

★ **ENTREPRISES** ★  
Réussissez votre Transition Écologique

**Colloque  
Régional  
Nouvelle  
Aquitaine**

**Mardi  
5  
Décembre  
2017**

**ECO  
CONCEPTION**

CCI des Landes / Mont-de-Marsan



# L'éco-conception : un atout pour la stratégie de l'entreprise et un levier de performance économique ?



Erwan AUTRET / Philippe BAJEAT

# L'éco-conception : un atout pour la stratégie de l'entreprise et un levier de performance économique ?



*fil rouge*

Comment sommes-nous arrivés à nous intéresser aux bénéfices économiques de l'éco-conception ?

Les entreprises qui ont participé à l'étude ; objectifs, méthodes

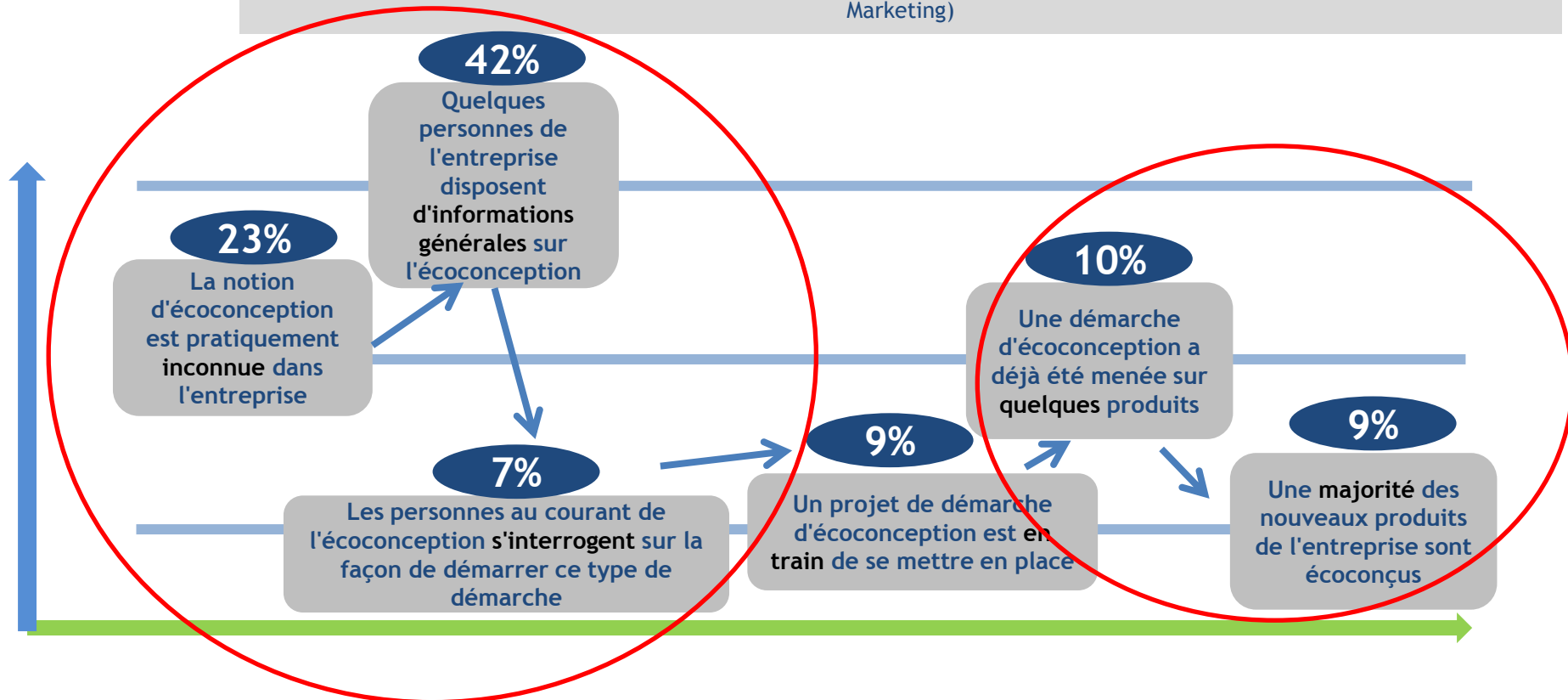
Résultats : l'évaluation des bénéfices économiques et les enseignements de l'étude

L'ADEME accompagne les entreprises qui améliorent la performance environnementale de leurs produits

# Comment sommes-nous arrivés à nous intéresser aux bénéfices économiques de l'éco-conception ?

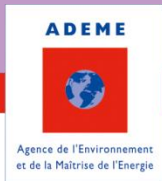


Résultat d'une enquête ADEME (2017) à la question « Comment situez-vous votre entreprise en matière d'éco-conception ? » (panel 200 entreprises, source Etude Stratégie Marketing)

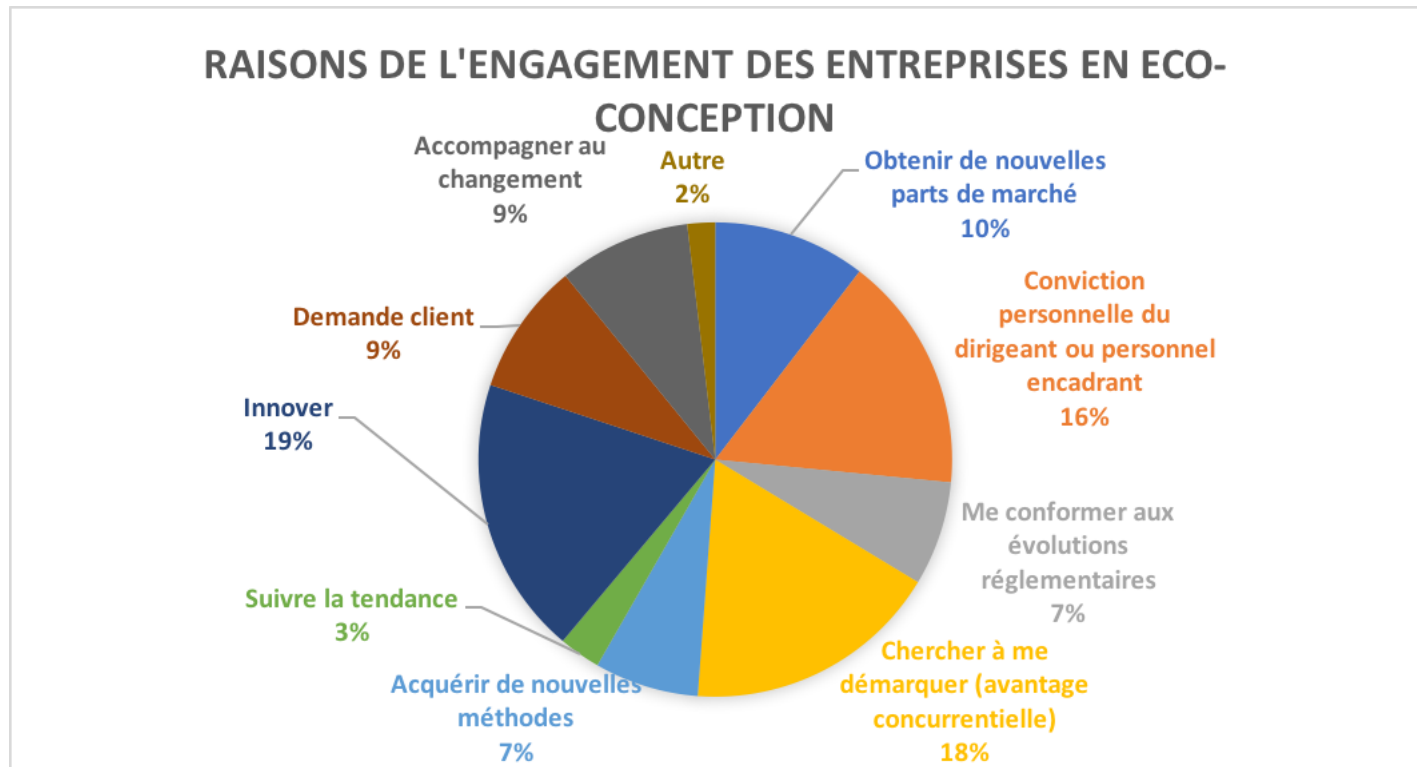


- 72% des entreprises n'ont pas atteint le passage à l'acte
- 9% sont en train de mettre en œuvre une démarche d'éco-conception
- 19% déploient l'éco-conception de leur produits

# Comment sommes-nous arrivés à nous intéresser aux bénéfices économiques de l'éco-conception ?



Résultat d'une enquête Pôle Eco-conception (2017) à la question « Quelles sont les raisons de l'engagement de votre entreprise dans une démarche d'éco-conception ? » (panel 316 entreprises)



- Les principales motivations sont l'innovation (19%), se démarquer de la concurrence (18%), la conviction des dirigeants (16%) et l'obtention de nouvelles parts de marché (10%)

# Comment sommes-nous arrivés à nous intéresser aux bénéfices économiques de l'éco-conception ?



Résultat de l'enquête ADEME (2017) à la question « Quelles sont les freins majeurs à l'engagement de votre entreprise dans une démarche d'éco-conception ? » (panel 200 entreprises)

Marché	Finance
Personnel	Direction
Appui	



- les freins majeurs sont les ressources humaines et financières des entreprises et le manque d'intérêt ou de soutien des clients

# Les entreprises qui ont participé à l'étude ; objectif & méthode



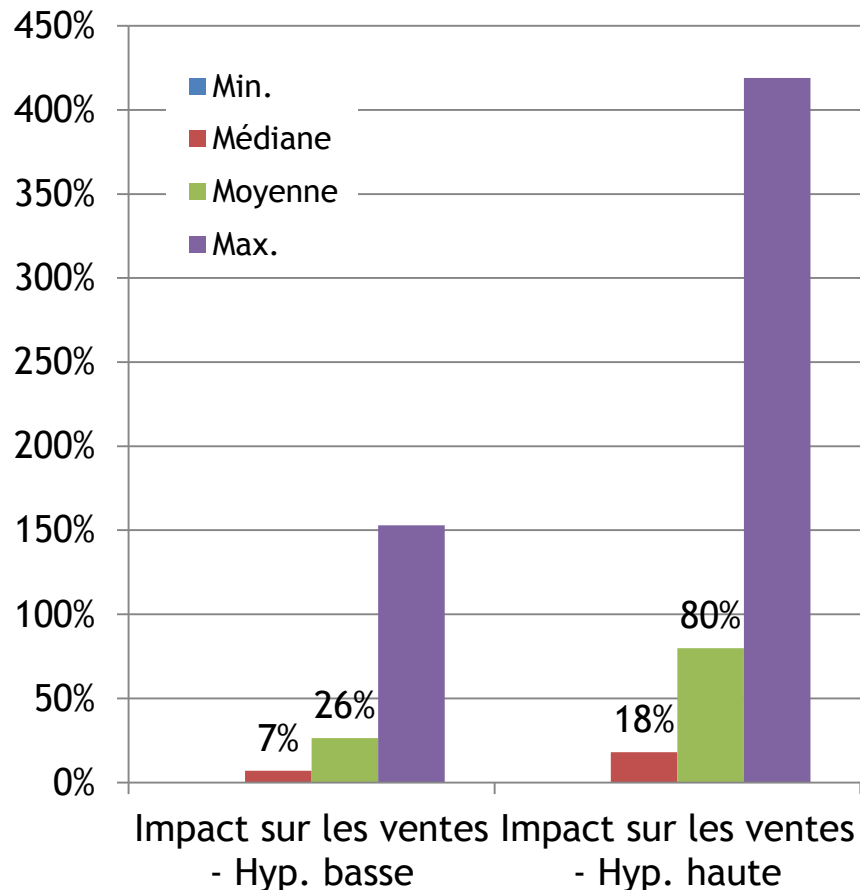
## Notre objectif :

- Réaliser pour la première fois une analyse rigoureuse et détaillée des données économiques et financières d'entreprises éco-conceptrices
- Evaluer l'impact de l'éco-conception sur le chiffre d'affaires (CA) et les coûts de production
- En déduire un argumentaire « business » pour les entreprises

## Notre méthode :

- 10 entreprises volontaires éco-conceptrices
  - secteurs : viticulture, industrie, application logiciel, logistique, équipement de sport, chimie/pharmacie, mobiliers urbain et en bois, mécanique),
  - taille : TPE 1 personne à GE 8000 employés, de 200k€ à 1,7 milliard de CA
  - Éco-conception : ADN de l'entreprise ou amélioration continue
- Analyse individuelle et croisée des volumes vendus, parts de marché, prix de vente, coûts de production, investissements, positionnement produit, satisfaction client...

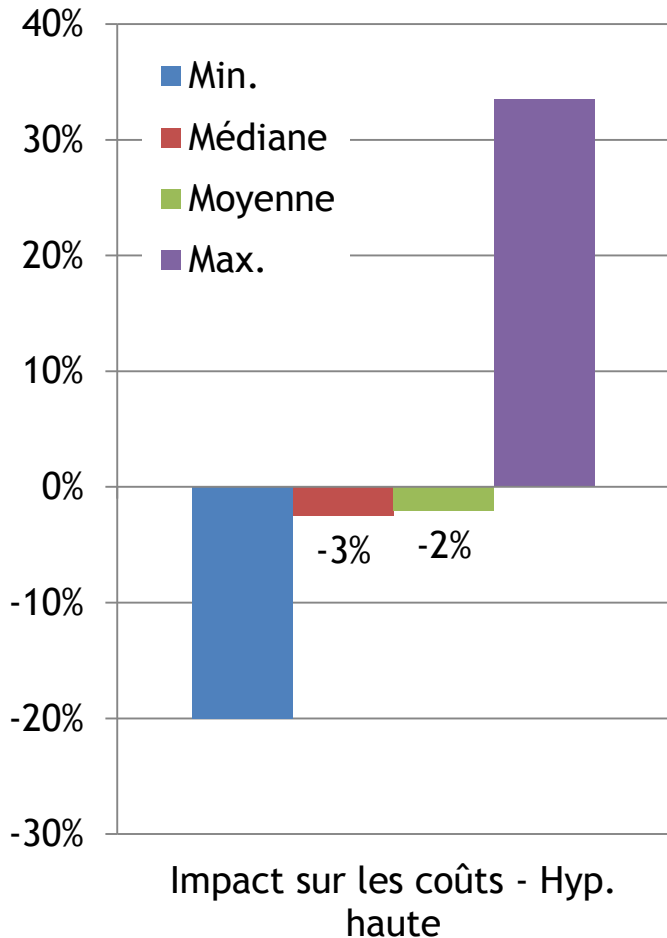
## L'évaluation de l'impact de l'éco-conception sur le chiffre d'affaires est réalisable mais délicate



- L'impact de l'éco-conception est systématiquement estimé par une fourchette (**hypothèses** basse et haute)
- Le calcul des moyennes est biaisé par la présence d'entreprises dont l'éco-conception est dans leur ADN (Notox, Vignerons de Buzet, Logomotion) ; pour ces entreprises, l'impact de l'éco-conception sur le chiffre d'affaires est très élevé
- En se référant à la médiane, pour avoir des valeurs plus représentatives de l'échantillon étudié, on obtient quand même un impact significatif de l'éco-conception sur le chiffre d'affaires estimé entre +7% et +18%.



## Des gains sur les coûts tangibles mais non systématiques



- Globalement, l'éco-conception permet une **réduction des coûts : -2% en moyenne, et -3% si l'on se réfère à la médiane** ; on observe aussi des valeurs extrêmes, en réduction (-20%) et en augmentation (+34%)
- Les réductions de coûts proviennent de :
  - la **réduction des quantités de matières premières** utilisées, y compris les intrants (Vignerons de Buzet)
  - les **économies sur les postes de transport et logistique** induites par l'allègement (Méda, Vignerons de Buzet)
  - l'**optimisation et la simplification des process** de production, qui permettent de diminuer le temps nécessaire à la fabrication et à l'installation (modularité chez Savoye, logique de mécano chez Aréco)





## Deux stratégies possibles pour exploiter les gains de coûts générés par l'éco-conception

L'entreprise a un positionnement prix  
trop élevé par rapport au marché

L'entreprise a un positionnement prix  
déjà satisfaisant

Mise en œuvre éco-conception



Baisse des prix pratiqués par  
l'entreprise, au bénéfice des clients

Maintien des prix pratiqués par  
l'entreprise



Gain de parts de marché pour  
l'entreprise

Amélioration des marges de  
l'entreprise



## Ce qu'il faut retenir

1

L'écoconception permet d'augmenter le chiffre d'affaires de façon significative



- Elargissement de la clientèle ciblée / accès à de nouveaux marchés
- Dans certains cas augmentation des prix
- Amélioration de l'image

2

L'écoconception permet de réduire les coûts de production de façon objective



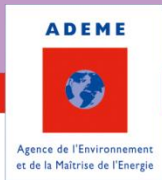
- Meilleure compréhension et maîtrise de la structure de coûts
- Rigueur et systématisme dans les choix de sourcing et de procédé productif

3

L'écoconception permet de renforcer l'engagement des salariés et d'améliorer le fonctionnement interne de l'entreprise



- Cohésion derrière des valeurs partagées positives
- Nécessité de fluidifier le partage d'informations entre métiers différents au sein de l'entreprise



## L'ADEME accompagne les entreprises qui améliorent la performance environnementale de leurs produits



Contact : La Direction Régionale de l'ADEME

Publication des appels à projets sur [www.ademe.fr/actualites/appels-a-projets](http://www.ademe.fr/actualites/appels-a-projets)



Merci de votre attention

Erwan AUTRET  
ADEME, Angers  
[erwan.autret@ademe.fr](mailto:erwan.autret@ademe.fr)  
02 41 20 43 08



- **Principales difficultés à « recruter » des entreprises volontaires**
  - ➔ La collecte des données en interne et les interactions nécessaires pour conduire l'analyse se heurtent au manque de disponibilité des personnes pertinentes dans les petites structures
  - ➔ Il y a une aversion naturelle à transmettre des données financières «non publiques» à des tiers (notamment frein Direction financière)
  - ➔ De manière plus générale, comme l'entreprise n'a jamais effectué cette démarche de «gain net», il y a un risque pour le responsable RSE / Environnement à investiguer si la démarche a vraiment été gagnante: peur de certaines entreprises de voir que cela n'a pas été le cas
  - ➔ Certaines entreprises communiquent de manière significative sur leur démarche, même si elle est en réalité limitée à une faible partie de l'activité ou apporte des gains limités: une analyse économique rendue publique entrerait en collision avec cette communication
  - ➔ D'autres entreprises ont eu des gains significatifs liés à des démarches d'éco-conception mais ne veulent pas que cela se sache, afin de maîtriser le partage de la valeur créée

# Pour aller plus loin...



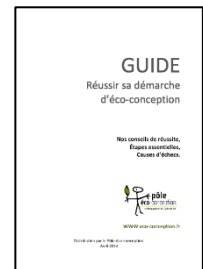
## Quelques dispositifs de l'ADEME

- Actualités / très prochainement :
  - ➔ TPE & PME gagnantes à tous les coûts
  - ➔ Appel à Projets R&D PERFECTO
  - ➔ Concours Innovation PME Investissement d'avenir



- Et toujours :
  - ➔ Pour apprendre: des guides
  - ➔ Pour essayer : le Bilan Produit et la Base Impacts® [www.base-impacts.ademe.fr](http://www.base-impacts.ademe.fr)
  - ➔ Pour se lancer :

- l'affichage environnemental
- l'Ecolabel européen (et leurs référentiels sectoriels)
- Financement diagnostic et étude



# Pour aller plus loin...



## Les contacts ADEME sur la performance environnementale des produits

<b>Déploiement de l'éco-conception</b> (outils et dispositifs)	Philippe Bajeat: <a href="mailto:philippe.bajeat@ademe.fr">philippe.bajeat@ademe.fr</a> Fabienne Benech: <a href="mailto:fabienne.benech@ademe.fr">fabienne.benech@ademe.fr</a>  <b>&amp; tous les correspondants ADEME en régions</b>
<b>Recherche, développement et innovation en éco-conception</b>	Erwan Autret: <a href="mailto:erwan.autret@ademe.fr">erwan.autret@ademe.fr</a>
<b>Ecolabel européen</b>	Aude Andrup: <a href="mailto:aude.andrup@ademe.fr">aude.andrup@ademe.fr</a>
<b>Affichage environnemental, Bilan Produit et Base Impacts®</b>	Fabienne Benech: <a href="mailto:fabienne.benech@ademe.fr">fabienne.benech@ademe.fr</a> Olivier Réthoré: <a href="mailto:olivier.rethore@ademe.fr">olivier.rethore@ademe.fr</a>