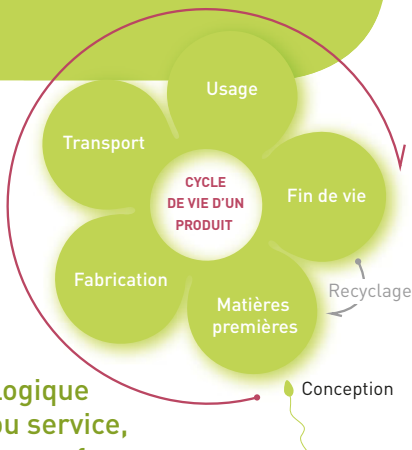


# PRÉSERVER L'ENVIRONNEMENT DÈS LA CONCEPTION...

L'éco-conception, c'est l'introduction d'une nouvelle composante à toutes les étapes du cycle de vie d'un produit ou service : l'environnement.



**L'objectif :**  
réduire l'impact écologique global d'un produit ou service, tout en optimisant ses performances, pour concilier écologie et économie !

**Ça s'applique...** à tous les produits et services.

### Ça concerne...

- **Toutes les entreprises** en recherche d'innovation, de performance et de « sens »... ou tout simplement de nouveaux clients !
- **Tous les utilisateurs** à la recherche d'un produit performant et écologique.

### Ça se voit...

- En affichant une autodéclaration ou le relevé de performance du produit (ou éco-profil).
- En optant pour une certification par tierce partie qui permettra d'obtenir l'un des écolabels existants, tels que la marque **NF Environnement** ou l'**écolabel européen**.



### À chacun son rythme...

L'identification des impacts environnementaux du produit à chaque étape de son cycle de vie est une phase incontournable de la démarche. Pour cela, différents outils existent : analyse du cycle de vie (ACV), bilan produits, outils sectoriels...

**Tout est question de moyens et d'objectifs ; à vous de choisir la méthode qui vous convient !**



## ENVIE D'AGIR OU DE VOUS RENSEIGNER ?

### Le réseau des CCI Provence Alpes Côte d'Azur :

Besoin d'une information ? D'un conseil ? En recherche de partenaires techniques ou financiers ou d'un accompagnement pour monter votre projet ? Sollicitez votre contact local :

**CRCI Provence Alpes Côte d'Azur Corse :** Laurence CAILLLOL  
cailllol@pacac.cci.fr – 04 91 14 42 74

**CCI des Alpes de Haute-Provence :** Mohamed SEBIA  
m.sebia@digne.cci.fr – 04 92 30 80 95

**CCI des Hautes-Alpes :** Corinne CLAVEAU  
c.claveau@hautes-alpes.cci.fr – 04 92 56 56 73

**CCI Marseille Provence :** Marc VALENTIN et Sylvie BELIN-BRUNEL  
marc.valentin@ccimp.com – 04 91 13 86 08  
sylvie.belin-brunel@ccimp.com – 04 91 13 86 73

**CCI Nice Côte d'Azur :** Romain CARROT  
romain.carrot@cote-azur.cci.fr – 04 93 13 75 76

**CCI du Pays d'Arles :** Thomas LECLERCQ  
tleclercq@arles.cci.fr – 04 90 99 08 37

**CCI du Var :** Bertrand LE GUINER et Céline TURCOTTI  
environnement@var.cci.fr – 04 94 22 37 84

**CCI de Vaucluse :** Nathalie DUCHOZAL  
environnement@vaucluse.cci.fr – 04 90 14 87 30

**Avec le soutien technique, méthodologique et financier de l'ADEME Provence - Alpes - Côte d'Azur ([www.ademe.fr/paca](http://www.ademe.fr/paca)) et de la Région Provence - Alpes - Côte d'Azur ([www.regionpaca.fr](http://www.regionpaca.fr)).**

**Pensez aussi à solliciter les acteurs spécifiques de votre filière (CRIT Agri, CARMA...).**

**amelio**  
L'ÉCO-CONCEPTION EN PACA



Novembre 2008. Création graphique : [www.studio-magellan.com](http://www.studio-magellan.com) – Document imprimé sur CycclusPrint, à l'aide d'encre végétale, par une entreprise Imprim'Vert.



# TOUT LE MONDE Y GAGNE

Pour choisir l'éco-conception, pas besoin d'être écolo... il suffit d'être pragmatique et ambitieux pour son entreprise ! L'expérience le montre, les bénéfices sont multiples, et parfois là où on ne les attend pas. À vous de saisir de nouvelles opportunités !

## Les avantages « acheteurs »

### Écologique... et économique

Parfois moins cher à l'achat, un produit éco-conçu l'est souvent aussi à l'utilisation. Moins gourmand en énergie, plus durable, il nécessite aussi moins de maintenance.

### Moins de risques... à tous points de vue

Moins nocif pour l'environnement et la santé, un achat éco-conçu permet aussi de mieux connaître les fournisseurs et leurs procédés.

### Un choix qui donne du sens

Particuliers, donneurs d'ordres, administrations : l'achat éco-responsable s'affirme comme une nouvelle tendance... partie pour durer ! Il s'agit d'évoluer avec la législation, d'intéresser les médias, et surtout de donner du sens à ses achats.

## Les avantages « entreprises »

### Optimiser les coûts

C'est une occasion de remettre à plat les pratiques de production et de commercialisation, d'optimiser et réduire les coûts, parfois sur des postes un peu oubliés.

### Avoir une longueur d'avance et stimuler la créativité !

L'innovation est un élément clé de la réussite d'une démarche d'éco-conception... Développer une offre technique et écologique, c'est l'apanage des entreprises visionnaires !

### Anticiper sur l'évolution des exigences réglementaires...

... et transformer une contrainte en opportunité d'évolution pour les produits et services de l'entreprise.

### Un atout concurrentiel pour la conquête de nouveaux marchés

Verdissement du code des marchés publics, étiquette énergie... l'éco-conception est aujourd'hui un élément décisif face à la concurrence.



# VOUS AIDER À VOUS LANCER

Amelio, c'est un cycle de réunions régionales pour tout savoir sur l'éco-conception. Au menu : des experts, des partenaires et des entreprises engagées, mobilisés rien que pour vous pendant 2 heures, pour traiter toutes les questions que vous vous posez sur l'Eco-conception : « Est-ce accessible ? Est-ce difficile ? Quels avantages ?... » **Un mot d'ordre : le partage !**

Retrouvez le détail du programme, les dates de réunions, les interventions, les partenaires techniques et financiers et bien d'autres choses encore sur le site [www.amelio.org](http://www.amelio.org)

Ce programme bénéficie du soutien technique et financier de l'ADEME et de la Région Provence - Alpes - Côte d'Azur.

Pour plus d'informations et de témoignages,  
retrouvez-nous sur

[WWW.AMELIO.ORG](http://WWW.AMELIO.ORG)

# ILS L'ONT FAIT...

## Des motivations diverses

« Nous avons la volonté de redynamiser et de relooker une de nos gammes de produits. » **ONE TOO** (06), fabrication d'outillages, d'appareils de contrôle et mesure pour l'industrie automobile

« Nous avons pu prouver l'efficacité environnementale du produit grâce à l'obtention de l'Ecolabel Européen et apporter ainsi plus de lisibilité à la clientèle. » **NOVAMEX** (84), fabrication et conditionnement de produits d'entretien

« Notre motivation est celle de nos clients : intéresser nos partenaires et clients de plus en plus soucieux de communiquer sur des projets innovants et citoyens. » **APPEL D'AIRE** (13), fabrication de mobilier urbain

« Il s'agissait de répondre à l'attente de la clientèle et d'anticiper les futures exigences environnementales. » **TRANSFIX** (83), fabrication de transformateurs

## Des bénéfiques multiples

« La réflexion sur le cycle de vie a amené nos employés à réfléchir sur l'impact de leur choix, de leurs gestes et sur leurs responsabilités. » **APPEL D'AIRE** (13)

« Des bénéfiques économiques et en terme d'image ont été réalisés avec notamment un réel travail avec les fournisseurs et sous-traitants. » **Hôtel RADISSON SAS** (06)

« L'entreprise a gagné une nouvelle clientèle parmi les consommateurs. » **CEREALPES** (04), fabrication de galettes végétales BIO

« Nous avons enregistré une forte croissance du chiffre d'affaires. » **NOVAMEX** (84)

« L'écoconception a permis de se poser les bonnes questions : nous avons réduit nos coûts de fabrication par un produit économe en matières premières et un gain sur le temps de montage. » **ONE TOO** (06)

## Quelques difficultés parfois

« Offrir le produit écoconçu au même prix qu'un produit traditionnel : des négociations avec nos clients. » **NOVAMEX** (84)

« Les concepteurs doivent remettre en cause leur approche, il faut intégrer la dimension environnementale. » **ONE TOO** (06)

## À refaire ? Un OUI unanime !

### La suite ?

« La démarche va s'intensifier dans les mois à venir avec la commercialisation des nouveaux produits début 2009 et l'extension de la démarche à l'ensemble des produits. » **ONE TOO** (06)

« Nos équipements destinés le plus souvent au grand public deviennent à leur tour des outils de sensibilisation et de communication auprès de la population. » **APPEL D'AIRE** (13)