

Une mesure radicale pour réduire ses déchets consiste à mieux penser le process de conception...

# Et si l'on concevait mieux nos produits ?

Concevoir son produit ou son service autrement... c'est augmenter la durée de vie du produit fini. En améliorant la 'réparabilité' et la 'recyclabilité' en fin de vie, en pensant aussi les choses sous l'angle de la fonctionnalité, il est clair en effet que l'on prolonge de facto l'espérance d'utilisation des choses. En allant plus loin encore, l'éco-conception appréhende carrément la problématique en englobant la 'recyclabilité' des emballages, voire même le fait d'en limiter tout simplement leur utilisation, pour rester dans la logique d'une conception non seulement écologique, mais aussi économique.

**A**u sortir d'une campagne dont nous vous avons récemment parlé et qui portait sur la réduction des déchets, nous nous sommes plongés dans une réflexion sur le produit lui-même et sa mise en œuvre avec dans la tête une volonté : concevoir autrement. Enquête...

## Pourquoi l'éco-conception ?

En entreprise, sachez-le, une démarche d'éco-conception peut être engagée à différents niveaux et pour des raisons aussi valables les unes que les autres. Il peut s'agir d'opportunités économiques (réduction des coûts de production, augmentation des ventes d'un produit spécifique...), ou relevant plutôt d'une stratégie pensée et réfléchie. Elle sera, selon les cas, axée sur les valeurs environnementales du management, ou davantage la résultante d'un besoin de diversification sur un marché en perpétuel mouvement (anticipation des attentes du marché et des consommateurs, différenciation par rapport à ses concurrents...), voire la conséquence de déclencheurs légaux (normes énergétiques imposées sur certains produits notamment). Cela étant, on ne se lance pas ainsi dans la démarche car l'éco-conception implique une réelle remise en question du fonctionnement de l'entreprise, de son positionnement sur le marché et de ses valeurs. Ainsi, il pourra s'agir de redynamiser la culture de votre entreprise, d'impliquer le personnel dans un projet innovant et en lien avec la société actuelle, bref un tournant à 180° par rapport à l'existant.

## Comment agir ?

Les possibilités d'actions sont évidemment nombreuses. Nous ne pouvons donc pas être exhaustifs sur un sujet aussi vaste, novateur et dépendant de l'analyse environnementale des produits et de

l'analyse réalisée du marché et des attentes des clients. D'autant qu'en sus, les stratégies en la matière peuvent être très différentes, sinon totalement opposées. Les spécialistes parlent ainsi d'éco-conception focalisée lorsqu'ils 'travaillent' sur des produits existants dans l'entreprise. L'éco-conception focalisée et innovante consiste à travailler sur des produits innovants. Quant à l'éco-conception généralisée, elle suppose de revoir l'ensemble des produits d'une gamme ou d'une entreprise, sa pendante innovante supposant de ne plus proposer que des produits et/ou services innovants.

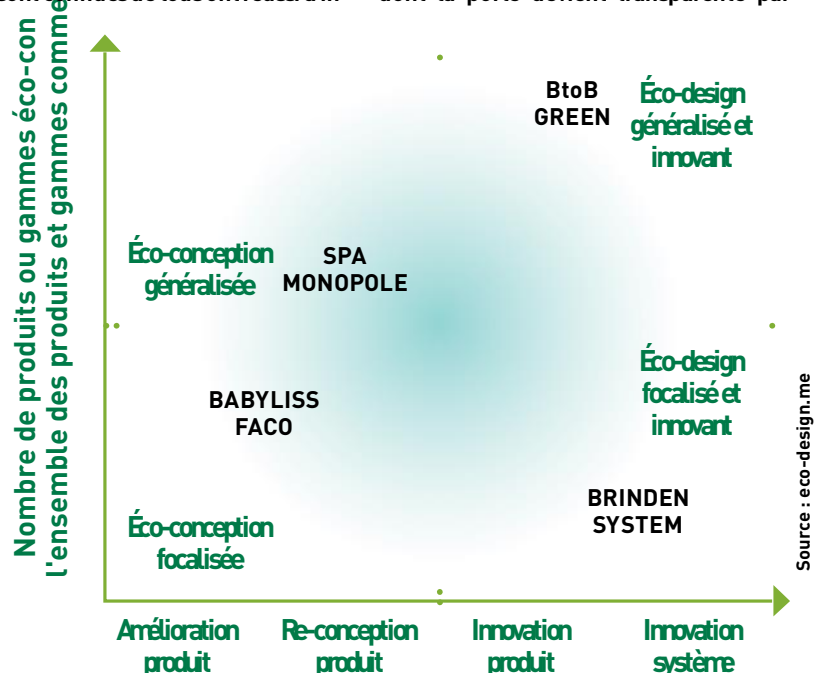
## Bon pour l'image de l'entreprise et le portefeuille du client

Pour expliquer ces approches par l'exemple, nous avons choisi d'illustrer ces différentes options en vous expliquant comment des marques qui ont pignon sur rue et sont connues de tous ont réussi à in-

tégrer les principes d'éco-conception dans leur modèle économique. C'est le cas de **Babyliss Faco** à Liège, qui a développé une gamme de sèche-cheveux éco-conçue en améliorant l'efficacité énergétique et en garantissant la même performance que celle des produits classiques. Tout simple au final, mais encore fallait-il se mobiliser pour un tel défi qui s'avère toutefois bon pour l'image de l'entreprise et économiquement rentable. En effet, en plus d'une réduction de la consommation d'énergie pour l'utilisateur, cette démarche a permis à l'entreprise d'anticiper les réglementations environnementales sur les appareils électriques et électroniques. Un gain pour le client comme pour l'industrie !

## Innovant en sus...

Autre exemple, résultat cette fois de la recherche initiée par **Brinden System**, une entreprise qui a développé un frigo dont la porte devient transparente par



simple contact avec la main. Cette innovation permet en fait de visualiser le contenu de l'appareil tout en gardant la porte fermée. Cela réduit le nombre d'ouvertures - et surtout le temps pendant lequel la porte est ouverte - et donc, par conséquent, la consommation d'énergie. Côté gestion des emballages, un exemple plus proche nous vient de la région spa-doise où le géant Spa Monopole a adopté une politique radicale pour l'ensemble de ses produits. Convaincu du besoin de mieux gérer les emballages, le producteur d'eau le plus connu de Wallonie a décidé d'optimiser le volume et le recyclage de ses emballages, réduisant du coup sa consommation énergétique et optimisant les transports des matières premières et des produits finis.

**Et encore...**

Un exemple totalement en phase avec les possibilités offertes par les évolutions technologiques actuelles nous vient de l'entreprise BtoBgreen, fournisseur de matériel de bureau écologique installé à Wavre. Cette PME recourt essentiellement à l'e-commerce pour limiter les coûts et les impacts environnementaux liés à la

gestion de points de vente. Elle s'appuie aussi sur un système de distribution partagé, des sous-traitants locaux, une offre de produits labellisés et/ou certifiés et, entre autres, un référencement de produit volontairement limité... C'est-à-dire un ensemble cohérent qui se veut clairement pensé en rapport avec l'environnement.

**D'autres pistes**

Pour être plus pragmatiques encore, il nous faut vous dire que d'autres pistes peuvent être exploitées pour mener des actions ou réfléchir à ce que vous pourriez faire en vos murs et avec vos produits.

Augmenter la recyclabilité du produit fini (et de son emballage) par l'utilisation de composants moins nombreux et/ou plus facilement recyclables.

Augmenter la durée de vie du produit fini en améliorant sa 'réparabilité' (démontage plus facile par l'utilisation de vis au lieu de colle...).

Opter pour de nouvelles technologies, pensons notamment à :

- La fabrication additive, ou impression 3D, qui permet l'assemblage de couches successives d'un même matériau plutôt qu'un usinage classique.

- L'optimisation topologique, qui assure la bonne épaisseur au bon endroit et réduit considérablement le poids des pièces.

Augmenter le nombre de produits par emballage secondaire ou tertiaire, et donc optimiser le chargement d'une palette et ainsi limiter l'impact du transport.

Repenser le modèle économique et envisager une autre approche des produits/services de l'entreprise, comme par exemple l'économie de la fonctionnalité qui consiste à substituer la vente d'un produit par la vente d'un usage (produit service). ■

L'éco-conception consiste à intégrer l'environnement dès la conception d'un produit ou service et lors de toutes les étapes de son cycle de vie ».

AFNOR, 2004

Sources : Eco-design.me et UME  
En collaboration avec Lorraine Bodeux (CCILB), Florine Wildschütz (CCILB) et Stéphanie Fourez (UME)

*Notre spécialiste boissons*



**HORECA**

**DRINK-MARKET**

**CAVE VOÛTÉE CLIMATISÉE**

**« LE PARADIS DU VIN »**

**Ets DAUNE-HABARU s.a.**

**En Belgique:** Zoning du Magenot - Rue de Hertanchamp, 3  
B-6740 SAINTE-MARIE/s/SEMOIS  
Tél.: 063/45.00.45 - Fax: 063/45.65.00  
E-mail: daune.habaru@skynet.be - www.daune-habaru.com

**En France:** rue Noble, 6 - F-55600 MONTMEDY  
Tél./Fax: (0033) 329.80.09.94 - E-mail: daune.habaru@orange.fr