

L'écoconception

une innovation rentable

L'écoconception intègre la protection de l'environnement dans la fabrication des produits. Bien pensée, elle représente aussi une solution pour maîtriser les coûts et un levier pour l'innovation. Mais comment mener une démarche d'écoconception ? Avec quels retours sur investissement ? Des entreprises de la région livrent leurs premières expériences.



SAINT-ÉTIENNE (page 11)

DOSSIER Environnement

Le 16 septembre dernier, le Pôle écoconception a officiellement ouvert ses portes à Saint-Étienne. “L’objectif de ce nouveau centre de ressources est de sensibiliser les PME-PMI et de leur faciliter l’accès aux démarches d’écoconception à travers la formation, la recherche (avec des partenaires techniques et universitaires), la mise en réseau (entreprises relais, partenaires financiers et techniques) et la diffusion d’outils”, explique Samuel Mayer, chargé de mission environnement à la Chambre de commerce et d’industrie de Saint-Étienne-Montbrison et responsable du pôle écoconception. Un an après le Grenelle de l’environnement, les instances économiques régionales affichent ainsi leur volonté d’intégrer l’environnement au cœur des préoccupations. Avec une certaine logique, puisque la vocation

industrielle de Rhône-Alpes confère à la région une antériorité sur ces questions.

Anticiper la réglementation

“L’écoconception, c’est prendre en compte la protection de l’environnement dans la conception des produits et des services, parmi les autres nécessités que sont les attentes des clients, la faisabilité technique, la maîtrise des coûts... Cela a parfois pu être fait par le passé de manière empirique. Il s’agit aujourd’hui de s’inscrire dans une démarche plus systématique”, poursuit Samuel Mayer. D’autant que l’évolution réglementaire y incite fortement les entreprises : directives et règlements sur les produits chimiques, les déchets d’équipements électriques et électroniques (DEEE), les emballages, les véhicules hors d’usage, etc. se sont multipliés ces dernières

SAINT-ÉTIENNE

Sveltus invente l'haltère poids plume

“Le principe de l’haltère est d’être lourd, peu importe avec quoi on le fabrique – généralement, une barre d’acier recouverte de caoutchouc ou du ciment recouvert de plastique... Notre gamme, elle, est légère : une simple enveloppe de plastique recyclé, que le client remplit chez lui avec de l’eau. Un disque de 13 kilos revient par exemple à 3 kilos.” Et voilà comment Robert Kruppa, créateur et gérant du fabricant d’articles de sport Sveltus à Roche-la-Molière (18 salariés, 2,8 M€ de chiffre d’affaires), inventa le premier haltère écoconçu ! Lancée cet automne sous la marque Éco’Fitness, la gamme complète (poids, disques, haltères...) a, elle, nécessité un investissement poids lourd : 100 000 euros pour la conception et la fabrication de moules. “Les produits sont fabriqués par des plasturgistes en Rhône-Alpes, alors qu’auparavant, nous importions de l’acier chinois. Avec l’évolution du coût des matières premières et des transports, l’écoconception devient vraiment rentable. Et pour le client final, le produit est environ 20 % moins cher.”

Paris osé pour Nature Cos

Nature Cos a ouvert le 4 octobre dans le centre de Paris deux magasins de 100 m² à l’enseigne de sa principale marque de maquillage, Couleur Caramel. “Il s’agit d’un test pour notre concept de vente de maquillage en libre-service, et surtout d’une vitrine pour notre marque”, avance Cédric Ferréol, cogérant de Nature Cos (50 personnes, 10,5 M€ de chiffre d’affaires). Dès sa création en 2003, la société de Bourdeaux-Péage s’est donné comme objectif “d’instaurer le développement durable dans le domaine des cosmétiques naturels”. Avec ses deux marques, Couleur Caramel et Elysambre (dont les contenants sont rechargeables dans les points de vente), certifiées 100 % naturelles par Ecocert, l’entreprise a défriché un marché en fort développement. Passée de 4 à 50 salariés en quatre ans, Nature Cos distribue ses produits dans plus de 3 000 points de vente et cherche maintenant à se développer à l’export, tout en déployant plusieurs unités de fabrication (Ardèche, Italie) en partenariat avec ses fournisseurs.

DRÔME



© D. Lattard

années. Pour Coralie Bêlicard, coordinatrice du programme "Objectif environnement" à la Chambre régionale de commerce et d'industrie (CRCI) Rhône-Alpes, une démarche préventive n'a que des avantages : "L'écoconception est une formidable incitation à l'innovation pour les entreprises. Elle leur permet de se différencier par rapport à la concurrence tout en anticipant l'évolution de la

Analyser le cycle de vie des produits

De plus, l'écoconception ne se limite pas à la fabrication, mais elle prend en compte toutes les étapes du cycle de vie du produit : depuis l'extraction des matières premières jusqu'au traitement des déchets en fin de vie. C'est ce qu'on appelle "l'analyse du cycle de vie" (ACV). "Jouer sur un seul critère n'est donc pas suffisant, c'est même souvent contre-

"L'écoconception est une formidable incitation à l'innovation pour les entreprises."

réglementation, qui va vers un durcissement des contraintes liées à la protection des ressources naturelles et de l'environnement."

Un club d'une cinquantaine de membres

Le mouvement est enclenché. Une cinquantaine d'entrepreneurs font déjà partie d'un club régional de l'écoconception animé par la CRCI, et les différentes CCI de la région proposent des prédiagnostics aux PME-PMI désirant se lancer dans une démarche structurée. Car pour produire "plus propre" tout en préservant le cadre de vie, si le simple bon sens est bien sûr nécessaire, il ne suffit pas. "L'écoconception se caractérise par une approche globale et multicritère : eau, air, sols, bruit, matières premières, consommation d'énergie... sont autant d'éléments à prendre en compte de manière systématique."

productif", poursuit Samuel Mayer. "L'évolution du cadre législatif joue un rôle moteur dans ce domaine", ajoute Samuel Cattiau, gérant de l'agence de design Étoile Azélie à Valence. "Pour la première fois, une entreprise qui crée un produit en est responsable jusqu'à la fin de sa durée de vie. C'est une incitation à s'engager de manière approfondie dans les ACV dès la conception. D'autant qu'anticiper sur la législation est aussi un moyen de devenir leader dans son domaine." Loup Design est une agence de design de Vienne (Isère) qui a choisi de proposer des prestations d'écoconception à ses clients. "Après une formation, nous avons ajouté cet outil à nos méthodes. Désormais, nous intégrons méthodiquement dans notre travail l'impact environnemental du produit, de sa conception à sa fin de vie", raconte Olivier Loup, gérant de la société.

En sachant qu'une fois ●●●



© V. Gortt

VILLEFRANCHE

Plattard ne laisse pas béton

C'est pour éviter la banalisation d'un produit très majoritairement utilisé dans les constructions modernes, mais dont l'image commence à se fissurer face au retour de matériaux de construction traditionnels, que la société Plattard, à Villefranche-sur-Saône, s'est lancée dans le bloc béton écoconçu. "Technibloc permet de remplacer la couche de ciment liant habituellement les blocs par une couche de mortier-colle beaucoup plus mince. Pour un mètre carré de mur classique, il faut compter de 70 à 90 kilos de ciment, contre 1,3 kilo de mortier-colle avec des techniblocs. Soit, au final, 10 à 15 tonnes de transport et de manutention en moins par maison", assure Bernard Sérol, responsable marketing et développement de Plattard (400 personnes ; 115 M€ de chiffre d'affaires). Environ 15 % plus cher, ce parpaing "vert" permettrait aux maçons de gagner deux jours sur un chantier de maison individuelle, assurant ainsi sa rentabilité. "Fabriqué dans nos centrales avec une matière première 100 % naturelle, notre produit est livré sur des palettes consignées", ajoute Bernard Sérol.



© D. Gillet

AIN

Sensus Metering Systems met de la légèreté dans ses compteurs

L'un des principaux fabricants internationaux de compteurs d'eau, de gaz et d'électricité, Sensus Metering Systems, à Neyron, était bien placé pour mesurer les apports de l'écoconception. "En développant une gamme de compteurs dont le corps est désormais en matériaux composites (polyamide semi-renforcé et fibres de verre) plutôt qu'en laiton traditionnel, nous avons un produit plus léger, à la durée de vie plus longue, qui demande moins d'énergie à fabriquer et est plus facile à recycler, et dont la matière première est désormais moins chère", explique Michel Jacquet, directeur commercial de Sensus France (35 personnes). Le produit, qui représente pour le moment 15 % des volumes dans sa catégorie, séduit des collectivités sensibles aux arguments du développement durable. "Nous devons pourtant faire de la pédagogie : pour beaucoup, dans notre secteur d'activité, seul le 'lourd' serait gage de solidité et de fiabilité", observe Michel Jacquet.

●●● quantifiées les atteintes à l'environnement à différents moments de l'existence du produit, le designer doit faire des choix. "Le plus important est d'être dans une démarche d'amélioration, même si l'on n'a pas souvent la possibilité de maîtriser à 100 % toutes les phases de vie d'un objet ni le contexte de son utilisation. Dans le cas d'un cartable écoconçu pour Lafuma, nous avons choisi comme critères d'amélioration les matériaux de fabrication et la recyclabilité. Pour d'autres produits, cela peut être la consommation d'énergie, le transport ou la protection d'une ressource non renouvelable", précise Olivier Loup.

À l'heure où le prix du pétrole et des matières premières atteint des sommets,

on comprend que ces arguments puissent désormais convaincre des entreprises jusque-là peu impliquées dans la protection de l'environnement. L'approvisionnement devient ainsi une contrainte de plus en plus forte pour les entreprises industrielles, et l'écoconception peut constituer une réponse.

Susciter des relocalisations industrielles ?

"C'est l'évolution des prix de l'acier – que nous faisons venir de l'autre bout du monde par cargos conteneurs – et l'augmentation du coût des transports qui nous ont fait nous interroger sur la possibilité de remplacer ce matériau par quelque chose de plus léger à manipuler, et qui serait transformé par un sous-traitant local",

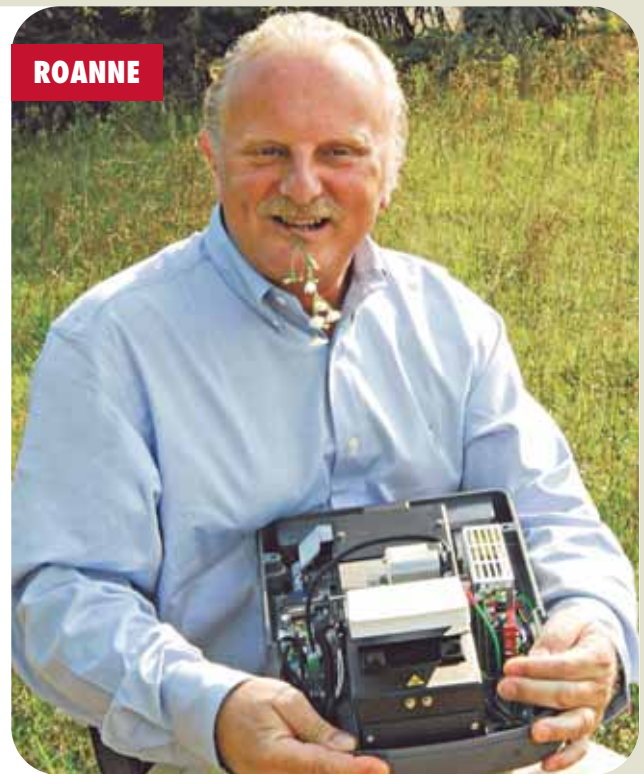
HAUTE-SAVOIE

Epure Design n'économise pas la matière grise

"L'écoconception, c'est faire moins pire." La boutade de Louis Ferreira, gérant de l'agence de design industriel Epure Design à Cran-Gevrier (4 personnes ; 475 k€ de chiffre d'affaires), lui sert souvent pour répondre aux interrogations de ses clients. "Nous avons ajouté la compétence 'écoconception' à nos activités en 2000 pour nous différencier. L'écoconception n'est jamais une demande de la part des entreprises, mais nous la proposons maintenant comme démarche globale aux clients qui veulent être des précurseurs", explique Louis Ferreira. Avec des arguments qui portent : "Non, il n'y a pas de surcoût de fabrication si le produit est vraiment écoconçu à la base. Un produit écoconçu nécessite peut-être moins de matières, mais plus de matière grise..." Résultat, l'écoconception représente aujourd'hui 25 % de l'activité d'Epure Design, avec une personne dédiée à plein-temps sur le sujet. Et des clients dans les domaines les plus divers : puériculture, bureautique, sport, bâtiment...

Noviloire anticipe l'évolution réglementaire

Dans un secteur déjà très contraint par la réglementation, le fabricant d'automates d'analyse pour laboratoires médicaux Noviloire a choisi de se donner une longueur d'avance. "Bientôt, les bilans environnementaux des produits seront exigés dès les appels. L'écoconception permet d'anticiper cette demande", observe Alain Pacoret, PDG de Noviloire, à Roanne (64 personnes, 18 M€ de chiffre d'affaires). Le dirigeant a commencé sa démarche par le biais du démantèlement. "Nous avons toujours repris les machines usagées de nos clients. L'idée est désormais de concevoir des machines recyclables à 90 % et démontelables en une demi-journée, contre deux aujourd'hui, et de proposer un nouveau service facturable. Comme tout autre investissement, l'écoconception doit être rentable", explique Alain Pacoret. Noviloire s'attaque aussi à la consommation électrique de ses huit références, à une meilleure organisation de sa logistique, à la récupération des emballages... "L'écoconception est un engrenage. Quand on a mis le doigt dedans, on ne s'arrête plus !"



© T. Béguin

explique Robert Kruppa, gérant de la société Sveltus (voir encadré). "Les paramètres concernant l'approvisionnement et les transports évoluent rapidement. L'écoconception peut aider les entreprises à en être moins dépendantes, notamment en gérant mieux leurs sites et leurs méthodes de production", note Samuel Cattiau. Ses plus audacieux partisans vont, eux, jusqu'à prédire la prochaine relocalisation d'activités industrielles grâce à l'écoconception. On est encore loin d'un mouvement massif. Même si l'on peut citer certains exemples. En 2006, avec l'aide des collectivités territoriales et de l'État, Sullair Europe, fabricant d'outils de compression basé à Montbrison (Loire), a relocalisé de la Chine et de la Turquie vers la Loire des lignes de fabrication de compresseurs désormais

"L'écoconception entre désormais dans les critères de sélection des fournisseurs et des sous-traitants."

écoconçus. Pour les dirigeants, le pari était de monter en gamme et de proposer, grâce à l'écoconception, des produits à plus forte valeur ajoutée.

Dépassé, le "green washing" !

L'exemple montre en tout cas que le stade du "green washing", ce "peinturlurage" en vert de quelques actions à destination d'un consommateur souhaitant se donner bonne conscience, semble aujourd'hui dépassé. "Bien sûr, nous avons commencé à pratiquer des prédiagnostics auprès d'entreprises évoluant dans des secteurs à fortes contraintes normatives et fabriquant des produits grand public – jouets, auto-

mobile, électronique, agro-alimentaire. On pourrait dire que pour elles, pouvoir afficher une démarche d'écoconception auprès du consommateur final est immédiatement payant, relate Samuel Mayer. Mais nous sommes désormais dans une deuxième phase. Ce sont aujourd'hui des fabricants de machines-outils qui s'engagent dans cette démarche. Pour eux, il n'est pas question d'affichage, mais juste de répondre aux demandes de clients et donneurs d'ordres pour qui l'écoconception entre désormais dans les critères de sélection de leurs fournisseurs et sous-traitants." Une logique qui suit la dématérialisation de ●●●



© G. Piel

SAVOIE

La Magic Potion rend la neige plus verte

À base de paraffine et bourrés d'additifs, les farts des skieurs se retrouvent dans les cours d'eau et les nappes phréatiques après la fonte des neiges. Dix ans de recherche en partenariat avec des spécialistes des nanotechnologies ont permis à Didier David de développer Magic Potion, le premier fart "formulé uniquement avec des produits non toxiques et totalement biodégradable dans les sols". Le gérant de Magic Potion (Le Bourget-du-Lac, 100 k€ de chiffre d'affaires) décline aujourd'hui sa formule magique dans une gamme complète. "La suite logique, c'est maintenant de s'attaquer au contenant : nos nouveaux flacons seront fabriqués dans la région, avec un minimum de pièces pour être plus facilement recyclables. Nous envisageons même une deuxième vie, comme cendrier de poche, par exemple", continue Didier David, qui glisse : "Nous resterons dans les mêmes coûts de fabrication. Car pour le client final, le produit écologique ne doit pas être plus cher."



© F. Ardito

ISÈRE



© F. Ardito

●●● la production : "Les constructeurs automobiles se veulent aujourd'hui vendeurs de kilomètres, les fabricants de climatiseurs, fournisseurs d'air froid... Logiquement, leurs sous-traitants doivent élever leurs standards de production, et l'écoconception fait désormais partie de ces standards", poursuit le chargé de mission. Avec, à la clé, des économies d'énergie pour leurs clients, ou des produits plus facilement recyclables. Quant aux services proprement dits, ils sont eux-mêmes de plus en plus concernés, comme ces coursiers "verts" qui, sur leurs voitures électriques, à vélo ou en triporteur prennent le relais des véhicules utilitaires en centre-ville. La partie est-elle pour autant gagnée ? "Même si l'on ne maîtrise pas toujours l'ensemble des critères, il est important que l'écoconception

devienne un mode de fonctionnement, intégré par toutes les fonctions de l'entreprise, car elle fait évoluer l'organisation de tous les services : en s'emparant des questions d'environnement, d'impact, de développement durable, de recyclabilité, de seconde vie des produits, l'écoconception fait se rapprocher des fonctions, des services qui travaillaient peu ensemble. C'est le fonctionnement même de l'entreprise qui en est transformé", analyse Catherine Odinet, chef de projet de l'agence Epure Design à Cran-Gevrier (Haute-Savoie.)

Écoconcevoir sans oublier le consommateur

"La conjoncture fait qu'aujourd'hui les entreprises doivent payer le juste prix pour leurs approvisionnements et le transport de leurs marchandises. Si cela revalorise

Allibert : qui veut voyager loin ménage sa planète

Le tourisme peut-il être "durable" ? Peut-on voyager "responsable" ? "Oui", répond-on chez Allibert Trekking, une agence de voyages spécialisée dans l'organisation de randonnées au long cours en montagne ou dans les déserts du monde entier. La société est depuis février dernier certifiée "Agir pour un tourisme responsable" (ATR) par l'Afnor. "Créée par des guides de haute montagne sensibles au respect de la nature, l'agence ne pouvait concevoir son activité que par le biais du développement durable", explique Sylvaine Chevallier, coordinatrice de l'action "tourisme responsable". Chaque année, Allibert (90 personnes, 33 M€ de chiffre d'affaires) investit ainsi plus de 50 000 euros dans des actions diverses : tri des déchets au Maroc, forage de puits, microcrédit, etc. Mais l'engagement vaut aussi pour le fonctionnement quotidien de l'entreprise, avec la mise en place d'une gestion des déchets dans toutes les agences et le choix de l'écoconstruction pour le nouveau siège de Chapareillan.

la réflexion et les pousse à repenser leur manière de travailler en les rendant moins dépendantes des énergies fossiles et de leur approvisionnement en ressources non renouvelables, ce sera finalement positif pour tout le monde", observe un autre designer. "Après s'être parfois trop focalisée sur le produit lui-même, l'écoconception provoque aujourd'hui toute une réflexion sur notre rapport même à la consommation. Car le produit le mieux écoconçu peut se révéler contre-productif s'il ne rencontre pas d'écho chez le consommateur", argumente quant à lui Samuel Cattiau. Après les produits, nous devrions assister à l'essor de circuits de distribution écoconçus – parfois même,

pour certains d'entre eux, s'agit-il d'un retour : production locale, consignes, filière de réutilisation, marché de l'occasion, distribution de proximité, circuits courts, dématérialisation. À terme, ce serait donc l'entreprise dans son ensemble et le consommateur qui seraient à "écoconcevoir"... au risque, peut-être, de banaliser l'idée même d'écoconception ? "Je ne pense pas, réplique Samuel Mayer. Le fait qu'il apparaisse légitime à de plus en plus d'entreprises d'essayer de réduire l'impact de leur activité sur l'environnement est une bonne chose, et ce sera irréversible demain. Que certaines passent à l'action dès aujourd'hui, avec des résultats concrets en termes de parts de marché et en tirant un avantage concurrentiel, me paraît positif. Au contraire, celles qui ne le font pas seront pénalisées et finiront par disparaître. L'écoconception deviendra la norme pour tous. Dans cinq ou dix ans, face à la pénurie des ressources énergétiques, on n'en parlera même plus car ce sera intégré par tout le monde, entreprises et consommateurs." Au final, la question à se poser ne serait donc pas si l'entreprise doit se tourner vers l'écoconception, mais quand elle doit le faire. ■ M. Massip

NORD-ISÈRE

La recette longtemps mijotée de Bourgeat

Après le lancement de sa gamme écoconçue en 2007, le fabricant d'équipements pour cuisines professionnelles Bourgeat a choisi de pérenniser et d'amplifier sa démarche grâce à l'embauche d'un designer et au recours à un consultant extérieur. "Nous avons jusque-là travaillé un peu intuitivement : matériaux, consommation d'énergie, cycle de vie... Il nous faut maintenant pérenniser notre action en mettant en place une méthode qui sera appliquée à toutes nos gammes et à nos nouveaux produits", explique Gérard Rozier, directeur industriel de Bourgeat (Les Abrets, 260 personnes, 52 M€ de chiffre d'affaires). À terme, l'entreprise évoluera vers un système de management environnemental. "Nous préférons être dans une démarche d'amélioration continue et sensibiliser nos clients et fournisseurs dès maintenant plutôt que devoir réagir l'épée dans le dos. Ce que nous faisons aujourd'hui deviendra tôt ou tard une obligation réglementaire", prévient Gérard Rozier.



© F. Ardito

Ce dossier, réalisé pour la Chambre régionale de commerce et d'industrie, est diffusé par les magazines : *Présences*, Grenoble (34 000 ex.), *Info CCI*, Haute-Savoie (30 000 ex.), *Partenaires Savoie* (25 500 ex.), *Informations économiques*, Saint-Étienne-Montbrison (20 000 ex.), *Grand Angle OJ*, Ain (19 000 ex.), *L'Économie drômoise* (18 500 ex.), *Nord-Isère économie* (14 400 ex.), *Roanne éco* (10 000 ex.), *Entreprendre en Beaujolais* (6 000 ex.).

Photos : F. Ardito (Nord-Isère, Isère, Savoie), T. Béguin (Roanne), D. Gillet (Ain), V. Gout (Villefranche), D. Lattard (Drôme), G. Piel (Haute-Savoie), P. Rony (Saint-Étienne).
Contact : Magazine Présences.
Tél. : 04 76 28 28 76.

L'environnement, source de compétitivité des entreprises

ÉCONOMIES D'ÉNERGIE

- Identifier les gisements d'économie d'énergie,
- Maîtriser et rationaliser durablement ses consommations d'énergie.

INNOVATION ÉCO-CONCEPTION TECHNOLOGIES PROPRES

- Anticiper l'évolution de la réglementation,
- Se différencier en concevant des produits et services propres,
- Diminuer son empreinte écologique.

MANAGEMENT DE L'ENVIRONNEMENT

- Inscrire l'environnement dans sa stratégie,
- Franchir pas à pas les différents niveaux d'un Système de Management par Étape,
- Valoriser son engagement.

Informations, prédiagnostics, accompagnements, mises en réseau, formations... **les conseillers des CCI de Rhône-Alpes vous aident à mettre en œuvre des solutions performantes et économiquement rentables. Pour les contacter : www.rhone-alpes.cci.fr**

L'environnement, c'est plus facile avec sa CCI !

Programmes menés par le réseau des CCI de Rhône-Alpes en partenariat avec l'ADEME et la Région Rhône-Alpes

RhôneAlpes Région



les Chambres de Commerce et d'Industrie Rhône-Alpes

CRCI Rhône-Alpes

www.innovation.rhone-alpes.cci.fr

Des informations, des services pour toutes les PME et PMI qui souhaitent innover

Pourquoi **innover** ?

Comment faire **émerger** une **idée** ?

Comment **structurer** et **manager** un projet ?

Comment **développer** et **industrialiser** un produit ?

Comment **commercialiser** une innovation ?

Pourquoi établir un **partenariat** ?

Quels **réseaux** contacter ?

Informations

Dossiers de référence

Témoignages

Solutions

Actualités

Aides

Contacts

Agenda

Galerie des innovations rhônalpines

Quel que soit le stade d'avancement de votre projet, nos conseillers ont sélectionné des ressources qui vous aideront à le concrétiser !

Espace innovation Réseaux et solutions des CCI de Rhône-Alpes

www.innovation.rhone-alpes.cci.fr est le site portail des «Espaces Innovation» des CCI de Rhône-Alpes. Entièrement dédié à l'innovation, il donne accès sans exclusive aux services des CCI, de la CRCI Rhône-Alpes et de leurs partenaires.

CRCI Rhône-Alpes