

Semaine 5 – 1. La démarche – Alain Cornier

De l'idée du produit à sa commercialisation il y a beaucoup de chemin, parfois plusieurs années. Nous allons voir dans cette séquence comment intégrer la démarche et la préoccupation environnementale tout au long du processus de conception.

Cette démarche d'éco-conception, vous en avez vu la définition il y a 2 semaines, je vais revenir dessus pour insister sur un mot. Ce mot est : systématique.

Aujourd'hui revendiquer de pouvoir faire de l'éco-conception sous-entend que vous travaillez de façon récurrente sur vos produits, sur toute la gamme de vos produits quelles que soient les conditions mises en place avec, on le verra, des niveaux d'ambition qui peuvent être variables. On a un petit peu de marge d'ajustement. Donc approche systématique qui se met en musique sur l'ensemble du cycle de vie du produit, tel qu'il a déjà été défini. Avec la possibilité, et on le ré-étudiera plus précisément dans une des dernières séquences de la semaine, de faire un lien naturel avec la démarche de management environnemental du site, certifié par exemple 14 001. Donc on a une cohérence naturelle plus facile à trouver.

La démarche d'éco-conception s'appuie sur une norme ISO qui est la 14 062. Globalement on peut la schématiser en 5 grands concepts.

Le premier c'est bien sûr « penser cycle de vie ». Je crois que maintenant vous avez bien abordé cette notion. L'objectif est d'avoir une approche qui implique l'ensemble des impacts environnementaux que peut avoir un produit. On en voit ici une illustration. Vous avez beaucoup de flux de substances qui transitent dans le produit ou dans sa fabrication pendant toutes ces étapes. Il va falloir les prendre en compte au mieux et le plus largement possible. L'objectif étant d'avoir une cartographie complète de ces impacts pour pouvoir juger éventuellement de l'amélioration réelle. Est-ce qu'elle porte sur tous les impacts ou sur certains d'entre eux? Parfois on en améliore un certain nombre et on en dégrade d'autres. Il s'agit de la notion de transfert d'impacts. En environnement parfois on prend le risque de ne pas améliorer le produit autant qu'on voudrait mais de déplacer le problème, il faut à minima le savoir et ensuite juger si c'est acceptable ou pas.

Donc une approche multicritères avec, bien évidemment, des aspects bilan carbone mais pas que. Par exemple vous avez ici toute une liste d'impacts. Il va falloir travailler sur les plus importants pour votre produit. Travailler uniquement sur le bilan carbone de votre produit c'est bien, c'est globalement stratégique aujourd'hui mais c'est insuffisant pour revendiquer que l'on fait de l'éco-conception.

De la même façon travailler sur l'ensemble du cycle de vie au sens des étapes de ce cycle de vie. Vous connaissez maintenant bien ce schéma. L'objectif va être d'aborder l'intégralité ou en tout cas plusieurs de ses étapes pour avoir cette approche multi-étapes qui est fondamentale dans la logique éco-conception. Travailler par exemple uniquement sur la consommation d'énergie en phase d'usage de votre produit cela peut être très bien, c'est même souvent stratégique. Mais cela ne peut pas suffire pour revendiquer que vous faites de l'éco-conception.

Deuxième point : les méthodes et les outils. Il faut bien évidemment pouvoir mettre en œuvre des outils qui vont vous permettre de connaître votre produit, de l'améliorer. Vous les avez vus précédemment, je ne reviens pas spécifiquement dessus. Ils vont d'un outil extrêmement pointu qui est l'analyse de cycle de vie (ACV) à des méthodes simplifiées qui vous permettent d'avoir une

vision au moins qualitative de votre produit et derrière de vous apporter des pistes d'améliorations environnementale.

Points numéro trois : il faut avoir un processus d'éco-conception. Aujourd'hui vous avez en général dans votre entreprise un processus de conception. On regardera de quoi il est composé dans la séquence suivante. Vous en avez une trame simplifiée dans la partie de droite.

Bien évidemment plus vous allez travailler tôt dans votre processus de conception plus vous aurez des marges importantes d'amélioration comme l'illustre le schéma à gauche du slide.

Au démarrage vous ne connaissez pas votre nouveau produit, puisqu'il est à développer. Par contre les marges de travail, dans la logique entre autre environnementale, sont évidemment énormes. Elles vont aller en se réduisant au fur et à mesure que vous allez figer un certain nombre de choses. Il faut donc travailler au plus tôt dans ce processus de conception, parfois même au niveau de la R&D.

Si vous fabriquez un produit composé de briques déjà développées, si elles n'ont pas été développées dans cette logique environnementale l'empilage de ces dites briques ne donnera pas forcément un produit éco-conçu. Et au global il faut donc intégrer l'approche environnementale dans toute la culture de l'entreprise.

Il faut aussi avoir une stratégie. J'ai dit tout à l'heure qu'il n'était pas toujours évident d'optimiser l'intégralité des impacts en même temps. Il va falloir faire un choix ou des choix, pouvant privilégier certains, les plus importants pour votre produit en vous appuyant sur des obligations réglementaires qui peuvent exister, sur des demandes de vos clients, éventuellement sur ce que font les concurrents quitte à vous démarquer en faisant autrement. Mais il va falloir faire des choix, tel que par exemple celui qui est présenté en bas ou vous avez sur l'ensemble des étapes du cycle de vie des propositions qui ne sont ici que des propositions d'illustrations. Des propositions donc d'axe majeur de votre produit.

Et puis dernier aspect l'éco-conception n'est pas uniquement un problème de bureau d'étude, c'est beaucoup plus large que ça dans l'entreprise. Cela fait appel par exemple au fait que vous allez solliciter des sous-traitants pour vous fournir des sous-ensembles, des pièces. C'est souvent une part importante de la valeur du produit, il faut bien sûr que eux aussi participent à la démarche et à l'effort. Le service achat par exemple va être impliqué dans cette approche. De la même façon le service commercial, le service marketing vont être également sollicités. Le service qualité qui est souvent le porteur du processus de conception le sera également. On s'aperçoit que c'est l'ensemble de la chaîne clients - fournisseurs qui est impliquée dans la démarche. Il va donc falloir avoir un dialogue avec tous ces acteurs en interne et en externe de l'entreprise.