

Les 2èmes Rencontres Réseaux de l'Innovation 11 Juin 2008

De l'Eco-Conception à l'Eco-Innovation

Sessions Plénières

**Christine Cros**

ADEME, Chef de Département Eco-conception et Consommation durable

Définition de l' Eco-conception, enjeux et illustrations

Pourquoi et comment éco-concevoir. L'éco-conception est tout simplement une manière moderne de concevoir en intégrant les enjeux environnementaux. L'évolution réglementaire va dans ce sens et l'évolution des marchés de l'énergie et des matières premières soulignent la nécessité d'économiser les entrants. Des outils existent : « il n'y a plus qu'à ».

Christine Cros travaille à l'amélioration de la prise en compte de l'environnement dans notre société moderne depuis plus de dix ans.

Docteure en économie de l'environnement, elle a contribué à la mise en place des systèmes de permis négociables pour lutter contre les émissions de gaz à effet de serre que ce soit au niveau international (accords de Marrakech), communautaire (directive établissant un système de quotas négociables) ou national (plans nationaux d'allocation des quotas). Elle a également participé à la réflexion sur l'utilisation d'instruments économiques pour valoriser la biodiversité au ministère en charge de l'environnement. Climat, biodiversité, pollutions classiques, risques... ayant travaillé sur de nombreuses thématiques différentes, elle les aborde aujourd'hui de manière intégrée dans le cycle de vie des produits. Animatrice du Département Eco-conception Consommation durable de l'ADEME, elle travaille à accroître la diffusion de produits à moindres impacts sur l'environnement en accompagnant à la fois l'offre et la demande.

www.ademe.fr

L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie, créée en 1990, participe au financement de la recherche et de l'innovation et accompagne depuis de nombreuses années les entreprises, les collectivités territoriales, les administrations et les associations dans la mise en place de systèmes ou de solutions innovantes.



Alain Froger

Herman Miller, Directeur Commercial France et Belux

Développement Durable : l'approche Herman Miller

- ✚ L'histoire Herman Miller
- ✚ Engagement dans le développement durable
- ✚ Les bâtiments "verts"
- ✚ Processus de développement des produits

Alain Froger est Directeur des ventes pour la France, la Belgique et le Luxembourg depuis 2001. Il a rejoint Herman Miller International en Angleterre en 1990 comme Chef de produit avant de devenir Directeur marketing Europe du Sud puis Europe Continentale à Paris.

Avant de rejoindre Herman Miller, il a travaillé pour SKF (fabricant de roulement), puis pour NCR Systemedia (consommables informatiques) et chez Vinco (fabricant de mobilier de bureau).

www.hermanmiller.fr

Herman Miller conçoit, fabrique et distribue du mobilier de bureau et a intégré depuis de nombreuses années les contraintes & opportunités liées au développement durable sur toute sa chaîne de valeur. Détentrice de multiples distinctions internationales, elle fait figure d'exemple.



Eric Allodi

Integral Vision, Directeur Général

Cradle to Cradle

De l'éco-conception à l'innovation intégrale, ou comment rendre obsolète la notion de déchet et permettre de développer des produits sains, rentables, biodégradables ou indéfiniment recyclables.

Cet atelier permettra de présenter les fondements de Cradle to Cradle, cette philosophie d'éco-conception qui s'appuie sur le paradigme "déchet = nourriture" et qui réconcilie l'écologie et l'économie en permettant de développer des produits sains, rentables, biodégradables ou indéfiniment recyclables. Ce sera également l'occasion de partager les retours d'expérience de plusieurs industriels dont les produits sont certifiés Cradle to Cradle.

Eric Allodi est directeur-fondateur d'Integral Vision, une société avant-gardiste de conseil, formation, coaching et prospective qui aide les entreprises à allier éthique, innovation et rentabilité. Ingénieur de formation, il a travaillé pendant plus de vingt ans dans le domaine du management des risques au sein de grands groupes et auprès d'instances internationales, et s'est spécialisé dans le développement durable et l'intelligence collective depuis une dizaine d'années.

www.integralvision.fr

Société avant-gardiste de conseil, formation, coaching et prospective qui aide les entreprises et leurs équipes à allier éthique, innovation et rentabilité.



Jean Casulli

Rieter Automotive Systems
Head of Recycling / ENSURE team

Retour d'expérience en Eco-Conception

Positions de l'équipementier Rieter sur l'éco-conception et l'éco-innovation dans l'automobile : quels enjeux ? quelles avancées ? quelles perspectives ?

- Exposé des exigences réglementaires et des procédures environnementales mises en place par les constructeurs automobiles. Seront abordées la gestion des substances réglementées, la quantification et la promotion de matériaux renouvelables ou provenant du recyclage ainsi que les procédures d'éco-conception seront détaillées.
- Présentation de la société Rieter, de ses travaux internes d'éco-conception : applications industrielles, méthodologie innovante et mise en place d'éco-procédures dans les phases R&D.
- Vision de Rieter sur les éco-acteurs de l'automobile.

Formé à la recherche dans les domaines de la formulation des polymères et de la rhéologie, **Jean Casulli** s'initie à la molysmologie et à la rudologie dès 1989.

En 1993, il met en application industrielle ses études dans le recyclage des moquettes au sein d'une PME. Il intègre Rieter comme responsable d'une équipe sur les matériaux composites et, est missionné en 2002 pour créer et gérer l'entité recyclage du groupe international Rieter.

www.rieter.com

Rieter Automotive est une division du groupe suisse Rieter créée en 1795. Rieter Automotive est aujourd'hui le leader mondial pour la fourniture de systèmes et de solutions globales pour le confort acoustique, la protection thermique et le design intérieur des automobiles et des poids lourds.



Andrea Tosi

Domus Academy
Coordinateur didactique et User Experience Designer

L'utilisation du design comme contribution stratégique à la conception et à la réalisation de produits durables.

La période de consommation compulsive de produits va s'achever.

Les biens qui ne sont pas durables, les jetables et tout ce qui est considéré comme "fast", tant du point de vue technique qu'esthétique (le fast-fashion, le fast-food, le fast-furniture) ont une perception de plus en plus négative chez le consommateur. Comment calibrer les esthétiques afin de produire des produits qui puissent survivre dans le temps et résister face aux changements des goûts des consommateurs et des modes ?

Le design peut apporter une contribution stratégique à la conception et à la réalisation de produits durables plusieurs années et réduire l'impact sur l'environnement.

Andrea Tosi est un universitaire qui travaille à la fois à l'élaboration de briefs de nouveaux produits et comme expert des processus d'innovation.

Il a créé le MBD (Master in Business Design) de Domus Academy ; un nouveau master pour aider les entreprises à établir de nouveaux liens entre business et design, et entre créativité et entreprises.

Il est également en charge de recherche et consultant chez Castelli Design Milano, DARC, PSV-SSSUP, CNR - Istituto di Psicologia sur le concept et le design stratégique, la stratégie de produit, l'ergonomie cognitive, le planning stratégique et le transfert de technologie.

www.domusacademy.com

Domus Academy est une école prestigieuse en Italie (Milan) qui dispense des cours relatifs à tous les champs d'expression du Design et promeut la culture Design à travers le monde depuis plus de 20 ans.



Hervé Juvin

Président d'Eurogroup Institute,
Filiale d'accompagnement stratégique d'Eurogroup
Associé d'Eurogroup
Vice-Président d'AGIPI
Association Générale Interprofessionnelle de Prévoyance et d'Investissement

- ✚ L'éco-conception n'a que bien peu à voir avec l'écologie, le développement durable, la RSE tels qu'ils se parlent aujourd'hui. Il s'agit d'alimenter le confort moral ; on a fait quelque chose...
- ✚ L'enjeu de l'éco-conception est la nouvelle révolution industrielle ; celle qui va permettre à l'humanité d'améliorer ses conditions de vie en faisant moins ou plus du tout appel à la nature ;
- ✚ Les deux vecteurs sont déjà en place ; l'explosion des coûts des biens réels, qui va donner un intérêt économique immédiat à produire sans - sans énergie fossile, sans végétal, sans animal, sans rejets, ... - et la primauté du corps, de la santé, de la longue vie, qui va faire exploser dans les comptes des entreprises les atteintes à la santé humaine et à la qualité du milieu de vie.
- ✚ La production du monde est une opportunité majeure, mais avec des perdants et des gagnants. Les perdants sont ceux qui prennent les contraintes, cherchent à les retarder ou y échapper ; les gagnants, ceux qui sautent un cycle de développement, ceux qui rendent désirable ce qui est vital.

Depuis vingt ans, **Hervé Juvin** développe une activité de réflexion, de conseil aux entreprises et de propositions aux pouvoirs publics. Il accorde une importance particulière à la transformation des systèmes mutuels et coopératifs en Europe. A ce titre, il a accompagné des organisations bancaires, des sociétés d'assurance, des institutions, en France, en Europe, au Maroc et en Afrique.

Il travaille aujourd'hui sur le rapport entre l'universel et le particulier, autrement dit sur les questions de l'identité, de la frontière et des relations politiques, telles que les transforment les nouvelles raretés, les nouveaux outils de la relation et les nouveaux territoires.

Hervé Juvin a été secrétaire général de la Fondation Finance, présidée par M. Raymond Barre. Il a notamment, à ce titre, travaillé sur la responsabilité sociale et territoriale des entreprises européennes.

Ses travaux l'ont conduit à tenir des chroniques régulières dans :

- *Le Monde*, sur la construction européenne (1998-2000),
- *L'Agefi* (depuis 1995) sur l'évolution des marchés financiers,
- *l'Expansion* (chaque mois) sur des sujets de société.

Il a publié différents ouvrages et a obtenu de nombreux Prix :

- Prix Turgot 2005 (Prix spécial du jury) pour *Les Marchés financiers – Voyage autour de la planète financière*, Ed. d'Organisation, 2004
- Prix IFG du meilleur livre d'économie financière 1996 pour *Le Devoir de Gestion*
- Prix du meilleur « Livre du dirigeant » 2006 pour *l'Avènement du Corps* (Gallimard)

www.eurogroup.fr

Eurogroup, cabinet de conseil en organisation et en management indépendant français, accompagne ses clients dans leurs grands projets de transformation.

Ateliers débats



Monique Large

Dezineo, Directrice associée et analyste de tendance

Les Eco Design Tours

Dans le cadre d'une démarche globale autour des enjeux du Développement Durable et ses implications pour les directions marketing, innovation et design, Dezineo a accompagné plusieurs groupes de clients en immersion dans des pratiques remarquables de DD.

« Le parcours comprend 8 lieux parisiens, choisis en fonction de critères d'exemplarité dans des secteurs différents de la consommation grand public : restaurant, décoration, mode, alimentation, beauté ... Pour chaque espace nous avons proposé de rencontrer et questionner le responsable ou fondateur pour comprendre en détail la démarche. Ces personnes ont su communiquer leur engagement écologique et éthique avec passion. Nous en avons conclu que l'homme est au centre de toute démarche DD, qu'au delà des produits ou des process, il y a la volonté de définir et d'appliquer des valeurs, de bien faire. Et que l'accomplissement de cet idéal n'est pas sans difficultés, sans tâtonnements, sans erreurs également. Nous sommes dans l'expérimentation d'un modèle nouveau, d'un nouvel équilibre ». Dezineo présentera les différentes expériences vécues et les modèles au travers de ces Eco Tours.

Monique Large a une double formation d'architecte d'intérieur, diplômée de l'Ecole Camondo et de graphiste diplômée de l'Ecole Nationale Supérieure de Beaux-Arts de Paris.

Dès sa création en 2001, Monique Large rejoint Dezineo en tant qu'associée et directeur de projet. Elle anime une équipe pluridisciplinaire de sociologues, sémiologues, designers et philosophes afin de nourrir les études de tendance. Elle présente les études et co-anime des groupes de créativité auprès des clients prestigieux (L'Oréal, Moët Hennessy, France Télécom, PSA...).

Elle a une expérience d'une dizaine d'année au marketing opérationnel de plusieurs sociétés « high-tech » spécialisées dans l'instrumentation et l'informatique, puis saisissant la passion Internet, elle rejoint Connectworld, agence web du groupe Havas Advertising pour prendre en charge la coordination des sites Internet de la marque Peugeot.

www.dezineo.com

Un des premiers cabinets d'études prospectives spécialisé dans l'accompagnement des entreprises dans leur stratégie d'innovation (produits, services, espaces). Dezineo a publié plus de 40 études à ce jour couvrant des domaines et des préoccupations très diverses comme Le design face au développement durable, Happy Attitude, Sens dessus/dessous, Les nouveaux imaginaires alimentaires, En rupture, Espaces à vivre... .



Hélène Teulon
Gingko 21, Fondatrice

Eco-Innovation : comment passer de projets isolés à des pratiques généralisées, intégrées et durables ?

Les projets d'éco-conception menés en entreprise au cours des dix dernières années ont permis d'identifier des pratiques efficaces. C'est bien en intégrant ces nouvelles pratiques aux processus de conception et en les généralisant dans les entreprises que l'on progressera vers des produits plus durables. Comment réussir cette intégration et cette généralisation ?

L'atelier vise à faire émerger les freins et les points d'appui à l'intégration et à la diffusion de l'éco-conception.

Hélène Teulon (X84) - Thèse en économie industrielle au CERNA, ENSMP.

De 1992 à 2002, Hélène a été successivement chef de projet puis directeur technique chez Ecobilan (cabinet de conseil en environnement spécialisé dans l'analyse de cycle de vie) pour développer une méthode d'évaluation des impacts environnementaux des produits. Hélène a notamment passé deux ans aux Etats-Unis où elle a coordonné plusieurs équipes pour la réalisation de l'ACV d'un véhicule automobile complet pour GM, Ford et Chrysler.

Elle développe actuellement des méthodologies d'éco-conception adaptées d'outils d'innovation (analyse de la valeur, TRIZ...), et des démarches facilement appropriables par les équipes de conception. Elle travaille également sur l'étiquetage environnemental des produits.

www.gingko21.com

Cabinet de conseil et de formation en éco-conception, Gingko21 accompagne les entreprises dans l'intégration des critères de développement durable à la conception de leurs produits et services. Les missions menées s'appuient sur une expertise en analyse de cycle de vie, et sur l'exploitation croisée des méthodes d'éco-conception avec les outils d'innovation.

Maximilien Rouer -
BeCitizen, Co-Fondateur

De l'économie négative vers l'Économie Positive « Réparer la planète – La révolution de l'économie positive »

Atelier annulé par l'orateur



- ✚ Panorama des éléments de changement de contexte :
 - Passage d'un climat stable à instable
 - Passage de ressources peu chères à chères (énergie et matières premières)
 - Refus croissant des toxicités chroniques
 - Émergence rapide de consommateurs géants
- ✚ Présentation de pistes de solutions, illustrées par des exemples d'entreprises ayant mis en œuvre des solutions innovantes
 - De l'économie linéaire à l'économie circulaire
 - Vers l'économie positive

Ingénieur spécialisé en agronomie et environnement **Maximilien Rouer** est PDG et co-fondateur de la société BeCitizen. Expert incontesté des questions de développement durable Maximilien Rouer a écrit en 2005 le livre blanc de l'écologie « Réparer La Planète ».

Il réalise une centaine de conférences par an : APM, CJD, comités de direction, etc.

Ces exposés sont appréciés pour leurs exemples documentés et leurs perspectives d'actions concrètes.

Professeur de stratégie pour le Mastère développement durable d'HEC, il tient une chronique mensuelle dans le quotidien économique la Tribune et est co-auteur de « Réparer La Planète » aux éditions Lattes.

www.becitizen.com

Cabinet de conseil en stratégie, BeCitizen propose à ses clients des stratégies et des solutions clés en main, radicalement innovantes, qui créent de nouvelles opportunités de croissance en restaurant l'environnement et le climat. Dans une économie globale en mutation rapide, les entreprises qui durent sont celles qui savent s'adapter aux forces émergentes du marché et transformer les risques en opportunités.



Stanislas Dupré
Utopies, Directeur Général

Développement durable : comment faire de l'éco-innovation un positionnement d'entreprise ?

Jusqu'au milieu des années 2000, seules quelques petites entreprises aux PDG engagés comme The Body Shop, Patagonia ou Interface avaient fait de l'innovation sociale et environnemental dans leur offre un véritable positionnement de marque.

Aujourd'hui, quelques grands groupes comme GE, Toyota ou Tesco font mine de s'engager dans la danse : quelle réalité ? quels facteurs de succès ? quelles perspectives de retours financiers ? quel impact en terme de développement durable ?

Arrivé en 2000 chez Utopies, **Stanislas Dupré** a conseillé des groupes comme Lafarge, Danone, ST Microelectronics, Alstom, Nissan, Les Caisses d'Epargne et la MAIF, dans l'intégration du développement durable dans leur stratégie et dans leur offre. Depuis quelques années il a notamment contribué à renforcer l'expertise d'Utopies dans la collaboration entreprises/parties prenantes, le marketing vert, le calcul d'empreinte économique ou encore l'étiquetage social et environnemental de produits.

Il est l'auteur de "Talk the walk, Advancing sustainable lifestyles through marketing and communications" (Utopies/ PNUE / UN Global Compact, 2005) sur les problématiques de marketing vert, de "Critical Friends, the emerging role of stakeholder panels in corporate governance, reporting and assurance" (Utopies/AccountAbility) sur l'efficacité des panels de parties prenantes.

Il enseigne à Dauphine et à l'ISCOM. Il est membre du comité de parties prenantes de l'institut AccountAbility (GB).

www.utopies.com

Un des tout premiers cabinets de conseil français exclusivement dédié depuis 1993 à la promotion du développement durable, à travers des activités de recherche, d'information et de conseil aux entreprises.



François Raffin
Neoden, Directeur Général

Travail collaboratif et web 2.0, l'avenir de l'éco-innovation ?

Comment capitaliser efficacement sur les différents projets d'éco-conception menés au sein de l'entreprise ? Partager entre entreprises, voire avec des concurrents : quels risques, quelles opportunités ?

Wiki, web 2.0, réseaux sociaux, intelligence collective : effets de mode ou formidables accélérateurs pour une éco-innovation durable ?

L'atelier stimulera les échanges entre participants pour faire émerger les problématiques principales et des pistes pour avancer. Différents projets établis ou émergents, avec les travaux menés par l'animateur, serviront de matière à réflexion.

François Raffin est Directeur Général de Neoden, qu'il créa en 2004, après 10 ans chez France Télécom et 5 ans chez Hewlett Packard, comme Directeur Grand Compte et comme Manager où il contribua à la création et au développement de plusieurs activités internationales dont Wanadoo. L'objectif était de se consacrer entièrement à sa passion pour la création de nouveaux produits et services et aux équipes qui mènent ces projets.

Ingénieur de l'Ecole Polytechnique et de Télécom Paris, il enseigne le Marketing de l'Innovation à l'IAE de Grenoble, le Management de l'Innovation à l'ENSGI, le "Creative Management" en MBA à GGSB et la Créativité au service de l'Innovation à Polytechnique. François Raffin est également Certifié Stratégie Océan Bleu par le Blue Ocean Strategy Initiative Center de Londres.

www.neoden.com

Dans une logique d'Innovation Durable, Neoden réouvre les possibilités d'innovation des entreprises au niveau stratégique et dans les démarches de conception, tout en intégrant la dimension environnementale. Neoden intervient en France et en Allemagne dans plusieurs grands groupes internationaux comme Hewlett Packard ou Alstom Power. Neoden a développé conjointement avec Gingko 21 une nouvelle méthode d'éco-innovation, OpenGreen®, dans des projets cofinancés par l'ADEME.