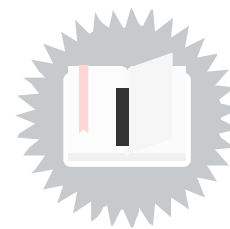


Définition du contexte



Analyse de l'existant

En amont de la phase de conception, la première étape de la planification de la démarche est de réaliser une étude pour identifier les forces et faiblesses en interne et les menaces/opportunités du marché vis-à-vis du produit de référence.

En interne, il s'agit d'identifier :

- Les marges de manoeuvres de l'entreprise pour l'éco-conception (choix des matériaux, contraintes produits...)
- Les ressources dont dispose l'entreprise en interne en termes de compétences, d'organisation.

En externe, il s'agit d'identifier :

- Les positionnements des concurrents à ce niveau.
- Le degré de maturité des consommateurs et leur sensibilité face aux enjeux socio-écologiques.
- Le cadre réglementaire et normatif.

Cette étude se base sur une Matrice SWOT.

Projet Kayak



Dans notre exemple du kayak l'analyse SWOT pourrait être la suivante

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none">- Fort pouvoir de R&D- Forte notoriété auprès des consommateurs- Haut niveau de qualité (mise sur la qualité française)	<ul style="list-style-type: none">- Spécialisation dans les kayaks de mer- Forte dépendance par rapport aux distributeurs pour les ventes aux particuliers
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none">- Développement de la pratique du canoë-kayak- Forte demande en nouvelles technologies- Barrière à l'entrée qui diminue la possibilité de nouveaux concurrents	<ul style="list-style-type: none">- Marché concurrentiel- Peu d'innovation durable possible du secteur- La pratique du canoë-kayak est une entrave à l'environnement- Peu de données concernant les chiffres du secteur

Choix du produit de référence

Le choix du produit de référence conditionne les orientations stratégiques de la démarche.

S'il n'existe pas de produit de référence existant, le choix peut se porter sur un produit concurrent à fonctions équivalentes.

Définition des objectifs de conception

Suite à la définition du contexte, l'entreprise doit se positionner sur une stratégie d'éco-conception globale.

« Cette stratégie peut évoluer selon la maturité de l'entreprise et tient compte de :

- de la hiérarchisation des objectifs, des cibles et des impacts environnementaux spécifiques du produit ;
- du périmètre du système à améliorer ;
- du niveau d'accès à l'information ;
- des solutions de préconisation ;

— des attentes des parties prenantes. » NF x30- 264

La stratégie diffère selon les entreprises et le type de produits à éco-concevoir (produit physique ou service), cela peut être des changements simples comme la substitution des matériaux avec des matériaux bio-sourcés, ou la réduction de la consommation d'énergie dans la phase d'usage. Ou bien des changements plus profonds comme le changement de business model (passage à l'économie de fonctionnalité par exemple).