

Plus de 7 organisations sur 10 qui conçoivent leurs produits de façon durable ont connu une amélioration de leur croissance, de la satisfaction client et de l'engagement de leurs salariés

Mais seulement 22 % des organisations ont fait du développement durable un élément clé de leur stratégie de conception de produits

Paris, 7 septembre 2022 - Les organisations doivent faire du développement durable une partie intégrante de leurs processus de conception de produits si elles souhaitent atteindre leurs objectifs de neutralité carbone, en particulier ceux liés aux émissions de scope 3¹. Selon le dernier rapport du Capgemini Research Institute intitulé "[Rethink: Why sustainable product design is the need of the hour](#)" (« Repenser : Pourquoi la conception durable des produits est indispensable aujourd'hui »), 67 % des organisations ont constaté une réduction de leurs émissions de carbone grâce à la mise en œuvre de stratégies de conception durable de produits, et elles sont 73 % à avoir constaté une accélération de la croissance de leur chiffre d'affaires. L'étude souligne le besoin critique de prendre rapidement des mesures à cet égard : les organisations peuvent commencer par faire de la durabilité une priorité stratégique essentielle pour les équipes de conception de produits.

Les décisions de conception influent fortement sur l'impact environnemental et social des produits. En effet, environ 80 % de leur empreinte environnementale peut être attribuée à des décisions prises au stade de la conception². La conception de produits durables est précisément un levier clé pour aider les organisations à réaliser leur transition vers la neutralité carbone. Les émissions liées aux produits³ peuvent représenter une part importante des émissions globales des organisations et les stratégies de conception durable sont cruciales pour les réduire. Pourtant, seulement 22 % des organisations ont fait de la durabilité un élément clé de la conception de produits, et seulement un quart d'entre elles environ effectuent régulièrement des évaluations d'impact environnemental⁴ (26%) et social⁵ (25 %) lorsqu'elles créent de nouveaux produits.

« Afin d'atteindre leurs objectifs de réduction d'émissions de carbone et leurs objectifs globaux de développement durable, les organisations doivent penser au-delà des problèmes de conception isolés et réfléchir au système dans son ensemble, des premières étapes de la conception du produit, à la sélection des matériaux et à la gestion de la fin de vie. Cela nécessite d'adopter toute une série d'approches différentes tout au long du cycle de vie du produit, notamment la pensée systémique, la conception circulaire et régénérative, a déclaré

¹ Les émissions de scope 3 désignent toutes les émissions indirectes (non incluses dans le scope 2) qui se produisent dans la chaîne de valeur de l'entreprise déclarante, y compris en amont et en aval - GreenHouse Gas Protocol Initiative. Consulté sur https://ghgprotocol.org/sites/default/files/standards/Product-Life-Cycle-Accounting-Reporting-Standard_041613.pdf

² Commission européenne. (n.d.) « EU Science Hub ». Consulté sur <https://ec.europa.eu/jrc/en/research-topic/sustainable-product-policy>

³ Les émissions liées aux produits désignent les émissions générées au cours du cycle de vie d'un produit, c'est-à-dire lors des phases d'acquisition et de prétraitement des matériaux, de production, de distribution et de stockage, d'utilisation et de traitement en fin de vie.

⁴ Les évaluations d'impact environnemental désignent les analyses du cycle de vie (ACV) comprenant une analyse de tous les impacts environnementaux associés à un produit tout au long de son cycle de vie (par ex. émissions de carbone, pollution, déchets, perte de biodiversité, érosion/dégradation des sols).

⁵ Les évaluations d'impact social désignent une analyse de tous les impacts sociaux associés à un produit tout au long de son cycle de vie (par ex. travail forcé, conditions de travail dangereuses, discrimination fondée sur le sexe).



Roshan Gya, responsable mondial de l'activité *Intelligent Industry* chez Capgemini. *Les organisations doivent également garder à l'esprit que de nombreuses initiatives durables impliquent des efforts à court terme qui portent leurs fruits sur le long terme, tels que des investissements initiaux visant à éviter des coûts plus importants à l'avenir.* »

La pression réglementaire est l'une des principales motivations

Le rapport a révélé que la principale motivation pour 61 % des organisations qui mettent actuellement en œuvre des pratiques de conception durable de produits ou qui envisagent de le faire à l'avenir est la pression réglementaire. Alors que la réglementation devrait se durcir à l'avenir, notamment en ce qui concerne la prolongation de la durée de vie des produits et l'utilisation de matériaux recyclés dans les produits et/ou les emballages, les entreprises qui ne conçoivent pas encore leurs produits de façon durable doivent revoir leur position pour se prémunir contre le risque d'être non-conformes à l'avenir d'un point de vue réglementaire.

La conception durable n'entraîne pas toujours une hausse des coûts

La conception durable est souvent considérée comme trop coûteuse et cette perception représente un obstacle majeur à sa mise en œuvre. Cependant, Capgemini a constaté que, sur l'ensemble des secteurs, 23 % des entreprises ayant mis en œuvre au moins une stratégie de conception durable ont connu une diminution des coûts, et 37 % déclarent que les coûts sont restés inchangés.

Les pratiques de conception durable offrent une multitude d'avantages à long terme

Selon le rapport, les organisations doivent envisager les investissements dans la conception durable de produits sous un prisme long terme. Pour de nombreuses entreprises, ces investissements portent déjà leurs fruits : parmi les organisations ayant constaté une hausse des coûts, 51 % ont indiqué qu'elle a été compensée par des avantages plus importants : une plus forte croissance de leur chiffre d'affaires (73 %), une plus forte satisfaction client (70 %) et un engagement collaborateur accru (79 %) ainsi qu'une réduction des émissions de carbone (67 %).

La conception durable offre également des opportunités de réduction de coûts sur l'ensemble de la chaîne de valeur grâce à des stratégies telles que la « dématérialisation » et l'« allègement », qui visent à réduire la quantité de matériaux utilisés dans un produit. Parmi les autres avantages figurent une efficacité accrue de la production, grâce à une moindre consommation d'énergie et d'eau et un assemblage plus rapide par exemple, et la réduction des coûts de transport grâce à une conception optimisée des produits et des emballages.

Le rapport conclut en soulignant que pour en récolter les bénéfices, les entreprises doivent faire de la durabilité une des principales priorités de conception et souligner la nécessité d'un changement de paradigme. Il est pour cela primordial d'adopter une approche axée sur les données et les organisations doivent évaluer les impacts des produits de manière holistique en mesurant les impacts environnementaux et sociaux tout au long de leur cycle de vie. Elles doivent également collaborer avec les parties prenantes sur l'ensemble de la chaîne de valeur pour prendre ensemble les décisions de conception durable en fonction de leur impact et de leur faisabilité, et investir dans des partenariats pour développer de nouvelles compétences. Elles devront également investir dans les services pour prolonger de la durée de vie des produits et la gestion de la fin de vie, boucler la boucle des flux de produits et de matériaux et garantir que les produits sont véritablement durables tout au long de leur cycle de vie. En outre, les progrès technologiques créent de nombreuses opportunités de conception durable de produits et les organisations doivent veiller à exploiter ces technologies plus efficacement et plus largement.



Méthodologie

Le *Capgemini Research Institute* a interrogé, en avril-mai 2022, 900 responsables de la conception de produits et directeurs techniques issus de grandes entreprises de nombreux secteurs dont les produits de consommation, l'automobile, l'industrie, l'aéronautique et la défense, la technologie ainsi que les dispositifs médicaux. 15 cadres ainsi que des universitaires ont également été interviewés. Dans ce rapport, le *Capgemini Research Institute* s'est concentré sur des organisations dont le cœur d'activité est la fabrication de produits. Certains de ces produits peuvent intégrer des éléments logiciels ou être accompagnés d'applications, aussi, les stratégies d'écoconception portant sur les produits digitaux sont aussi traitées.

A propos de Capgemini

Capgemini est un leader mondial, responsable et multiculturel, regroupant 350 000 personnes dans plus de 50 pays. Partenaire stratégique des entreprises pour la transformation de leurs activités en tirant profit de toute la puissance de la technologie, le Groupe est guidé au quotidien par sa raison d'être : libérer les énergies humaines par la technologie pour un avenir inclusif et durable. Fort de 55 ans d'expérience et d'une grande expertise des différents secteurs d'activité, Capgemini est reconnu par ses clients pour répondre à l'ensemble de leurs besoins, de la stratégie et du design jusqu'au management des opérations, en tirant parti des innovations dans les domaines en perpétuelle évolution du cloud, de la data, de l'Intelligence Artificielle, de la connectivité, des logiciels, de l'ingénierie digitale et des plateformes. Le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 18 milliards d'euros en 2021.

Get The Future You Want* | <http://www.capgemini.com/>

**Capgemini, le futur que vous voulez*

A propos de Capgemini Research Institute

Le *Capgemini Research Institute* est le groupe de réflexion interne de Capgemini sur tout ce qui touche au numérique. L'Institut publie des recherches sur l'impact des technologies numériques sur les grandes entreprises traditionnelles. L'équipe s'appuie sur le réseau mondial d'experts de Capgemini et travaille en étroite collaboration avec des partenaires universitaires et technologiques. L'Institut dispose de centres de recherche dédiés à Paris, en Inde, au Royaume-Uni, à Singapour et aux États-Unis. Il a récemment été classé n°1 au monde pour la qualité de ses recherches par des analystes indépendants.

Rendez-vous sur <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>

Inscrivez-vous sur <https://www.capgemini.com/capgemini-research-institute-subscription/>

Pour en savoir plus ou télécharger le rapport, rendez-vous sur : <https://www.capgemini.com/insights/research-library/sustainable-product-design/>