

Catégorie d'initiative 10 : Mener des politiques produits exemplaires Synthèse des 3 initiatives

Descriptif :

Cette catégorie englobe des initiatives qui concernent des politiques de produits exemplaires qui privilégient l'éco-conception, la réparabilité et la durabilité des produits mis sur le marché.

Exemples analysés :

- La marque Patagonia
- Denis Papin Collectivités (DPC)
- La marque Eastpak

La société Patagonia commercialise des vêtements de sports outdoor et a une fibre environnementale développée. Elle a notamment développé un service de réparation pour les vêtements qui seraient abîmés ou ne donneraient pas satisfaction au client.

DPC est spécialiste du mobilier de collectivités. L'entreprise a développé une gestion dynamique basée sur la fabrication de produits éco-conçus qui favorisent le design, la réparabilité et la durabilité des produits.

Enfin, la marque Eastpak se distingue par la garantie de 30 ans octroyée sur les sacs et bagages par le développement d'un SAV spécialisé en France qui traite toutes les réparations sur le territoire national.

Porteur de projet :

- ☐ Association
- ☐ Bailleur social
- ☐ Conseil général
- ☐ Conseil régional
- ☐ EPCI
- ☒ **Entreprise**

Acteurs/partenaires mobilisés :

- ☒ Association
- ☒ Bailleur social

- ☒ Conseil général
- ☒ **Conseil régional**
- ☒ EPCI
- ☒ Commune
- ☒ **Autres : CFBA (Centre technique industriel), CCI, entreprises**

Publics cibles :

- ☒ **Administration publique**
- ☐ Artisans/commerçants
- ☐ Associations
- ☒ **Consommateurs**
- ☐ Distribution
- ☐ Économie sociale et solidaire
- ☐ Élus
- ☐ Entreprises
- ☒ **Établissements scolaires**
- ☐ Jeune public
- ☐ Ménages/Grand public
- ☒ **Personnel/employés**
- ☐ Relais
- ☐ Restauration hôtellerie
- ☐ Secteur hospitalier

Catégories d'activités :

- ☐ Réparation uniquement
- ☒ **Réemploi et réparation**

Catégories de produits :

- ☐ Equipements électriques et électroniques (GEM froid et hors froid, PEM, écrans, audiovisuel, informatique)
- ☒ **Produits textiles (vêtements, maroquinerie, linge de maison, chaussures)**
- ☒ **Mobilier et décoration (mobilier, décoration, luminaires, vaisselle)**
- ☐ Livres, cassettes, CD, DVD (livres, revues, BD, CD, DVD, cassettes)
- ☒ **Equipements de loisirs (instruments de musique, jeux et jouets, équipements de sports, vélos)**
- ☐ Outillage (bricolage, jardinage)
- ☐ Autres (puériculture, paramédical, divers)

Contexte /éléments déclenchants

- **Conviction et volonté** du fondateur de l'entreprise de concevoir et fabriquer des produits durables, ayant un impact limité sur l'environnement en phase avec ses valeurs personnelles.
- Volonté de se démarquer de la concurrence : **positionnement marketing** différent tout en proposant des produits de qualité ;
- Nécessité de respecter des **clauses environnementales** de plus en plus strictes dans les cahiers des charges des collectivités territoriales dans le cas d'appel d'offre.
- Engagement de l'entreprise dans une **politique de développement durable** ou de type RSE.
- Engagement de la marque à offrir une garantie sur les produits vendus sur le territoire national, ce qui nécessite le développement d'un SAV spécifique.

Objectifs et résultats potentiels

Objectifs :

- Etre précurseur dans le domaine de l'innovation et de l'éco-conception ;
- Se démarquer de la concurrence par la fabrication de biens de qualité ayant une durée de vie la plus longue possible et/ou une garantie d'une durée très longue ;
- Développer une activité industrielle en parfaite adéquation avec des convictions fortes en matière de développement durable ;
- Respecter les engagements de la marque en termes de garantie et de qualité de service (ex : délai de réparation).
- Créer un attachement et une fidélisation à la marque grâce au respect des engagements en termes de développement durable et de qualité de service.

Résultats :

- Augmentation du nombre de clients
- Progression du nombre de commandes et de produits livrés
- Croissance de l'activité et du chiffre d'affaires
- Croissance de la capacité de production
- Croissance de l'effectif (personnel dédié à la réparation)
- Politique orientée clients : garantie sur les produits – labellisation – service réparation
- Utilisation croissante de matériaux recyclés (ou nombre de tonnes de produits détournés)
- Réduction des émissions de CO2 (bilan environnemental de l'entreprise, ACV)

Exemple Denis Papin Collectivités :

- En 2000, le chiffre d'affaire était de 8 M € et il est passé à 27 M € en 2012.
- 8000 clients et chaque année plus de 13 000 commandes ou encore plus de 600 000 produits livrés
- L'effectif a sextuplé en 5 ans, et les ateliers ont triplé leur capacité de production en 10 ans.
- Fabrication de produits labellisés (PEFC, NF Environnement, NF Collectivités, NF Education, Eco-Conçu).
- Conception de mobiliers aisément démontables par le client en cas de réparation ou de fin de vie afin de faciliter son recyclage.
- Mise à disposition des clients d'un stock de pièces détachées de quincaillerie pour la réparation du mobilier.
- DPC garantit le réassortiment en pièces détachées (éléments de quincaillerie, porte, plateau...) pendant 5 ans après l'arrêt de la gamme
- Garantie de 10 ans sur le mobilier et garantir à vie sur les soudures.
- 20 commerciaux assurent le service après-vente sur le terrain. En cas de litige, un

service de proximité est assuré.

Exemple Patagonia :

- Création d'un logo « e » qui désigne les articles qui contiennent des fibres respectueuses de l'environnement : 54% des textiles concernés.
- Utilisation de coton 100 % biologique certifié pour tous les articles contenant du coton.
- Utilisation de matériaux recyclés (bouteilles PET) : 92 millions de bouteilles PET détournées et été recyclées en pulls polaires.
- Depuis juillet 2005, Patagonia a recyclé 56,6 tonnes de produits.
- Depuis janvier 2012, Patagonia a réparé 26 078 produits.

Mise en œuvre et moyens

Déroulement / étapes de l'action :

- Création d'une entreprise de fabrication de biens dans une optique de qualité, d'éco-conception
- Création du bureau d'étude en éco-conception
- Etude d'impact écologique des produits mis sur le marché
- Recherche et développements de produits innovants basés sur les principes de l'éco-conception
- Procédures de certifications - politique de type RSE
- Mise en place d'un service de réparation avec procédure de retour standardisée pour les clients et les revendeurs
- Développement de l'entreprise sur le territoire national, voire à l'international
- Plan de communication mettant en avant les engagements de la marque en matière de développement durable
- Processus continu de développement de nouveaux produits innovants et éco-çongus

Moyens humains :

Exemple Denis Papin Collectivités :

2 ETP dans le bureau d'étude qui se consacre à l'éco-conception

2 ETP pour le SAV, responsable qualité, gestion des pièces

20 ETP VRP qui sillonnent tout le territoire français

350 travailleurs au total dispersés sur les différents sites de la société (ateliers de production, bureau de commercialisation, bureau d'étude, Direction)

Exemple SAV Eastpak :

Depuis sa création, la cordonnerie Beaulieu est passée de 2 ETP à 9 ETP.

Moyens financiers :

Exemple Denis Papin Collectivités :

Moyen financier consacré à l'éco-conception : +/- 10 000 €/an qui correspond à ¼ ETP

Moyens techniques :

Exemple Denis Papin Collectivités :

Les ateliers bois et métal sont équipés d'un outillage performant pour une valeur de plusieurs dizaines de milliers d'€. (Budget non précisé)

Exemple SAV Eastpak :

La cordonnerie Beaulieu est équipée de machines à coudre professionnelles qui permettent d'effectuer l'ensemble des réparations. Le déménagement de l'atelier dans des locaux plus spacieux répond à l'augmentation des activités et à l'engagement de nouvelles couturières.

Valorisation de cette expérience :

Facteurs de succès :

- Volonté du ou des dirigeant(s) d'engager l'entreprise dans une politique développement durable.
- Etre accompagné d'un bureau d'études spécialisé ou disposer d'un service recherche ou innovation dynamique au sein du groupe qui conçoit des produits ayant un impact environnemental réduit (optimisation des matières, réduction des emballages, process industriels optimisés, produits démontables).
- Produits innovants avec une image de qualité afin de se démarquer de la concurrence.
- SAV au service des clients (garantie sur les articles, politique d'échange, service réparation, etc.) dans le respect des engagements.
- Avoir un poids suffisant pour pouvoir influencer sur les services de ses fournisseurs de manière à les rendre compatibles à ses engagements.
- Appartenir à un groupe ayant une stratégie développement durable notamment une démarche de certification.
- Politique de prévention : conseils d'entretien des produits mis sur le marché afin de garantir leur durabilité. En cas de réparation, révision complète du produit afin de prévenir tout problème ultérieur.
- Contractualisation avec des fournisseurs qui respectent les engagements de la marque en matière de développement durable.
- Disposer d'un réseau de vendeurs et revendeurs qui sont au contact avec les clients et qui font remonter, au siège de l'entreprise, toutes les propositions d'amélioration des produits.

Facteurs limitants et solutions proposées par les porteurs de projet :

- Contraintes techniques et logistiques pour le client en cas de retour de l'article à réparer.
 - ➔ Solutions :
 - Service après-vente conçu pour répondre à la demande des clients (ex. : procédure de retour disponible sur Internet, renvoi de l'article via le vendeur)
 - Conseils d'entretien fournis avec chaque article afin de sensibiliser le consommateur à la durabilité des produits et aux bons gestes afin d'en assurer la longévité.
- Prix de vente supérieur des produits éco-conçus afin d'amortir les frais de recherche et développement.
 - ➔ Solution :
 - Adopter une stratégie marketing qui met en avant les qualités du produit (garantie, design original, limite l'impact sur l'environnement, réparable) et qui justifie, par conséquent, le prix de vente de l'article.
- Impact financier d'une équipe spécialisée en interne en éco-conception peut être un frein pour l'entreprise à court terme.
 - ➔ Solutions :
 - Privilégier les aides financières locales ou nationales qui soutiennent le développement économique des entreprises à travers l'innovation.
 - Participer aux formations en éco-conception dispensées par les Chambres de Commerce et d'Industrie afin d'améliorer la qualification des équipes en charge de l'éco-conception en interne.
 - Passer par des structures extérieures compétentes pour concevoir des projets d'innovation.

- Difficulté de recruter des artisans ou des réparateurs spécialisés
 - ➔ Solutions :
 - Collaboration étroite avec Pôle Emploi, annonces dans la presse locale.

Valeur ajoutée d'une approche « multi-produits » :

Les exemples envisagés portent sur des démarches « mono-produit ».

Valeur ajoutée d'une approche territorialisée :

- La centralisation des réparations en un lieu présente une facilité pour les revendeurs et les clients qui envoient les réparations à une seule adresse.
- Différentes formes de soutien au développement économique sont octroyées par des acteurs locaux (CCI, Clubs d'entreprises, CR). Il est donc important de les identifier et de les rencontrer dans le but de tisser des relations pérennes favorisant le déploiement économique de l'activité industrielle.

Indicateurs d'évaluation :

- Chiffre d'affaires
- Nombre de clients
- Nombre de produits livrés
- Nombre de demandes d'interventions de réparation (sous garantie / hors garantie)
- Nombre de biens faisant l'objet d'une réparation dans le cadre de la garantie ou hors garantie
- Délais d'intervention pour la réparation en atelier
- Délais d'intervention pour l'envoi des pièces de réparation

Reproductibilité / Recommandations éventuelles:

Reproductibilité :

- La reproductibilité d'une telle démarche repose sur la réparabilité des produits. Elle sera plus aisée si d'une part, la volonté industrielle en faveur du développement durable est bien ancrée dans l'entreprise et d'autre part, si le marché économique permet de développer une telle offre dans le secteur d'activité pressenti (adéquation entre l'offre et la demande, coût supporté pour la réparation).
- La recherche et développement en matière d'éco-conception est facilitée au sein des entreprises qui connaissent une certaine sérénité économique et qui peuvent se permettre de consacrer du temps et de l'argent dans cette démarche.
- Les soutiens financiers et les aides techniques sont disponibles sur l'ensemble du territoire national ce qui peut faciliter la concrétisation de la démarche en matière d'éco-conception.

Recommandations :

- S'associer avec des prestataires locaux (départementaux, régionaux ou nationaux) pour réduire le temps de réponse en cas de réparation, de demande de pièces détachées, ou de fourniture de matière première (ex: bois)
- S'assurer auprès des fournisseurs que la disponibilité des pièces de rechange est effective selon les modalités prévues par le fabricant/distributeur (ex : disponibilité des pièces durant 5 ans après l'arrêt de la gamme, garantie de retour sous 15 jours). Pour ce faire, le conventionnement entre les parties prenantes stipulant les engagements des uns et des autres est recommandé.
- Communiquer, de manière claire et transparente, sur les engagements de la marque en termes de service après-vente.
- Conserver les plans et les instructions techniques qui ont permis de fabriquer les produits afin de reproduire à l'identique les pièces défectueuses en cas de réparation
- Mettre en place une stratégie de formation continue des techniciens afin d'assurer le

transfert du savoir-faire en matière de réparation sur toute la gamme de production

- Privilégier les contacts de proximité avec la clientèle à travers des commerciaux de terrain ou un standard téléphonique dédié au service après-vente afin de faciliter les démarches en faveur des travaux de réparation.