

PILOTES PLV

# PORTRAITS DE CERTIFIÉS



Charlotte Dedeine - Dirigeante

Une démarche pour  
se rapprocher de nos valeurs,  
de nos convictions,  
de notre éducation

**À l'origine de la démarche, en 2008, nous nous sommes demandé ce que devenaient nos PLV en fin de vie. Nous le savions : elles finissaient à la benne. Nous nous demandions comment faire évoluer, et influencer notre métier.**

**La première opportunité d'éco-concevoir a été créée par un client, qui nous a consultés sur un projet où l'éco-conception était un critère de choix.**

Nous nous sommes lancés dans une étude complexe sur l'analyse du cycle de vie de cette PLV, et nous avons remporté le marché. Cela nous a mis le pied à l'étrier, nous étions très fiers.

Dès lors, nous avons compris qu'il fallait mieux nous organiser, car tout ceci était très chronophage. Nous avons réalisé notre Bilan Carbone®, puis créé un éco-calculateur adapté à partir du calculateur e.CO.pop du POPAI, pour structurer notre démarche. L'objectif était clair : il fallait que le calcul de l'impact carbone puisse être fait en moins de 5 minutes.

**Ensuite, nous avons été certifiés AFAQ éco-conception. Puis, à la création du standard ÉCO POPAI en 2014, nous nous sommes lancés dans la préparation de la certification.**

L'accompagnement ÉCO POPAI puis l'agrément nous ont amené à plus d'aisance, à développer des compétences et des outils.

**Des fiches éco-conception pour échanger avec le client**

Par exemple, nous avons créé des fiches d'évaluation de notre impact en termes d'éco-conception. Nous les utilisons lorsque nous identifions une évolution importante du produit et que nous sentons qu'il y a des économies à réaliser. Nous en avons déjà fait une quinzaine.

Dans les faits, le commercial présente la fiche au client, et engage la discussion, car nous avons besoin d'accompagner ces fiches d'explications.

En règle générale, les clients sont tous sensibles à la démarche. Quand nous arrivons avec des documents concrets, ils sont ravis, cela les aide à la décision et à convaincre à leur tour, chez eux, en interne.

**Aujourd'hui, nous valorisons toutes nos actions d'amélioration, ce qu'on ne faisait pas avant. Nous montrons que nous faisons des "écolonomies" !** 



LE BILAN DE LA DÉMARCHÉ



# Un engouement très fort en interne, et un retour très positif de nos clients



Vincent Dedeine - Dirigeant

## Un engouement très fort en interne

Aujourd'hui, il y a un tel engouement en interne, que le bureau d'études souhaite valoriser tous les projets et les systématiser, alors que cela paraissait très difficile avant. Les chefs de projets sont déçus quand ils ne trouvent pas d'économies CO<sup>2</sup>.

Les commerciaux, moins au fait au départ, ont participé à la formation du POPAI (ndlr : formation en éco-conception proposée par POPAI France depuis 2015 pour accompagner les fabricants de PLV dans leur démarche d'éco-conception) et sont revenus très motivés. Aujourd'hui, ils se sentent beaucoup mieux armés pour présenter la démarche aux clients.

## Les retours des clients sont excellents, même si nous manquons encore de recul

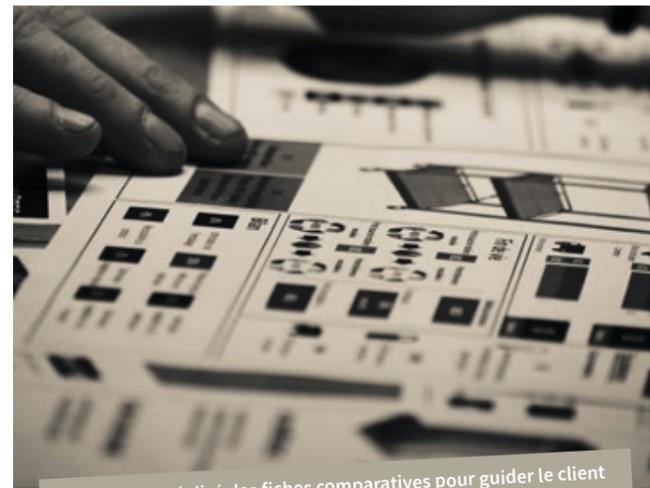
Nous avons analysé les discours RSE des grands groupes et nous le rappelons dans nos échanges avec les achats. Nous leur parlons de leur politique de développement durable, mais aussi des questions éthiques, et notamment d'une pratique malheureusement encore actuelle : récupérer les idées d'un fabricant lors d'une proposition, puis faire fabriquer les PLV ailleurs, pour moins cher.

Quand nous leur parlons de leur propre démarche et nous leur apportons des outils concrets, ça marche, le discours est cohérent.

À nous de les aider à trouver les arguments qui vont convaincre en interne, chez eux.

## Nos axes de progrès concernent trois niveaux : la fin de vie du produit, les fournisseurs, les clients

Nous devons avoir de meilleures connaissances sur l'impact des matériaux, les finitions, ainsi que les filières de fin de vie, afin de mieux accompagner nos clients sur la collecte et la séparabilité des éléments. Il serait bon de leur indiquer la composition des matériaux et les filières de recyclage précises.



Nous avons réalisé des fiches comparatives pour guider le client

Concernant nos fournisseurs, c'est en travaillant avec nos usines, qui ne se posent pas encore forcément ces questions, que nous nous rendons compte que c'est à nous de faire évoluer les choses, et de proposer à nos fournisseurs les meilleures sources d'approvisionnement.

Nous interpellons également nos clients sur ces sujets. 🌱



## UNE PLV ÉCO-CONÇUE

Avec Cigalou, on a fait évoluer notre client vers l'éco-conception !



Meuble Cigalou : un exemple d'"économies"

Nous avons déjà conçu ce meuble en 2008. Le nouveau brief 2015 supposait de garder le même encombrement en rajoutant un étage de plus

### Ce que nous avons fait :

- Nous avons redessiné les tablettes : en jouant sur la largeur du meuble qui était inexploitée, nous avons gagné en hauteur mais aussi en linéaire. Nous avons augmenté la capacité de **30%**,
- Nous avons enlevé toute la partie métallique et en renforçant l'ossature, nous avons économisé **18,5%** en poids,
- Nous avons optimisé les ailettes et repensé les matériaux et leurs finitions,
- Nous avons optimisé les transports en relocalisant des parties venant de Slovaquie ou du Portugal,

### Au final, nos gains ont été les suivants :

- **7%** d'économies financières
- Amélioration de la recyclabilité de **54% à 97%** !
- Réduction de **19%** de l'impact CO<sup>2</sup>

C'était un grand défi, nous en sommes très fiers. Nous avons proposé une solution meilleure à tous les niveaux, ce qui nous a considérablement différencié. Nous avons amélioré tout le meuble, qui est devenu plus modulable, facilitant ainsi la partie SAV et la maintenance. Il ne faut pas oublier que ces meubles restent 7 ou 8 ans en magasin...

Enfin, à la clé, notre client est très satisfait par le facing et le prix ! 🌱



Timothée - Chef de projet

## DES LIMITES À L'ÉCO-CONCEPTION

Des outils ont levé la plupart des difficultés... mais il subsiste encore quelques résistances

### Au niveau des matières, on arrive parfois à des limites de contrainte mécanique

Il faut rester réaliste. Parfois nous nous faisons avoir à notre propre jeu, car nous demandons trop à nos matières.

Par exemple, en voulant trop éco-concevoir, j'avais fait un meuble trop léger. Nous sommes revenus en arrière. Il nous faut trouver le juste milieu.



Joël - Chef de fabrication

Et puis, c'est vrai, parfois, en éco-conception, la PLV peut être plus chère à l'achat, alors qu'en coût global, on fait des économies. C'est donc un handicap pour des clients qui n'y trouvent alors pas leur intérêt de manière évidente. Au niveau commercial, il faut donc trouver les bons arguments !

Il y a aussi des optimisations au niveau des transports, que nous essayons systématiquement de proposer, mais nous nous heurtons aux freins logistiques.

L'autre frustration, c'est le temps que nous avons. Nous sommes obligés d'aller vite : on ne peut pas tout révolutionner avec les délais que nous avons. 🌱



Vincent - Directeur Commercial



## L'ÉCO-CONCEPTION : UN RÉFLEXE

# On a relocalisé la fabrication d'une PLV

### On peut dire qu'on a toujours fait de l'éco-conception, mais qu'on ne savait pas le valoriser

Par exemple, nous avions une desserte fabriquée en Chine. Nous nous sommes mis autour de la table, nous nous sommes demandés pourquoi on la faisait si loin : il y avait du chrome, et beaucoup de main d'œuvre.

Nous avons alors repensé le produit en remplaçant le métal, et utilisé une peinture aspect chromé, qui donnait le même effet. Avec les fiches comparatives d'éco-conception, nous avons convaincu les clients !

Aujourd'hui, la desserte est produite à 20 kms d'ici. Nous avons même un produit un peu moins cher, et disponible plus rapidement ! 🌱

## L'ÉCO-CONCEPTION EST UN PROCESSUS D'AMÉLIORATION CONTINUE

# Nous avons tous intégré l'éco-conception !

Cela fait partie de nos habitudes : nous optimisons plus rapidement, dès que nous commençons à modéliser. La fiche éco-conception est un outil déterminant pour un échange beaucoup plus concret avec le client. Elle représente un réel investissement en temps pour la renseigner.

Nous allons parfois jusqu'à réaliser des versions complètes éco-conçues, pour montrer au client l'évolution du produit. Grâce à cette démarche, nous sommes vraiment plus innovants.

### Notre axe de progrès au niveau du bureau d'études : les matériaux

Il nous faut plus de connaissances sur les



Christophe Dubus, Chef de projet

matériaux. Par exemple, nous avons encore des problèmes techniques sur les bioplastiques. J'ai donc récemment suivi une formation dédiée pour tenter de répondre à mes questions. 🌱

## POURQUOI ÉCO-CONCEVOIR ?



PLV URBAN, version 1



PLV URBAN, version 2

## Avec le projet Urban, nous avons prouvé qu'une PLV éco-conçue pouvait être moins chère !

Suite à une demande du client, nous avons fait un premier dessin, avec un socle métallique et un logo en métal qu'on voyait de loin. Nous avons réalisé un prototype et une première estimation du projet. Le client nous a dit "c'est cher, et trop volumineux pour la logistique !". Nous avons alors cherché d'autres solutions, pour réduire les coûts et le côté volumineux. Notre idée a été de supprimer le socle, et il a fallu trouver des solutions pour le stabiliser, et surtout convaincre le client que le double fronton pouvait être réduit. Grâce à nos nouveaux réflexes, nous avons trouvé les arguments pour le convaincre : la PLV était vraiment unique.

### Résultats :

Nos gains environnementaux (CO<sup>2</sup>) : **-40%**  
Nos gains logistiques : **-25%**  
Nos gains financiers : **-23%**

**Mais le plus important : le client a été séduit !**



### PILOTES PLV

est spécialisée dans la création, conception et fabrication de matériel publicitaire multi-matériaux

• **2013** : PILOTES PLV réalise le Bilan Carbone® de l'ensemble de son activité

• **2013** : PILOTES PLV remporte le concours Eco-conception [avniR]

• **2014** : PILOTES PLV adhère au Pacte Mondial de L'ONU et s'engage à respecter et promouvoir les 10 principes fondamentaux du Pacte.

• **2014** : PILOTES PLV installe 3 ruches d'abeilles dans le jardin de l'entreprise

• **Mars 2014** : PILOTES PLV obtient la note "en progression" lors de l'évaluation AFAQ éco-conception

• **2015** : PILOTES PLV est audité puis obtient la certification ÉCO POPAI



NOTRE PLV IDÉALE, C'EST :

"Une PLV permanente...  
...avec une durée de vie longue, évolutive, qui soit récupérée, démantelée, et recyclée. En économie circulaire parfaite. On pourrait même imaginer qu'elle soit louée : nous resterions propriétaire de cette PLV, nous pourrions gérer tout le processus, ce qui nous amènerait à mutualiser les PLV. Nous le faisons déjà dans certains cas : certaines PLV nous reviennent, nous les réadaptions et elles repartent dans le circuit. Mais un vrai changement supposerait une vision complètement différente de notre métier, une véritable révolution des esprits !"

Charlotte & Vincent Dedeine



**ÉCO POPAI est le 1<sup>er</sup> standard d'éco-conception développé par POPAI France pour le secteur du Marketing au Point de Vente.**

ÉCO POPAI récompense la démarche d'éco-conception et d'amélioration continue d'une entreprise, et non pas une PLV. L'entreprise est audité par un expert indépendant.

Le référentiel ÉCO POPAI comprend des questions touchant à la direction et la gouvernance, les processus de vente et d'achats, de conception et de production, en passant par la logistique et la communication, couvrant ainsi un champ transversal et large.

Plus d'informations sur le site [www.popai.fr/ecopopai.htm](http://www.popai.fr/ecopopai.htm) auprès de [ecarabajal@popai.fr](mailto:ecarabajal@popai.fr)