

ECO-CONCEPTION

Outils et stratégies pour réussir votre démarche de conception durable

23/05/2012 - PARIS

Pourquoi participer à cet événement

- La 3e édition d'un rendez vous incontournable des experts et industriels de l'éco-conception
- Des retours d'expérience pour valoriser votre démarche auprès des usagers
- Une approche globale de l'éco-conception, depuis la R&D jusqu'au recyclage

Avec la présence exceptionnelle de

- **BABOK Hélène**
Directrice du développement durable
STEELCASE
- **DERIAN Paul-Joël**
Directeur Recherche, Innovation & Performance
SUEZ ENVIRONNEMENT
- **GACHET Benoit**
Directeur marketing et produits
BOMBARDIER TRANSPORT FRANCE
- **NOCA Laurent**
Responsable Innovation et Développement Durable
LAFUMA

Qui participe à cet événement

- Aux Directeurs généraux, Responsables Environnement et Développement Durable, Responsables Eco-Conception, Responsables

Accueil des participants

**ANTICIPER LES EVOLUTIONS
REGLEMENTAIRES ET LES
EXIGENCES DU MARCHÉ.**

Allocution d'ouverture

**REACH, ErP, DEEE, ... :
connaître les dernières
évolutions réglementaires pour
s'assurer un avantage
compétitif**

- Elargissement de la directive ErP à de nouveaux produits, dernière mise à jour de Reach : les nouvelles contraintes à respecter
- Mettre en place une veille réglementaire et anticiper les futures normes

TABLE RONDE Donneurs d'ordre – fournisseurs : faire face aux exigences environnementales croissantes dans les politiques d'achat

- Repenser la relation fournisseurs-donneurs d'ordre afin de mettre en œuvre une démarche commune d'éco-conception
- Appels d'offre, échange de données... : quels outils utiliser pour s'assurer du respect des critères environnementaux
- Différencier l'offre grâce à la prise en compte de la contrainte environnementale

Pause

Vers une généralisation de l'affichage environnemental : comment s'y préparer ? Quelles sont les prochaines échéances réglementaires ?

- Premiers retours d'expérience d'entreprises ayant mis en place ce dispositif : impact sur les ventes et démarches à mettre en œuvre
- S'assurer de la lisibilité des données affichées afin d'être mieux valorisé par les consommateurs

INTEGRER DES CRITERES ENVIRONNEMENTAUX TOUT AU LONG DU CYCLE DE VIE DU PRODUIT

TABLE RONDE Comment réaliser une Analyse de Cycle de Vie pertinente et en valoriser les résultats

- Assurer la qualité des données collectées et leur interprétation : connaître et utiliser les bons outils
- Quels hypothèses et indicateurs environnementaux retenir ? Quelle méthode d'évaluation des impacts choisir?
- Tirer parti des résultats et les intégrer dans la stratégie de l'entreprise

Déjeuner

Plastique végétal, matériaux organiques, ... : tirer profit des matériaux bio-sourcés

- Du matériau bio-sourcé au produit fini : les bénéfices de l'intégration de la production autour d'une bio-raffinerie
- Substituer les produits dérivés du pétrole : quels matériaux alternatifs privilégier
- Quelle stratégie de sourcing adopter

Prendre en compte la fin de vie des produits et donner une seconde vie aux déchets

- Faire la chasse au gaspillage : allègement des emballages, réutilisation des chutes de production...
- Tirer parti des déchets à travers leur valorisation : recyclage, utilisation comme combustible ...
- Impliquer tous les collaborateurs dans la gestion des déchets

FAIRE DE L'ECO-CONCEPTION UN AVANTAGE CONCURRENTIEL

Redéfinir les caractéristiques de l'éco-conception et innover de façon durable

- Investir dans le développement durable : une stratégie gagnante
- Comment les technologies de conception peuvent soutenir les stratégies de développement durable
- Quels résultats à court, moyen, long terme : des coûts moindres, des dépenses en énergie plus faibles, moins d'impacts néfastes sur l'environnement

Faire de l'éco-conception une source d'éco-innovations

- Tirer parti de la contrainte environnementale et s'en servir comme levier d'innovation
- Croiser les compétences et associer les différents services : R&D, Marketing, achats, production, ...
- Anticiper les attentes du marché et créer des briques technologiques

Labels, normes et certifications : une façon efficace d'informer les consommateurs ?

- Eco-conception : état de l'art normatif
- Communiquer sur les dispositifs de certification et labellisation en éco-conception : Ecolabel, NF Environnement...

Communication

environnementale : valoriser la démarche d'éco-conception auprès des usagers

- Eviter le GreenWashing
- Adopter un marketing mix cohérent avec une démarche environnementale
- Quelle valorisation des produits éco-conçus de la part des consommateurs ?

Fin de journée
