

Operational performance



Enquête Eco-Conception

Synthèse des résultats

Novembre 2014

Les informations contenues dans ce document sont la propriété de Vinci Consulting & Bernard Mahé.

© Vinci Consulting 2014



- A. Introduction**
- B. Résultats consolidés du Panel
- C. Qui sommes-nous ?

■ Objectifs de l'enquête

- **Evaluer** l'approche éco-conception produits auprès d'un panel d'entreprises françaises
- **Positionner** les entreprises en matière d'éco-conception produits sur différents thèmes
- **Identifier** certains leviers d'amélioration

■ Périmètre et déroulé de l'enquête

- Sur 50 entreprises contactées, 40 ont participé à l'enquête
- 2 mois de préparation, 9 mois d'interviews et 1 mois d'analyse des réponses collectées
- 122 personnes de différents profils interviewées dans les entreprises

■ Contenu de l'enquête : 6 thèmes

- **Motivations** : motivations d'une démarche d'éco-conception
- **Organisation** : organisation/moyens/ressources mis à disposition pour éco-concevoir
- **Pratiques** : pratiques/outils mis en place pour éco-concevoir
- **Retour d'expérience** : retours d'expériences en matière d'éco-conception
- **Approche cycle de vie** : prise en compte du cycle de vie d'un produit lors de sa conception
- **Positionnement entreprise** : par rapport à ses marchés et à sa concurrence dans le domaine environnemental

■ Modalités :

- **Recherche du point de vue « entreprise »** : jusqu'à cinq interviews de différents profils par entreprise
- Interviews: pour chaque thème, des **questions fermées**, des **questions ouvertes** et des **commentaires**.

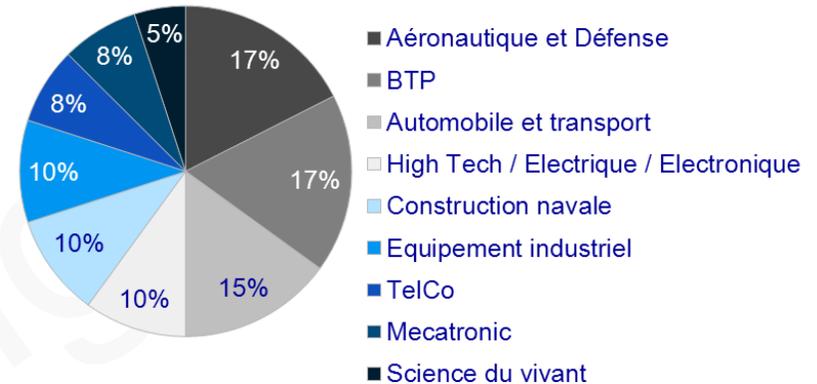
■ Les entreprises :

- 50 contactées, 40 participantes (le Panel)

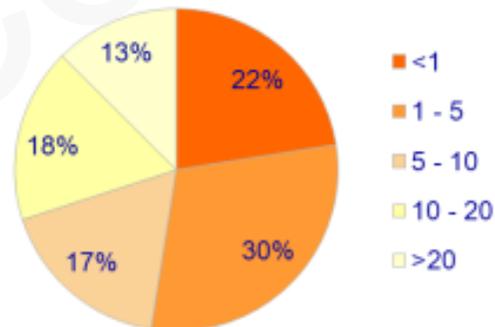
■ Les profils des interviewé(e)s :

- Environnement/ Développement Durable / Eco-Conception,
- Qualité-Conformité,
- Ethique,
- Innovation,
- R&D-Ingénierie,
- Opérations,
- Business Unit,
- Marketing,
- Achats.

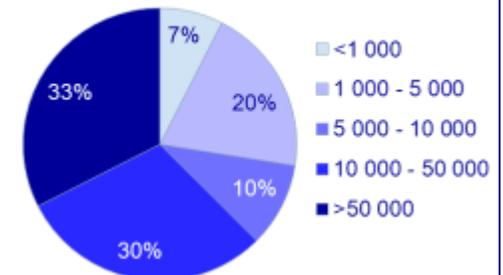
Secteurs d'activité



Chiffre d'affaires [Md€]



Taille des entreprises [nb de collaborateurs]

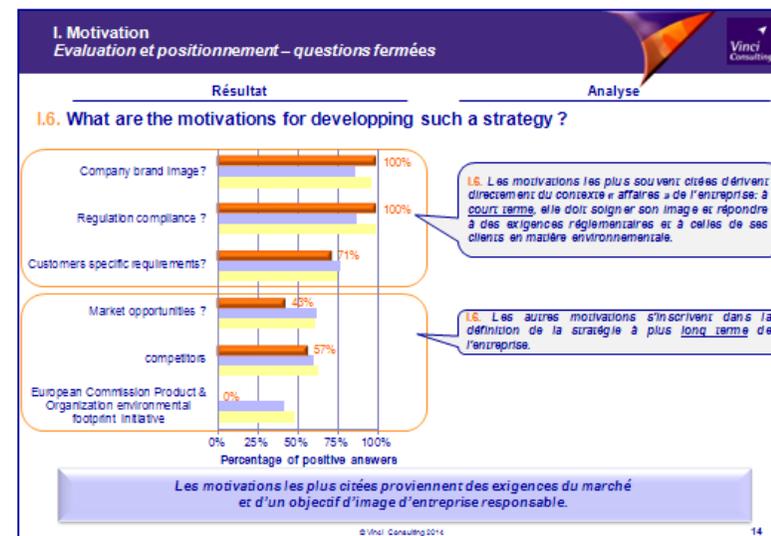
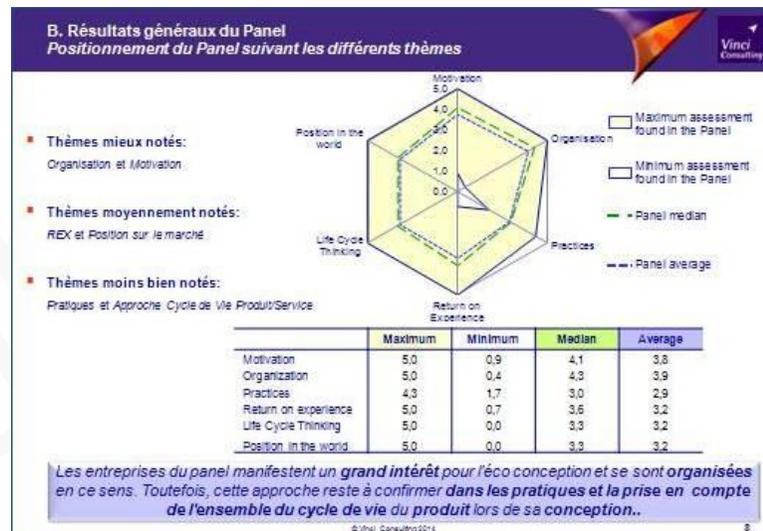


Trois types de livrables :

- Analyse et synthèse détaillées du Panel
- Analyse et synthèse détaillées par Secteur
- Analyse et synthèse détaillées par Entreprise

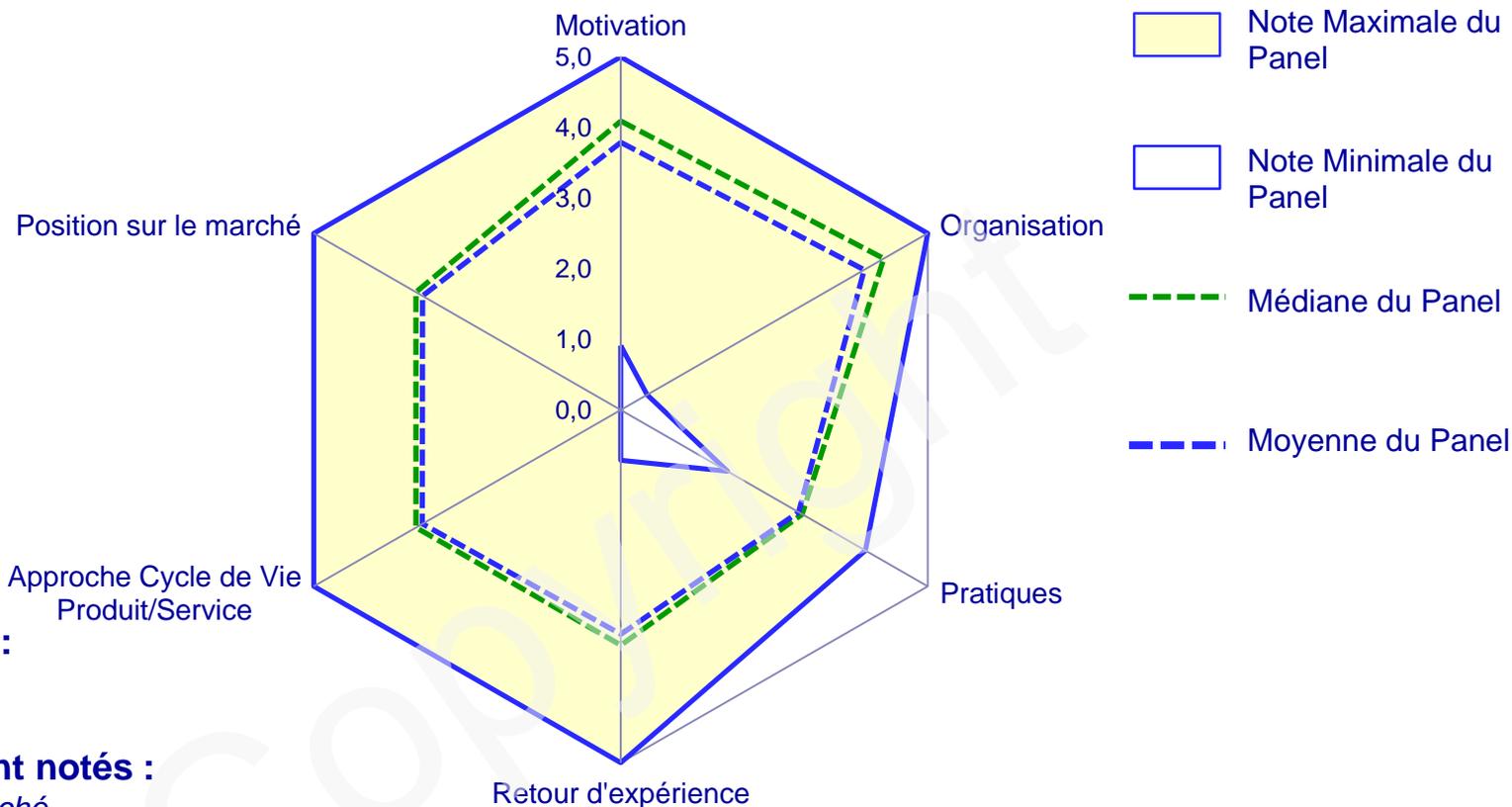
Dans chaque livrable :

- Analyse générale des réponses aux questions fermées
- Analyse thématique des réponses aux questions fermées et ouvertes
- Recherche de corrélations (pour le niveau Panel)





- A. Introduction
- B. Résultats consolidés du Panel**
- C. Qui sommes-nous ?



■ **Thèmes mieux notés :**
Organisation et Motivation

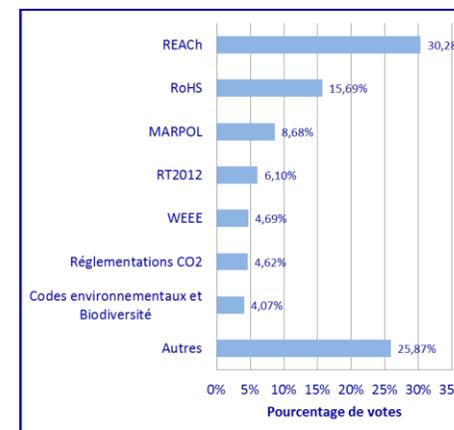
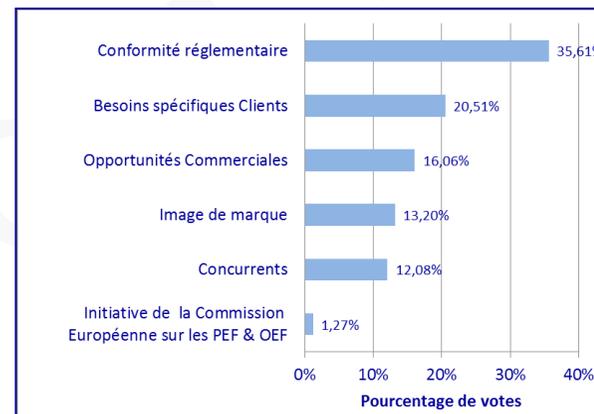
■ **Thèmes moyennement notés :**
REX et Position sur le marché

■ **Thèmes moins bien notés :**
Pratiques et Approche Cycle de Vie Produit/Service

*Les entreprises du panel manifestent un **grand intérêt** pour l'éco conception et se sont **organisées** en ce sens. Toutefois, cette approche reste à confirmer **dans les pratiques et la prise en compte du cycle de vie du produit lors de sa conception.***

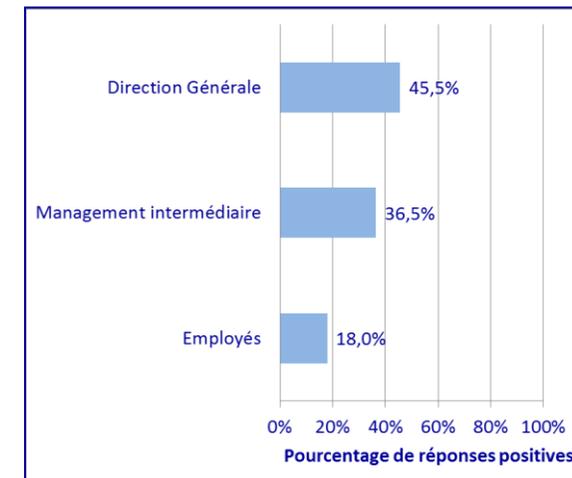
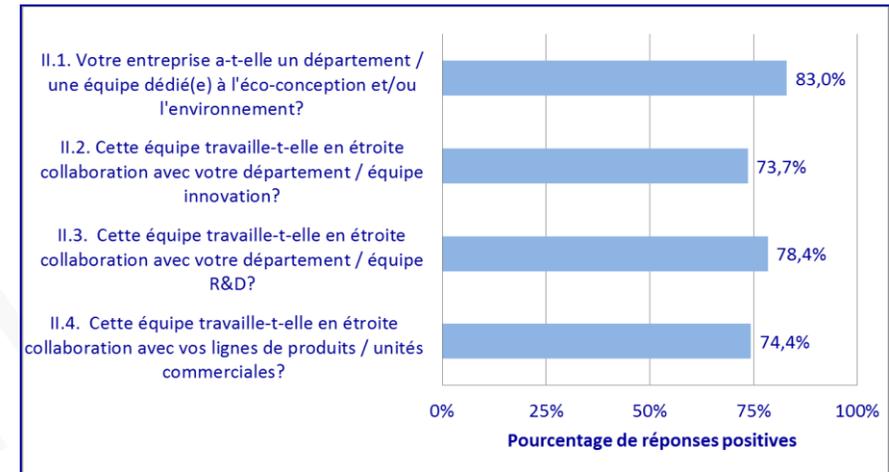
Engagement des directions générales et émergence du Green-Working...

- Dans plus de 80% des entreprises, la Direction Générale a défini une stratégie éco-conception Produit/Service, qui est déjà le plus souvent en cours de déploiement. Sa forte implication est un facteur clé pour le succès de la démarche, engagée en moyenne depuis 7 ans et demi.
- Les motivations les plus citées sont d'abord celles, de court terme, dictées par les exigences du marché (règlements environnementaux et exigences clients) et par un objectif d'image d'entreprise responsable. Elles sont suivies par celles, de plus long terme, liées à l'évolution de l'entreprise sur son marché et vis-à-vis de sa concurrence.
- 80% des entreprises publient un rapport de développement durable annuel, même si leurs statuts ne les y obligent pas. Ce rapport est constitué d'informations et de données environnementales relatives à l'organisation de l'entreprise dans deux tiers des cas, et à ses produits/services dans la moitié des cas.
- La norme environnementale la plus citée est REACH car elle est multi-secteurs, suivie par RoHS du fait de l'importance de l'électronique dans tous les secteurs. Certains secteurs mettent en priorité des règlements spécifiques très importants pour leurs activités (MARPOL, RT2012).



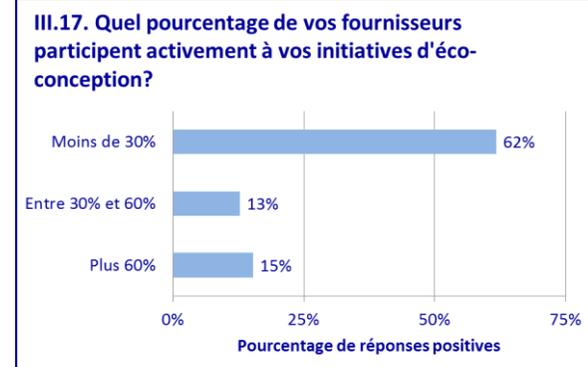
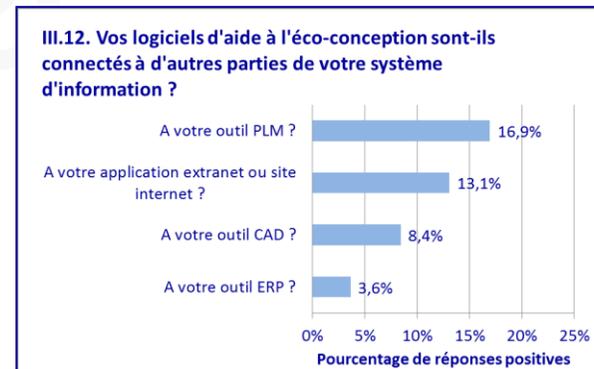
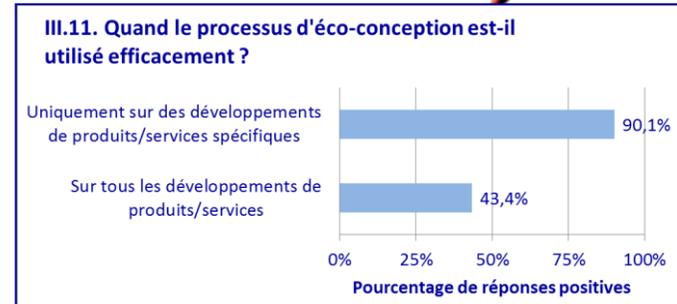
Une organisation interne pertinente à étendre à l'ensemble de l'éco-système

- Une organisation environnementale est en place dans plus de 80% des entreprises, en charge directement ou en support de référents métiers, de la mise en œuvre de la stratégie éco-conception.
- Sa collaboration avec les départements Innovation, R&D, Industrialisation, Lignes de Produits,... est jugée bonne dans plus de 70% des entreprises, tout comme le nombre d'experts éco-conception mobilisables.
- Dans 70% des entreprises, un programme de sensibilisation/formation à l'éco-conception a été déroulé.
- Un premier pas a été fait vers les fournisseurs qui, dans 70% des cas, se trouvent associés à la stratégie d'éco-conception de leurs clients, au moins de façon contractuelle.
- Dans plus de 80% des entreprises, Direction Générale et Management intermédiaire jouent un rôle actif dans le déploiement de la stratégie éco-conception.



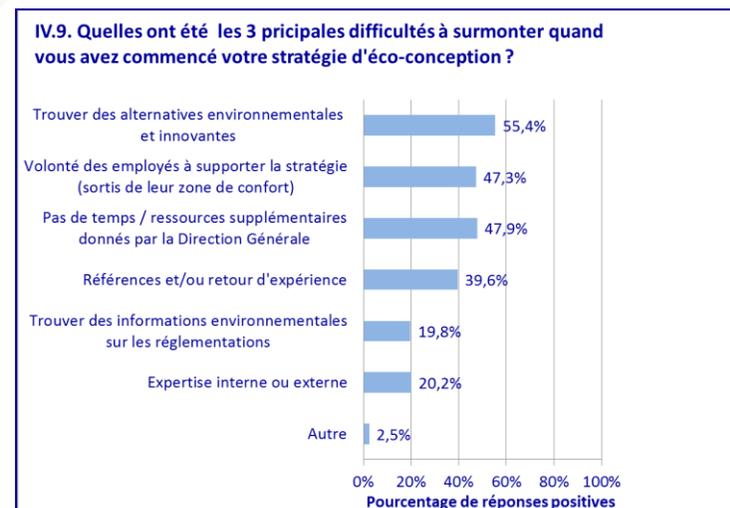
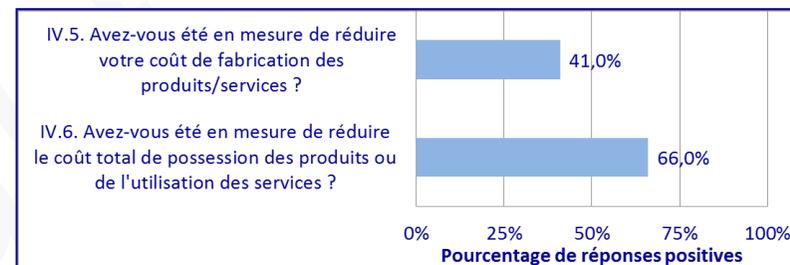
Pallier les difficultés des concepteurs

- Un processus d'éco-conception a été défini dans 80% des entreprises mais, le plus souvent n'est utilisé que sur certains projets.
- Bien que la plupart des pistes de diminution de l'impact environnemental des produits/services aient été explorées, ce sont celles relatives à leur utilisation qui ont été le plus travaillées du fait de leur impact sur les facteurs de consommation d'énergie et d'émissions de CO2.
- Des guides ou logiciels d'aide à l'éco-conception sont utilisés dans 76% des entreprises mais ne permettent pas d'établir facilement la cartographie environnementale des produits/services. Ceci est dû à la difficulté de leur maniement, à leur non-intégration au système informatique des entreprises (PLM) et au manque de données environnementales fiables qu'il est compliqué d'obtenir de la part de 80% des fournisseurs.
- Les performances environnementales du produit/service prennent rarement le pas sur ses performances techniques, un peu plus souvent sur les paramètres économiques.
- Dans la majorité des cas, moins de 30% des fournisseurs prennent une part active aux initiatives d'éco-conception de leurs clients.



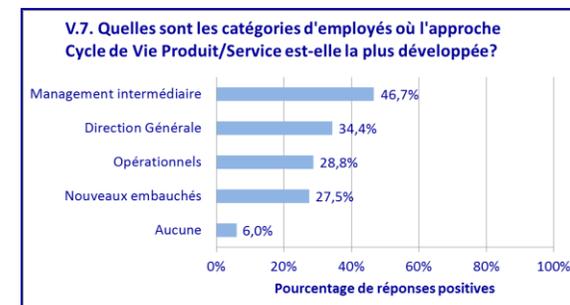
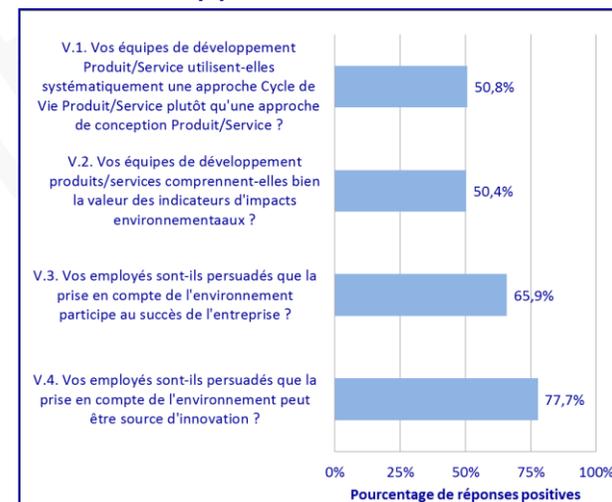
Des résultats encourageants, une démarche à consolider

- Plus de 80% des entreprises ont éco-conçu un ou plusieurs produits/services mais leur succès sur le marché reste partiel.
- Cependant, 50% de leur chiffre d'affaires est déclaré issu de ces produits/services. Le coût de fabrication des produits/services n'a été réduit que dans 41% des cas mais 66% des entreprises affirment en avoir diminué le coût total de possession.
- La gestion des données environnementales est difficile pour 65% des entreprises
- Les principales difficultés rencontrées lors de la mise en œuvre de la démarche éco-conception sont d'abord techniques (mise au point de solutions alternatives environnementales) puis organisationnelles (gestion du changement, limitation des ressources etc.) et enfin méthodologiques (manque de références de démarche éco-conception réussies).
- 65% des entreprises effectuent des mises à jour régulières de leurs processus et méthodes d'éco-conception.
- 75% des entreprises considèrent que la prise en compte de l'environnement est une opportunité de développer de meilleurs produits et 70% une obligation imposée par leurs marchés.



Une approche essentielle pour une éco-conception efficace

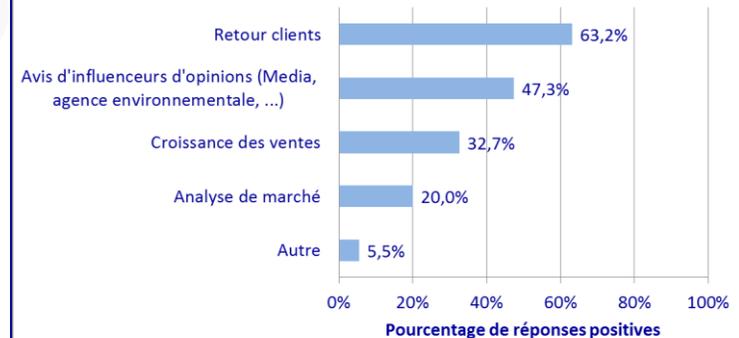
- 50% des entreprises ont déployé une approche cycle de vie systématique pour le développement de leurs produits/services.
- Une majorité des employés sont convaincus que la prise en compte de l'environnement participe au succès de leur entreprise (65%) et peut être source d'innovation (77%), même si la bonne compréhension de la valeur des indicateurs d'impact environnemental reste encore limitée chez les concepteurs (50%).
- Les indicateurs environnementaux principalement pris en compte ont un impact économique sur le produit/service (consommation de matières premières et d'énergie) et une importance sociétale (émissions de CO2).
- Le déploiement de l'approche cycle de vie produit/service au sein des entreprises suit la logique du développement produit/service : R&D en tête puis Industrialisation, ... Dans 45% des cas, le management intermédiaire est leader dans ce déploiement, ce qui montre le bon enracinement de l'évolution en cours.
- Enfin, les entreprises voient le développement futur de l'approche cycle de vie via :
 - l'implication d'une plus grande partie de leur écosystème,
 - le déploiement de projets de portfolios de produits verts et d'amélioration des processus,
 - une meilleure gestion des ressources humaines,
 - et une amélioration de la communication d'entreprise interne et externe.



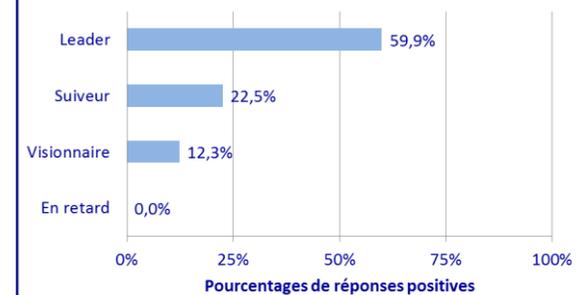
Rester leader dans la démarche

- Sans chercher à se référer de façon significative (50% des cas) à des consœurs pionnières en matière d'éco-conception, les entreprises utilisent tous les moyens à leur disposition pour trouver des informations à l'extérieur (séminaires, clusters, benchmarks,...) sans qu'un de ces moyens ne soit privilégié.
- En revanche, la recherche d'informations relatives aux performances environnementales de leurs concurrents est plus développée (67%). Enfin, seulement une moitié d'entre-elles font de la publicité autour de leurs réalisations en éco-conception.
- Le succès de leurs réalisations en éco-conception sur leurs marchés est encore mesurée de façon qualitative : retour clients et avis d'influenceurs d'opinions.
- 60% des entreprises se voient leaders dans leur démarche environnementale et plus de 65% d'entre-elles assurent avoir une vue à long terme de leurs objectifs environnementaux.
- Pour beaucoup d'entre elles l'éco-conception/éco-innovation va se développer de façon inéluctable et significative pour des raisons
 - économiques (raréfaction de matières premières, coût de l'énergie, opportunités de marchés,...)
 - et sociétales (émissions polluantes, changement climatique).

VI.6. Comment mesurez-vous le succès de vos réalisations en éco-conception sur le marché ?



VI.7. Comment votre entreprise se positionne-t-elle sur son marché en termes d'initiatives environnementales ?





- A. Introduction
- B. Résultats consolidés du Panel
- C. **Qui sommes-nous ?**

Equipe d'associés



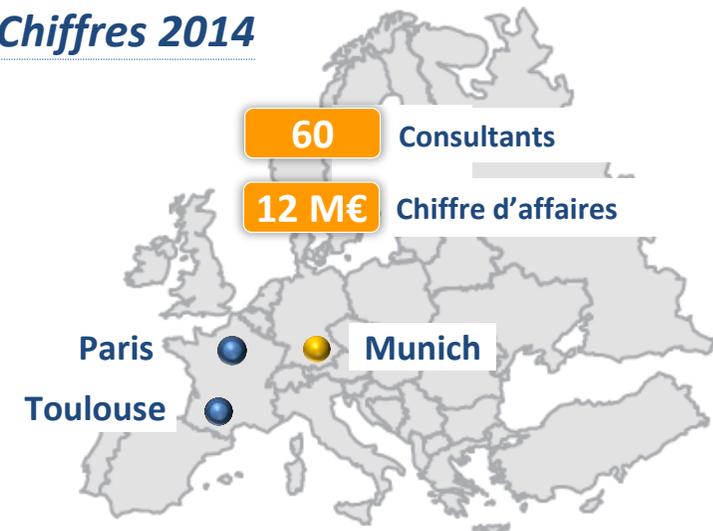
Clients



Domaines d'intervention



Chiffres 2014



**N'hésitez pas à nous contacter
pour toute information et
approfondissement sectoriel**

Denis Debaecker

Partner

Mobile : (33) 06 74 83 17 57
denis.debaecker@vinci-consulting.com

Bernard Mahé

Eco-Design Advisor

Mobile : (33) 06 03 02 83 11
bernard.mahe-external@vinci-consulting.com

Véronique Souchet

Responsable Communication

Mobile : (33) 06 87 71 64 57
Tél : 33(0)1 44 54 24 00
veronique.souchet@vinci-consulting.com

www.vinci-consulting.com