin client	une nouvelle organisation	
Investissement du dirigeant Dans la démarche d'éco-conception											

La multidisciplinarité de l'équipe projet et l'implication de tous les services sont essentielles à la réussite de la démarche d'éco-innovation

# 4. L'APPUI DE LA DIRECTION



On observe une mise en place de la démarche d'éco-innovation uniquement chez les entreprises dans lesquelles la direction est engagée dans le projet

# Think+

THE ECO-INNOVATIVE AGENCY

## AGENCE THINK +

**Vincent Collet**

Directeur

(+33) 6 95 34 95 83

[vcollet@agence-think-plus.com](mailto:vcollet@agence-think-plus.com)

[www.agence-think-plus.com](http://www.agence-think-plus.com)



[Agence Think +](#)



[@agencethinkplus](#)



[Agence Think Plus](#)



[Agence Think +](#)