

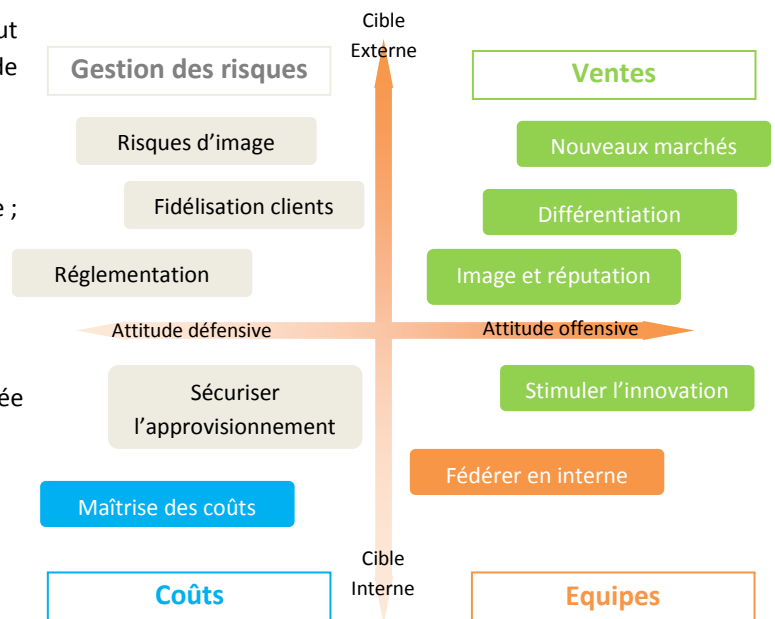


ECO-CONCEPTION : 4 RAISONS DE SE LANCER

4 RAISONS DE METTRE EN PLACE UNE DEMARCHE D'ECO-CONCEPTION

La mise en place d'une démarche d'éco-conception peut permettre de répondre à 4 enjeux majeurs de l'entreprise :

- **La gestion des risques** réglementaires, opérationnels, économiques ou encore d'image ;
- **La maîtrise voire la réduction des coûts**, notamment de matières premières, d'énergie ou de logistique ;
- **L'accroissement des ventes** et l'accès à de nouveaux marchés, grâce à l'innovation apportée par l'éco-conception.
- **La fédération des équipes** autour d'un sujet motivant et porteur de sens



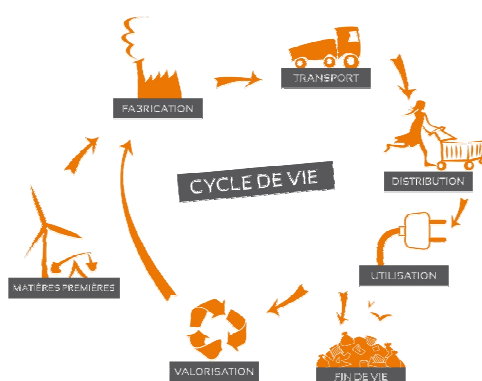
LA RECHERCHE DE NOUVEAUX BUSINESS MODEL

Confrontées à des évolutions structurelles majeures de la société, l'entreprise, qu'elle soit grande ou petite, cherche une réponse adaptée à des enjeux aussi variés que la maîtrise de ses approvisionnements en matières premières, l'adéquation de ses offres aux nouvelles attentes de ses clients ou bien encore sa responsabilité accrue en tant qu'acteur de la société. **L'émergence de ces nouveaux enjeux se confirme davantage chaque année, au point d'être devenu un élément de stratégie pour de nombreuses entreprises.**

L'ECO-CONCEPTION, UN LEVIER DE CREATION DE VALEUR

L'éco-conception peut être une solution à ces enjeux **stratégiques**.

Cette démarche s'attache à **étendre** le périmètre considéré lors de la conception d'un produit en considérant les enjeux (environnementaux, voire sociaux et sociétaux) que porte ce dernier sur l'ensemble de son cycle de vie.



L'éco-conception permet d'identifier **de nouveaux axes de création de valeur pour ses produits** et offre un **triple bénéfice** au dirigeant d'une société :

- **Patrimoine** : en augmentant la valeur de sa société (résultats, images).
- **Client** : en répondant davantage aux attentes et proposant des produits innovants.
- **Valeur éthique** : en intégrant les notions de responsabilité sociétale de l'entreprise.



ILS SE SONT LANCES

Déjà de nombreuses entreprises, **de tous secteurs et de toutes tailles**, se sont lancées dans l'éco-conception, et ont pu mesurer les bénéfices de cette démarche. Pourquoi pas vous ?

Parkeon

596 employés, CA 116,7 M€

« Le secteur d'activité de la mobilité urbaine, évolue vers l'intégration de plus en plus fréquente de problématiques environnementales dans les **critères d'achats et les appels d'offres**. Parkéon a très tôt mis en place une démarche d'éco-conception de ses produits afin d'en minimiser l'impact sur l'environnement. »

Cafés Richard

370 employés, CA 100 M€

« La réduction de l'épaisseur des emballages (-10%) a permis de **compenser la hausse des coûts** liés à l'augmentation du cours du pétrole en 2008. »

Michelin

19000 employés, CA 4,6 Mds€

« En remplaçant la vente de pneus par la facturation des kilomètres parcourus, autrement dit en proposant la gestion complète du parc de pneumatiques, **Michelin a très sensiblement augmenté sa marge**, en valeur absolue. Pourtant, le client a vu ses coûts baisser de 36%, ses frais de gestion interne disparaître puisque pris en charge par Michelin, et ses coûts de carburant baisser de 11% ! »

Arteprint

6 employés, CA 5,7 M€

« Le réaménagement des livraisons par navettes groupées a, en 2008, permis **d'économiser 60.000 €**. »

Lexmark

17500 employés, CA 4 Mds\$

« Pour Lexmark, l'environnement devient un **élément essentiel de compétitivité**, puisque rien que la réduction des déchets des matières premières, **c'est plus d'un million d'euros d'économies par an**. »

QUELQUES IDEES RECUES

- L'éco-conception, c'est l'histoire des chefs de produits**
FAUX. Si les chefs de produit ou les concepteurs sont naturellement au cœur de l'éco-conception, les responsables « achats » ou encore « logistiques » ont une contribution essentielle à apporter à une démarche d'éco-conception.
- L'éco-conception, c'est un atout commercial pour l'entreprise**
VRAI. L'éco-conception offre de nouvelle opportunité de stratégie « marketing » à définir et déployer ! Au démarrage, il s'agira de convaincre de nouveaux clients et de fidéliser les clients existants.
- L'éco-conception, c'est accessible pour mon entreprise**
VRAI. L'éco-conception s'appuie sur les processus et compétences existants. La démarche nécessite d'être soutenue dans la durée par la direction, les compétences existent dans l'entreprise et ne demandent qu'à être organisées et renforcées.

POUR EN SAVOIR PLUS

Rendez vous sur le site de l'ADEME www.ademe.fr/eco-conception ou contactez votre référent ADEME régional.