



AFNOR CERTIFICATION

Guide du label

AFAQ ÉCO-CONCEPTION

pour le secteur des entreprises
de la mode

(textile, habillement,
linge de lit, chaussures
et maroquinerie)



→ SUIVEZ LE GUIDE

afnor
CERTIFICATION

SOMMAIRE

Acteurs de la mode, pourquoi choisir le label AFAQ Éco-conception ?	5
Une méthode qui repose sur une expertise et des référentiels reconnus	6
Un système de reconnaissance adapté aux besoins des marques	7
Le référentiel du label AFAQ	8
1. Responsabilité de la Direction et leadership	10
2. Affectation de la stratégie de création durable : compétences et techniques pour l'éco-conception de la collection	12
3. Mise en œuvre opérationnelle du projet d'éco-conception des collections	18
4. Lancement de la collection sur le marché et communication environnementale externe	24
5. Retour d'expérience pour améliorer la future collection éco-conçue	27
La méthode de notation	30
Le processus d'évaluation	33
Préparation hors site	33
Évaluation sur site	33
Outils pour l'aide à l'éco-conception	34
Synthèse	34
L'offre Économie Circulaire du Groupe AFNOR	35



PRÉAMBULE



Les textes et obligations incombant aux metteurs sur le marché du secteur de la mode sont en constant développement : loi sur le devoir de vigilance, loi anti-gaspillage pour une économie circulaire, loi climat et résilience, barème Refashion, projet de règlement européen sur l'éco-conception, Directive Européenne sur les allégations environnementales Green Claims, stratégie européenne sur les textiles durables et ses textes afférents...

Les questions et attentes de la société civile et des consommateurs, sur un secteur particulièrement sensible, sont également en constante évolution.

Dans ce contexte, et devant la pluralité des enjeux d'éco-conception du secteur de la mode, AFNOR Certification a souhaité mettre à disposition des acteurs de la filière un guide de lecture sectoriel de son référentiel d'évaluation AFAQ Éco-conception.

Déjà utilisé par de nombreux secteurs d'activité, le label AFAQ Éco-conception apporte un cadre méthodologique à la structuration et au déploiement de toute démarche d'éco-conception de produits ou de services. Il challenge les entreprises sur leur stratégie et leurs enjeux marchés en matière d'éco-conception et liste des critères rédhibitoires qui assurent un niveau de qualité et d'ambition minimum à tout projet d'éco-conception.

Le présent guide reprend pas à pas le référentiel du label AFAQ Éco-conception et propose une lecture sectorielle de ses critères d'évaluation pour une meilleure appropriation par les entreprises du textile et de la mode : **ce guide offre aux entreprises des solutions stratégiques et opérationnelles pour la mise en œuvre d'une démarche d'éco-conception de leurs collections, produits et projets, avec une méthode rigoureuse et pérenne.**

Bonne lecture !

Corédacteurs du guide pour AFNOR Certification : Mélodie Merenda, Responsable projets RSE, ISR & Économie circulaire, Département RSE, Groupe AFNOR – **Philippe Schiesser**, Expert Éco-conception & RSE, Ecoeff Lab. Et merci à nos experts pour leurs relectures attentives !

Relecteurs Fédérations Professionnelles : Sylvie Chailloux, Présidente de l'Union Française de l'Industrie de la Mode et de l'Habillement (UFIMH) – **Adeline Dargent**, Déléguée Générale, Syndicat de Paris de la mode féminine – **Thimothée Macé Dubois**, Fédération de la Mode Circulaire – **Karine SFAR**, Déléguée Générale de la Fédération de la Maille, de la Lingerie et du Balnéaire

Relecteurs Entreprises / Marques : Caroline Botin, Leader Ecotech COLLECTIONS, KIABI – **Julie Hamadouche**, Sustainability Manager, BA&SH – **Alice Bardet**, Leader Produits RSE, Petit Bateau



ACTEURS DE LA MODE, POURQUOI CHOISIR LE LABEL AFAQ ÉCO-CONCEPTION ?

LE LABEL : POURQUOI ? POUR QUI ?

Éco-concevoir dans la mode, c'est concourir à intégrer les exigences clients et réglementaires en prenant en compte :

- **L'approche « cycle de vie »** intégrant toutes les étapes et les principaux enjeux environnementaux (approche « hotspots ») et sanitaires (toxicité),
- **Le respect des autres grands enjeux de développement durable/RSE** (enjeux sociaux, sociétaux et économiques),
- **L'approche « valeur d'estime »** intégrant les fonctionnalités d'un produit ou service (durabilité physique des produits, diversité des usages, circularité...),
- **Les attentes des parties prenantes.**

L'évaluation de labellisation s'applique à tout type d'organisation dans le secteur d'activité de la mode. Elle permet de donner le reflet de la démarche mise en place par l'organisation, quel que soit son degré d'avancement : du simple état des lieux à la valorisation d'efforts déjà engagés. Les différentes démarches mises en place par l'entreprise dans la conception et le développement d'un produit ou d'un service sont étudiées de manière qualitative et quantitative. Par l'évaluation, l'entreprise obtient un avis objectif sur la performance de sa démarche d'éco-conception grâce à un rapport mettant en avant les points à améliorer et les points à pérenniser aux niveaux stratégiques, managérial et opérationnel.

Mener une telle évaluation permet aussi aux entreprises de valoriser leur démarche auprès des parties prenantes internes et externes. Actuellement, seules des certifications produits (NF Environnement, Écolabel européen...) ou des allégations privées permettent de mettre en avant des produits éco-conçus. Malheureusement, une grande partie des produits ne peuvent pas prétendre à cette marque de reconnaissance : **AFAQ Éco-conception, en se concentrant sur la démarche mise en place par l'entreprise, peut évaluer les démarches d'éco-conception du secteur de la mode. Toute entreprise de mode peut donc se faire évaluer sur sa démarche d'éco-conception.**



4 BONNES RAISONS DE FAIRE ÉVALUER VOTRE DÉMARCHE D'ÉCO-CONCEPTION !

- ① Évaluez votre capacité à intégrer l'éco-conception dans les pratiques de votre entreprise, comme le préconisent les textes français et européens,
- ② Choisissez une approche proactive pour mieux contrôler les enjeux à chaque étape-clé de votre chaîne de valeur (traçabilité, origine, qualité, certificats...),
- ③ Apportez la preuve auprès des consommateurs et de vos parties prenantes que vous concevez de manière éco-socio-responsable vos collections pour réduire leur impact sur l'environnement et la société,
- ④ Favorisez l'innovation technologique et organisationnelle au sein de votre entreprise en intégrant systématiquement le critère environnemental à toutes les phases de conception et de développement de vos collections.

UNE MÉTHODE QUI REPOSE SUR UNE EXPERTISE ET DES RÉFÉRENTIELS RECONNUS

Le référentiel du label AFAQ Éco-conception suit les principes des différentes normes suivantes :

- **L'ISO 14001 : Systèmes de management environnemental - Exigences et lignes directrices pour son utilisation**

- > Pour la structure en PDCA du référentiel : planification, déploiement, mesure et amélioration continue
- > Pour la détermination des aspects et des impacts liés aux produits, activités et services,
- > Et pour l'identification des exigences légales, réglementaires et autres associées aux aspects environnementaux des produits, activités et services.

- **ISO 14006 : Systèmes de management environnemental - Lignes directrices pour intégrer l'éco-conception, Janvier 2020**

- > Afin d'enrichir les informations concernant le management du processus de conception et de développement.

- **ISO 14020 : Étiquettes et déclarations environnementales - Principes généraux, Décembre 2022**

- > Afin d'avoir un guide des principes généraux pour toutes déclarations environnementales.

- **ISO 26000 : Lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale, Novembre 2010**

- > Afin de répondre aux attentes sociétales des consommateurs et de toutes les parties prenantes, socles d'une démarche d'éco-conception.

- **L'ISO 20400 : Lignes directrices relatives aux achats responsables, Avril 2017**

- > Afin de répondre aux enjeux de traçabilité et de prise en compte des attentes des parties prenantes sur toute la chaîne de valeur.

L'évaluation AFAQ Éco-conception permet de s'assurer que toute entreprise déploie une démarche d'éco-conception pertinente et cohérente par rapport à la stratégie qu'elle a préalablement définie.

UN SYSTÈME DE RECONNAISSANCE ADAPTÉ AUX BESOINS DES MARQUES

Le label AFAQ Éco-conception habillement, textile, chaussures et maroquinerie évalue la démarche d'éco-conception d'une entreprise de mode.

Un système reposant sur les principes de l'amélioration continue et sur des exemples de bonnes pratiques

L'évaluation est le dispositif de reconnaissance approprié à l'analyse d'une démarche initiée par une entreprise de mode. Ce type de reconnaissance permet de démontrer la capacité de l'entreprise de mode évaluée à intégrer les principes de l'éco-conception depuis la conception de la collection jusqu'à la vente.

L'évaluation, ne reposant pas sur des exigences, préserve l'aspect innovant et créatif de l'éco-conception. Les différentes démarches mises en place par l'entreprise de mode dans le développement de ses collections sont étudiées de manière qualitative et quantitative au regard de l'éco-conception.

Un système valorisant

Grâce à cette évaluation, l'entreprise obtient un avis extérieur sur la démarche d'éco-conception qu'elle a mise en place. Les observations faites sont consignées dans un rapport remis à l'issue de la visite par l'évaluateur. De plus, ce document met en avant les points forts et les axes d'amélioration de la démarche de l'entreprise. L'entreprise peut ainsi s'améliorer en basant ses réflexions sur les données issues du document. Ce rapport est accompagné d'une note sur 1 000 points et d'un niveau de performance associé, reflète la maturité de la démarche d'éco-conception mise en place par l'entreprise de mode.

Pour communiquer auprès de ses parties prenantes sur la démarche d'éco-conception mise en place, l'entreprise reçoit le label AFAQ Éco-conception :

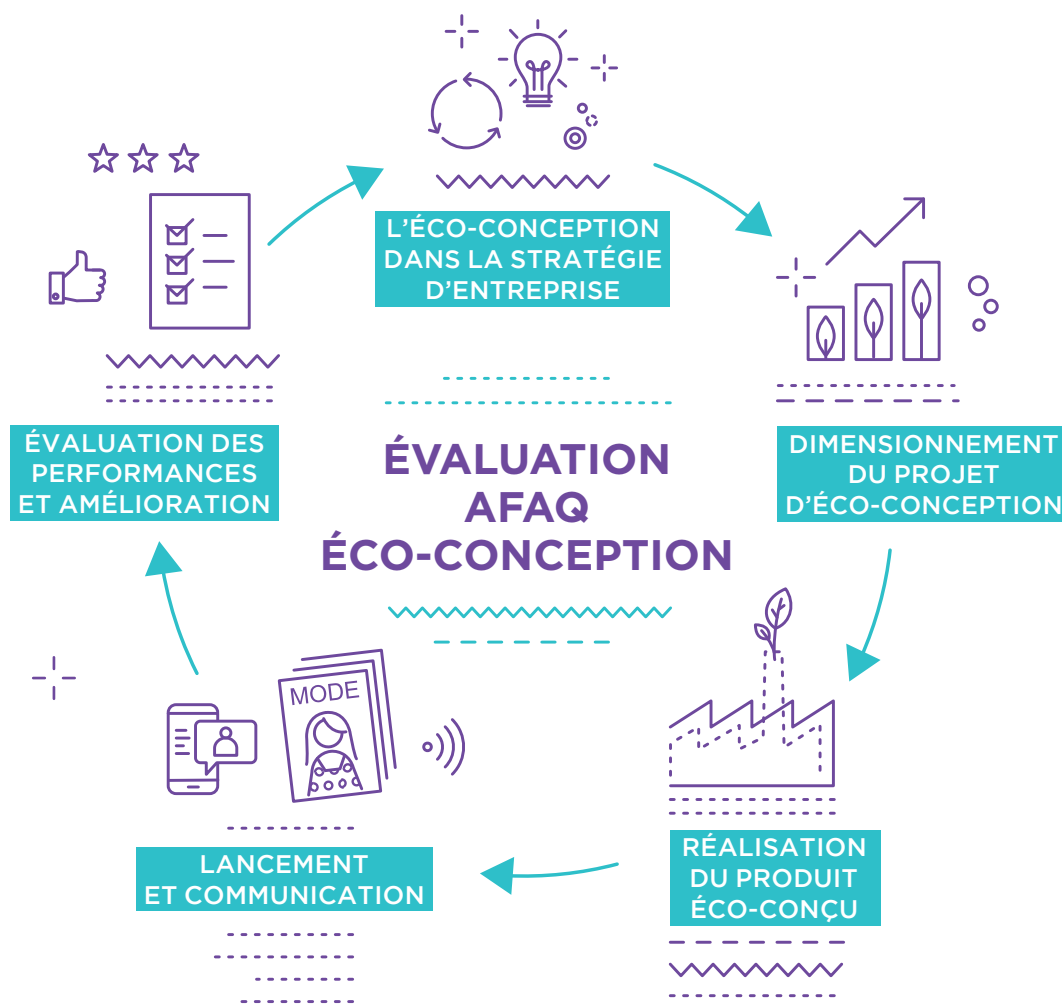


- ✓ La **robustesse** de la marque AFAQ (B to B)
- ✓ Une entreprise pleinement **engagée** dans une démarche d'éco-conception
- ✓ La **mention à l'entreprise certificateur**, tiers indépendant, gage d'objectivité et de transparence pour les parties prenantes de La Marque (B to C)

LE RÉFÉRENTIEL DU LABEL AFAQ ÉCO-CONCEPTION



Le référentiel AFAQ Éco-conception est constitué de 5 grands chapitres, eux-mêmes constitués de plusieurs critères d'évaluation :





CHAPITRE 1

Responsabilité de la Direction et leadership

- 1.1 Stratégie de création durable
- 1.2 Engagement de la Direction sur sa stratégie de création durable

CHAPITRE 2

Affectation de la stratégie de création durable : compétences et techniques pour l'éco-conception des collections

- 2.1 Analyse des opportunités externes pour le développement des collections
- 2.2 Analyse des capacités de l'entreprise de mode à développer des collections éco-conçues
- 2.3 Affectation du projet et définition de l'équipe projet d'éco-conception des collections
- 2.4 Choix des cibles prioritaires pour la déclinaison de l'éco-conception des collections

CHAPITRE 3

Mise en œuvre opérationnelle du projet d'éco-conception des collections

- 3.1 Collection de référence
- 3.2 Exploration des stratégies d'éco-conception des collections
- 3.3 Validation des stratégies d'éco-conception des collections
- 3.4 Évaluation comparative entre la collection de référence et les collections éco-conçues
- 3.5 Traduction des caractéristiques des collections dans le cahier des charges des produits et management de la chaîne de valeur
- 3.6 Phase de fabrication du prototype

CHAPITRE 4

Lancement des collections sur le marché et communication externe

- 4.1 Lancement sur le marché et mise en rayon des collections
- 4.2 Communication externe – supports de communication
- 4.3 Communication externe – parties prenantes externes

CHAPITRE 5

Retours d'expérience pour améliorer les futures collections éco-conçues

- 5.1 Revue des collections éco-conçues
- 5.2 Revue du processus d'éco-conception des collections
- 5.3 Évaluation des performances et intégration de l'amélioration dans la stratégie de création durable
- 5.4 Déploiement de la stratégie de création durable à d'autres collections, marques et acteurs de la chaîne de valeur

Pour mener à bien l'évaluation de la démarche d'éco-conception au sein d'une entreprise, l'évaluateur base sa réflexion sur la grille d'évaluation suivante.

CHAPITRE 1

RESPONSABILITÉ DE LA DIRECTION ET LEADERSHIP

1.1 Stratégie de création durable

NOMBRE DE POINTS TOTAL = 75 PTS

CRITÈRE N° 1

1.1.1.

NOMBRE DE POINTS = 50 PTS

- Dans le cadre de sa démarche RSE, ou dans le cadre de sa stratégie globale, la Direction a-t-elle défini une stratégie de création durable ?

MODES DE PREUVES

La spécificité de la mode, c'est que la question du style est complètement liée à la stratégie. Quel que soit le niveau de gamme, c'est le design du produit qui fait l'identité, le positionnement et définit donc la place sur le marché. La création va donc être un vecteur de réponse privilégié pour la transformation éco-responsable.

La stratégie de création durable de la marque :

- Identifie les enjeux environnementaux de la chaîne de valeur
- Définit un système de traçabilité sur la chaîne de valeur
- Précise des objectifs à atteindre
- Présente les résultats déjà obtenus
- Prend en compte l'avis des parties prenantes internes (salariés) et externes (fédérations professionnelles, clients, fournisseurs, autorités publiques, investisseurs, etc.)
- Comprend les éléments d'engagement vis-à-vis des parties prenantes

- Est communiquée en interne et en externe
- Reflète la conviction et la vision du dirigeant et les valeurs de l'entreprise
- Définit le modèle d'affaires durable

Prérequis / modes de preuves attendus :

- Rapport précisant les impacts environnementaux de l'entreprise globalement, voire par collections, voire par produit (rapport type bilan carbone, GES, % de produits avec des labels préservant la biodiversité etc...)
- Politique et niveau d'ambition de la RSE
- Engagement de la direction (charte, communication externe, process avec parties prenantes, objectifs fixés...)
- Définition d'un système de traçabilité sur la chaîne de valeur et d'information du consommateur (cf. obligations de la loi AGEC et notamment l'article 13). La chaîne de valeur s'entend ici par l'ensemble des activités et processus qui font partie du cycle de vie d'un produit

CRITÈRE N° 2

1.1.2.

NOMBRE DE POINTS = 25 PTS

Communication interne :

- Est-ce que l'organisation rend disponible, diffuse et communique en interne sur sa stratégie de création durable de la marque ?

MODES DE PREUVES

Les canaux de communication interne suivants peuvent être mobilisés / utilisés :

- Article dans newsletter interne, affichage, etc.
- Sensibilisation (journées dédiées, animations,

petits-déjeuners, etc.)

- Plan de communication interne (sur différents supports)
- Réseaux sociaux internes

1.2 Engagement de la Direction sur sa stratégie de création durable

NOMBRE DE POINTS TOTAL = 75 PTS

CRITÈRE N° 3

1.2.1.

NOMBRE DE POINTS = 40 PTS

- L'éco-conception est-elle un élément de la stratégie de développement de la marque ?
- Quelle place est accordée à l'éco-conception dans la stratégie de style de la collection ? Les dirigeants partagent-ils clairement leur vision en matière d'éco-conception ?

MODES DE PREUVES

Avant d'éco-concevoir, il est nécessaire de se poser la question du « pourquoi éco-concevoir », c'est pourquoi cette décision relève de la stratégie. Pour que le dirigeant puisse donner l'impulsion d'une nouvelle ambition, il lui est nécessaire de partager une vision claire avec tous ses collaborateurs, voire de la coconstruire avec eux.

La stratégie de création durable est formalisée et intègre l'éco-conception dans un de ses axes.

Pour asseoir la stratégie de style, une analyse SWOT peut être utilisée.

La stratégie de style peut être orientée vers :

- La sobriété
- La durabilité (physique, émotionnelle, transgénérationnelle, patrimoniale...)
- L'innocuité (du produit, ou plus largement sur toute la chaîne de valeur...)
- La circularité / l'économie circulaire
- La naturalité / la biodiversité / le végétal et le végan

- La décarbonation
- La déplastification
- La relocalisation
- Les savoir-faire artisanaux et les petites séries
- Le minimalisme
- La régénération
- Le biomimétisme...

La stratégie de style peut viser à modifier le modèle d'affaires de l'entreprise via de la réinvention totale (modèle seconde main, réparabilité, conception 3D, production à la demande, etc.).

Quelle que soit la stratégie de style choisie / préférée (cf. liste d'enjeux ci-dessus), l'éco-conception reste à déployer avec son socle d'étapes normalisé et ses prérequis méthodologiques (un périmètre clair et une approche cycle de vie normalisée, cf. page 4 - liste des normes et référentiels sur laquelle se base notre label).

CRITÈRE N° 4

1.2.2.

NOMBRE DE POINTS = 55 PTS

Communication externe :

- L'entreprise a-t-elle mené une réflexion sur sa collection éco-conçue pour déterminer le type de communication accompagnant son lancement ?

MODES DE PREUVES

Un plan de communication externe est construit au regard :

- Des résultats de l'étude marketing responsable (la vision et la conviction des dirigeants sont soutenues par des actions concrètes et en cohérence)

- Des possibilités de communication externe de la collection (étiquetage, affichage, écolabel, éco-profil, auto-déclaration, etc.)

Différents modes de communication peuvent être mobilisés (site internet, plaquettes, salons, réseaux sociaux, etc.).

CRITÈRE N° 5

1.2.3.

NOMBRE DE POINTS = 20 PTS

Revue de direction :

- La direction organise-t-elle régulièrement des revues générales de son processus de conception et est-elle impliquée dans les étapes clés du développement des collections éco-conçues (afin de s'assurer qu'il est toujours approprié, adapté et efficace) ?

MODES DE PREUVES

Les équipes style et marketing rendent compte à la direction de l'atteinte des performances d'éco-conception des collections par rapport aux objectifs fixés dans le cadre de la stratégie de conception durable.

Les équipes style et marketing formalisent et communiquent à la Direction un rapport de performance environnementale (ou RSE) / performance d'éco-conception des collections comprenant les indicateurs génériques suivants :

- % de matière labellisée suivant les référentiels reconnus par la profession
- % de matière recyclée

- % de produit recyclable
- % de produit avec garantie tox / ecotox (référentiels professionnels)
- Nombre d'étapes avec audit
- Test de durabilité physique

CHAPITRE 2

AFFECTATION DE LA STRATÉGIE DE CRÉATION DURABLE : COMPÉTENCES ET TECHNIQUES POUR L'ÉCO-CONCEPTION DE LA COLLECTION

2.1 Analyse des opportunités externes pour le développement d'une collection éco-conçue

NOMBRE DE POINTS TOTAL = 100 PTS

CRITÈRE N° 6

2.1.1.

NOMBRE DE POINTS = 10 PTS

- Une étude de marché pertinente est-elle réalisée pour les collections éco-conçues ?

MODES DE PREUVES**L'étude de marché peut notamment comprendre :**

- une identification des cibles et de leurs besoins et attentes respectifs
- une définition du marché (B to B, B to C, dynamique du marché (augmentation, déclin), le CA et les ventes qu'il représente en volume, etc.)

- une identification des besoins et des cibles marché (via des tables rondes ou des questionnaires clients par exemple...)
- une analyse de l'image et la notoriété de l'entreprise
- une analyse du contexte médiatique

CRITÈRE N° 7

2.1.2.

NOMBRE DE POINTS = 40 PTS

- L'étude de marché est-elle alimentée par une veille / prospective réglementaire, technique et normative effectuée par l'organisation ?
- L'étude de marché est-elle basée sur les futures exigences légales, réglementaires et autres liées aux produits en lien avec l'environnement ?

MODES DE PREUVES

- Une veille réglementaire, normative et technologique est en place (exemples : loi AGEC, loi Climat & Résilience, règlement européen sur les exigences en matière d'éco-conception, etc.)
- Une évaluation de la conformité réglementaire fait l'objet d'une information documentée.
- D'autres exigences applicables sont prises en compte : chartes, engagement de la profession ou de la filière REP par exemple, etc.
- Les futures réglementations environnementales pouvant influencer la conception des produits sont prises en compte (exemples : support d'un syndicat professionnel, d'une interprofession sur les veilles réglementaires sectorielles)

CRITÈRE N° 8

2.1.3.

NOMBRE DE POINTS = 10 PTS

- L'étude de marché analyse-t-elle l'environnement concurrentiel et le degré d'intégration de l'éco-conception par les concurrents ?

MODES DE PREUVES

L'étude de marché permet d'identifier le positionnement de l'entreprise de mode vis-à-vis de la concurrence (suiveur ou précurseur), de façon élargie :

- au nombre de concurrents, leurs chiffres d'affaires, leurs situations géographiques, leurs taux de croissance, leurs positionnements sur le marché, leurs types de produits et types de communication, etc.
- aux stratégies d'éco-conception des concurrents évaluées par degré d'intégration / d'innovation (d'une simple stratégie de réduction de coûts à une véritable stratégie d'éco-innovation)

**CRITÈRE N° 9**

2.1.4.

NOMBRE DE POINTS = 30 PTS

- L'étude de marché prend-elle en compte les attentes et avis des parties prenantes de l'entreprise au regard du projet d'éco-conception des collections ?

MODES DE PREUVES

L'étude de marché prend en compte les attentes et les besoins des parties intéressées (cf. 1.2.1) : par exemple, les fournisseurs peuvent proposer des solutions éco-conçues (visites directes des fournisseurs, salons professionnels)

- Au-delà des besoins et attentes, le niveau de relation et d'importance de la partie prenante peut être pris en compte (matrice importance / niveau de relation)



CRITÈRE N° 10

2.1.4.

NOMBRE DE POINTS = 10 PTS

- L'étude de marché prend-elle en compte les spécificités de la chaîne de valeur ?

MODES DE PREUVES

Les spécificités de la chaîne de valeur peuvent être :

- la capacité de production des confectionneurs
- la réactivité des fournisseurs de tissu
- la relocalisation des capacités de production
- etc.



2.2 Analyse des capacités de la Marque à développer des collections éco-conçues

NOMBRE DE POINTS TOTAL = 50 PTS

CRITÈRE N° 11

2.2.1.

NOMBRE DE POINTS = 10 PTS

- Quels sont les moyens en interne pour fédérer et challenger les équipes autour du projet des collections éco-conçues ?

MODES DE PREUVES

- Les moyens peuvent être, par exemple, des réunions collaboratives et participatives, boîtes à idées, challenges, interfaces dynamiques mises à disposition des collaborateurs pour inciter au partage d'informations, etc.

CRITÈRE N° 12

2.2.2.

NOMBRE DE POINTS = 10 PTS

- L'entreprise a-t-elle identifié ses besoins internes ainsi que ses besoins d'expertise externe (BE, ACV, accompagnement sur un projet particulier d'éco-conception) ?

MODES DE PREUVES**L'identification des capacités / besoins internes peut se faire à l'aide de :**

- fiche formalisée d'identification des besoins en ressources humaines et financières
- définition de fonction, fiche de poste
- GPEC (Gestion Prévisionnelle Emploi et Compétences)
- plan de formation à l'éco-conception et à la communication responsable et grille de compétences

Les compétences techniques nécessaires pour le déploiement de la stratégie de conception durable englobent :

- La compréhension de la manière dont les produits sont conçus, développés, fabriqués, commercialisés, transportés et éliminés
- La détermination des aspects environnementaux et l'évaluation de leur importance dans le cycle de vie
- La traduction de leur significativité environnementale dans des termes compréhensibles par le concepteur et par les divers « métiers » appelés à coopérer pour finaliser le produit envisagé

- L'intégration des seuils réglementaires et / ou de référentiels publics et privés
- L'écriture d'une politique d'éco-conception / stratégie de conception durable
- L'utilisation des méthodes de créativité
- La connaissance et capacité à benchmarker les labels et certifications textiles durables existants et de leurs 10 différents périmètres de couverture (fibre, fil, étoffe, teinture, ennoblement et confection)

L'identification des capacités / besoins externes peut se faire à l'aide de :

- l'identification des limites des compétences de l'équipe projet interne
- la définition des besoins en compétences et en outils externes nécessaires pour la réussite du projet (formations, accompagnement de projet, étude de marché, logiciels ou applications, normes (ISO 14006 a minima), guides et autres outils méthodologiques, etc.).

Idéalement, la direction et les équipes sont formées à l'éco-conception.

CRITÈRE N° 13

2.2.3.

NOMBRE DE POINTS = 10 PTS

- Est-ce qu'un processus interne d'éco-conception des collections a été formalisé selon les critères de mise en œuvre du chapitre 3 ?

MODES DE PREUVES

- Un processus d'éco-conception interne documenté (pouvant s'intégrer dans un processus de conception existant) est disponible. Ce processus doit comprendre des données d'entrée et de sortie, la liste des activités impliquées (listées et détaillées dans le chapitre 3), ainsi que le planning de développement du produit.

À titre d'exemple, les données d'entrées et de sortie peuvent être :

- Données d'entrée :
 - > exigences fonctionnelles et de performance
 - > exigences réglementaires et légales applicables
 - > conceptions précédentes
 - > autres exigences
 - > objectifs environnementaux

- Données de sortie :
 - > les informations appropriées pour les achats, la production et la préparation du prototype
 - > les critères d'acceptation et de qualité environnementale du produit
 - > les caractéristiques du produit essentielles pour son utilisation et entretien correct et en toute sécurité sanitaire
 - > A minima, un planning de développement des collections (détermination des étapes de la conception et du développement, les revues, les vérifications et les validations à chaque étape du process)

CRITÈRE N° 14

2.2.4.

NOMBRE DE POINTS = 10 PTS

- L'entreprise maîtrise-t-elle bien l'information documentée relative au processus d'éco-conception des collections ?

MODES DE PREUVES

La maîtrise des informations documentées doit faire l'objet d'une procédure. Ces informations documentées peuvent être :

- politique environnementale
- moyens mis en œuvre et personnes affectées

- au projet d'éco-conception de la collection
- base de données matières et substances
- recherche concernant de potentielles stratégies d'éco-conception, etc.

CRITÈRE N° 15

2.2.5.

NOMBRE DE POINTS = 10 PTS

- L'entreprise a-t-elle mis en place des indicateurs de mesure de performance pertinents et facilement quantifiables pour évaluer sa démarche d'éco-conception aux différentes étapes de développement des collections ?

MODES DE PREUVES

Les indicateurs de mesure de performance peuvent être des :

- indicateurs de résultat en accord avec les objectifs (taux de recyclage, poids du produit, facilité d'entretien, consommation d'énergie et matières premières sur tout le cycle de vie,

- poids relatif des matériaux durables dans le global acheté, nombre de produits éco-conçus, volumes achetés éco-conçus...)
- indicateurs de performance managériale et opérationnelle (respect du planning de conception, budget, solution éco-conçue validée, etc.).



2.3 Affectation du projet et définition de l'équipe projet d'éco-conception de la collection – Est-ce que l'expertise de l'équipe est à la hauteur de l'ambition du projet d'éco-conception des collections ?

NOMBRE DE POINTS TOTAL = 75 PTS

CRITÈRE N° 16

2.3.1.

NOMBRE DE POINTS = 15 PTS

- Les rôles et responsabilités des différents acteurs du processus de conception de la collection et des différentes fonctions de l'entreprise sont-ils définis et connus de tous ?

MODES DE PREUVES

L'affectation des rôles et des responsabilités peut être présentée à l'aide de :

- organigrammes
- fiches de postes

- définition de fonctions
- matrice de compétences
- tableau de suivi d'unité d'œuvre pour l'équipe projet



CRITÈRE N° 17

2.3.2.

NOMBRE DE POINTS = 30 PTS

- Un chef de projet et/ou une équipe projet et/ou un responsable développement, possèdent-ils les compétences pour assurer l'éco-conception des collections ?

MODES DE PREUVES

Le niveau de compétence en éco-conception du responsable projet peut s'évaluer à l'aide de :

- expérience professionnelle
- formations suivies
- implication vis-à-vis de la thématique au sens large (veille, lecture, colloque, gestion d'un site internet, etc.)

CRITÈRE N° 18

2.3.3.

NOMBRE DE POINTS = 15 PTS

- Une approche pluridisciplinaire est-t-elle mise en place dans le processus de conception des collections ?

MODES DE PREUVES

Le projet d'éco-conception peut impliquer les fonctions suivantes, selon la complexité du projet :

- stylistes, modélistes, marketing, achats, ventes, qualité, R&D, etc.
- la direction est impliquée aux étapes clés du projet
- les fonctions externes peuvent-être intégrées. Par exemple, des fournisseurs pouvant proposer des solutions éco-conçues

2.4 Choix des cibles prioritaires pour la déclinaison de l'éco-conception de la collection

NOMBRE DE POINTS TOTAL = 75 PTS

CRITÈRE N° 20

2.4.1.

NOMBRE DE POINTS = 75 PTS

- Est-ce que l'entreprise a élaboré un processus de sélection des collections à éco-concevoir ?

MODES DE PREUVES

- L'entreprise a établi une méthode d'évaluation ou de sélection pertinente lui permettant de hiérarchiser les collections à éco-concevoir et à l'intérieur, les produits les plus stratégiques (les plus à enjeux environnementaux - vision macro en hotspots - et à volume au regard de

la stratégie d'éco-conception de la collection). Le choix des cibles prioritaires de la stratégie d'éco-conception des collections se fait au regard d'une analyse qualitative et / ou quantitative des opportunités externes et des capacités internes de l'entreprise.

CHAPITRE 3

MISE EN ŒUVRE OPÉRATIONNELLE DU PROJET D'ÉCO-CONCEPTION DES COLLECTIONS

3.1 Collection de référence

NOMBRE DE POINTS TOTAL = 110 PTS

CRITÈRE N° 21

3.1.1.

NOMBRE DE POINTS = 20 PTS

- Quel est le champ de l'étude des collections de référence ?

MODES DE PREUVES

Le périmètre des collections de référence est fixé au travers :

- de la saison envisagée
- du segment de clientèle visé
- du mode de distribution
- du circuit logistique
- des matières et certificats associés
- des sites de production et audits associés
- de la qualité avérée des produits (tests de durabilité physique)
- de la volumétrie relative que cette expérimentation représente dans l'ensemble des achats produits de l'entreprise
- du potentiel de réduction des impacts environnementaux liés aux enjeux du secteur (micro-particules plastiques, produits chimiques, consommation d'eau, pesticides, CO₂...).

CRITÈRE N° 22

3.1.2.

NOMBRE DE POINTS = 15 PTS

- L'entreprise connaît-elle la chaîne de valeur de ses collections (autrement dit, connaît-elle les étapes du cycle de vie de la collection : matière première, filature, ennoblement, confection, distribution, fin de vie) ?

MODES DE PREUVES

- Les étapes du cycle de vie peuvent se présenter sous la forme d'un tableau, d'une arborescence du produit, d'une description visuelle par étape du cycle de vie, etc.
- La phase d'usage du produit doit être en lien avec les tests de durabilité physique du produit, et d'autres fonctionnalités envisagées (exemples : vêtement réparable, circulaire, monomatière, etc.)

CRITÈRE N° 23

3.1.3.

NOMBRE DE POINTS = 15 PTS

- Est-ce que les flux entrants et sortants principaux intervenant tout au long du cycle de vie des collections ont été identifiés ?

MODES DE PREUVES

- Cette identification peut prendre la forme d'un tableau ou d'une liste (nomenclature produit), de façon qualitative et / ou quantitative.

CRITÈRE N° 24

3.1.4.

NOMBRE DE POINTS = 20 PTS

- L'entreprise a-t-elle une ou des méthode permettant d'identifier les aspects environnementaux liés à ses collections durant le cycle de vie ?

MODES DE PREUVES

Cette identification peut prendre la forme d'un tableau ou d'une liste (nomenclature produit), de façon qualitative et / ou quantitative.

Différentes méthodes peuvent être mises en œuvre :

- Respect du cahier des charges interne
- Respect du cahier des charges d'un label
- Note issue d'une méthode d'affichage environnemental
- Indicateurs environnementaux suivis (ex : Indicateurs spécifiques comme la recette chimique d'un procédé au mouillé : lavage, délavage, teinture...)

- Base de données et données spécifiques
- Rapports de tests
- Littérature scientifique
- ACV avec données génériques
- ACV avec données spécifiques

La méthode est en accord avec la stratégie, le produit, l'expérience, le temps et le budget de l'entreprise.

L'usage de plusieurs méthodes permet d'augmenter la robustesse de l'identification des enjeux environnementaux et ainsi d'améliorer l'interprétation. Elle est également liée à l'ambition environnementale du metteur sur le marché.

CRITÈRE N° 25

3.1.5.

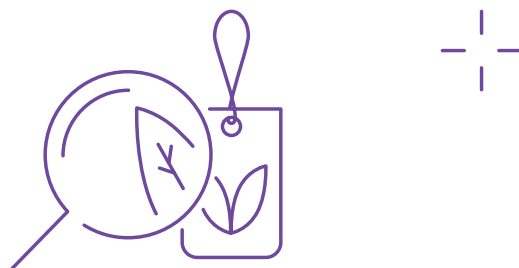
NOMBRE DE POINTS = 40 PTS

- L'entreprise a-t-elle identifié les aspects environnementaux du cycle de vie complet d'une collection de référence, pour les traduire en potentiels axes d'amélioration de ses nouvelles collections ?

MODES DE PREUVES

Une collection de référence peut être une collection d'une ou deux saisons précédentes. Les aspects environnementaux peuvent être identifiés à l'aide de :

- L'identification des composants du produit les plus contributeurs aux aspects environnementaux significatifs
- Le scoring simplifié des produits (sur la base d'une méthode d'écopcore ou de RSE score dont le cahier des charges est disponible en intégralité)
- La définition des axes d'éco-conception prioritaires



3.2 Exploration des stratégies d'éco-conception de la collection

NOMBRE DE POINTS TOTAL = 60 PTS

CRITÈRE N° 26

3.2.1.

NOMBRE DE POINTS = 20 PTS

- Quels sont les objectifs d'éco-conception spécifiques aux collections envisagées par l'entreprise ?
- Est-ce que ces objectifs suivent les points forts et les points faibles déterminés par la stratégie de création durable de l'entreprise ?

MODES DE PREUVES

Les objectifs d'éco-conception sont cohérents au regard des enjeux environnementaux précédemment identifiés.

Ces objectifs sont compréhensibles, quantifiés et traduits dans le langage de l'équipe de conception.

Ces objectifs, intégrés dans le management du projet, peuvent être :

- préservation des ressources (contenu en matière recyclée)
- préservation de la biodiversité (contenu en

matière certifiée avec des labels intégrant la biodiversité dans leur cahier des charges)

- absence de substances extrêmement préoccupantes (SVHC) et conformité REACH (voir application SCAN4Chem...)
- consommation d'énergie et efficacité énergétique
- prévention de la production des déchets
- possibilité de réemploi, de réparation ou de recyclage en fin de vie
- etc.

CRITÈRE N° 27

3.2.2.

NOMBRE DE POINTS = 30 PTS

- Est-ce que les stratégies d'éco-conception considérées reprennent les objectifs spécifiques de la collection ?
- Quelles méthodes ont été utilisées pour identifier des stratégies d'éco-conception potentiellement applicables à la collection ?

MODES DE PREUVES

Des méthodes ont été identifiées pour définir la stratégie d'éco-conception : roue d'éco-conception, liste de stratégies d'éco-conception générales ou sectorielles, référentiel d'un label, etc.

Par exemple, la roue de l'éco-conception repose sur 8 grandes stratégies :

- **1. Sélectionner des matériaux à moindre impact**
 - > Matériaux moins toxiques, matériaux renouvelables, matériaux recyclés, matériaux recyclables, à contenu énergétique moindre, issu de la nature
- **2. Réduire l'utilisation des matériaux**
 - > Réduction en masse, réduction en volume, re-design des pièces pour optimiser la fonction, rationalisation / diversité
- **3. Optimiser les techniques de production**
 - > Best Available technologies (bref), réduire les étapes de production, diminuer la consommation d'énergie, choisir des technologies propres, réduire les déchets, diminuer l'utilisation de consommables, choisir des consommables moins polluants
- **4. Optimiser la logistique**
 - > Emballages réduits, emballages adaptés, emballages moins polluants, emballages réutilisables / recyclables, modes de transports, logistique optimisée, approvisionnements locaux
- **5. Réduire l'impact de la phase d'utilisation**
 - > Diminuer la consommation d'énergie, utiliser de l'énergie moins polluante / renouvelable, réduire la consommation de consommables, consommables moins polluants, réduire la production de déchets, minimiser les pertes et les gaspillages
- **6. Optimiser la durée de vie du produit**
 - > Durabilité et fiabilité du produit, faciliter la maintenance et l'évolution, structure modulaire
 - > Penser au design (effets de mode, renouvellement), renforcer le lien produit / utilisateur
- **7. Optimiser la fin de vie**
 - > Remise à niveau / refabrication, réutilisation / upcycling, recyclage closed-loop, désassemblage facilité, biodégradation, incinération moins polluante
- **8. Développer de nouveaux concepts**

CRITÈRE N° 28

3.2.3.

NOMBRE DE POINTS = 10 PTS

- Est-ce que les contraintes des différentes fonctions supports (stylistes, achats, ventes, marketing, etc.) ont été prises en compte pour la conception des collections ?

MODES DE PREUVES

Repenser la façon de fournir le service, dématérialisation, utilisation partagée, intégration de nouvelles fonctions, optimisation fonctionnelle du produit, biomimétisme.

Un compte-rendu de revue impliquant les fonctions support est formalisé. Ce compte-rendu intègre les attentes et problématiques

spécifiques à chaque métier exprimées (dont les risques ou opportunités) en faveur de la réussite du projet d'éco-conception des collections.

Par exemple, le service achat a un contrat d'exclusivité avec un de ses fournisseurs, le service communication ne souhaite communiquer sur tel produit, etc.

3.3 Validation des stratégies d'éco-conception de la collection

NOMBRE DE POINTS TOTAL = 40 PTS

CRITÈRE N° 29

3.3.1.

NOMBRE DE POINTS = 20 PTS

- L'entreprise a-t-elle testé la faisabilité des stratégies d'éco-conception considérées et comment a-t-elle fait son choix parmi ces stratégies ?

MODES DE PREUVES

L'entreprise élabore, pour chaque solution considérée, un compte-rendu qui comprend :

- des éléments d'aide à la décision
- des explications sur le choix des solutions retenues ou éliminées par l'équipe projet

Exemple d'éléments d'aide à la décision :

- gain environnemental
- coût
- maturité de la technologie
- faisabilité technique en série
- cadence de production

- attentes clients
- capacité des fournisseurs
- connaissance de la chaîne de valeur

Exemples d'exigences fonctionnelles et de performance :

- objectifs stratégiques relatifs au produit et approche de conception
- informations issues de conceptions précédentes
- respect de la réglementation
- seuils de performance de tests de durabilité physique

CRITÈRE N° 30

3.3.2.

NOMBRE DE POINTS = 20 PTS

- Est-ce que tous les paramètres clés de la démarche d'éco-conception de collection sont suivis et documentés par des indicateurs (de conception, de flux et d'impacts quantitatifs ou qualitatifs) sont-ils connus et maîtrisés ?

MODES DE PREUVES

- Le suivi des indicateurs est bien pris en compte afin de garantir une performance globale du cycle de vie.

3.4 Évaluation comparative entre la collection de référence et la collection éco-conçue

NOMBRE DE POINTS TOTAL = 40 PTS

CRITÈRE N° 31

3.4.1.

NOMBRE DE POINTS = 10 PTS

- Est-ce qu'une déclinaison de la stratégie de création durable sur la nouvelle collection a-t-elle été réalisée avec la même méthode que la collection de référence ?

MODES DE PREUVES

- L'entreprise confirme le choix de la méthode. En cas de modification, l'entreprise justifie le choix d'une nouvelle méthode.

CRITÈRE N° 32

3.4.2.

NOMBRE DE POINTS = 30 PTS

- Est-ce qu'au global la collection éco-conçue génère moins d'impact négatifs que la collection « de référence », voire génère plus d'impacts positifs, environnementaux premièrement, mais également sociaux / sociétaux et économiques ?

MODES DE PREUVES

- L'entreprise a un document qui mentionne les gains environnementaux obtenus de la nouvelle collection éco-conçue vis-à-vis de sa collection de référence. Une étude de l'impact positif des bénéfices sociaux, sociétaux et économiques de la collection éco-conçue est également à intégrer
- Le choix de la collection de référence est pertinent et d'actualité
- Une information documentée consolide les indicateurs retenus avec des données spécifiques et les modes de preuve associés et limite les éventuels transferts d'impact

3.5 Traduction des caractéristiques des collections dans le cahier des charges des produits et management de la chaîne de valeur

NOMBRE DE POINTS TOTAL = 50 PTS

CRITÈRE N° 33

3.5.1.

NOMBRE DE POINTS = 30 PTS

- L'entreprise a-t-elle formalisé les spécifications de la collection dans son cahier des charges produits et en cohérence avec les résultats des études et évaluations précédentes (et en lien avec son devoir de vigilance) ?

MODES DE PREUVES

Un cahier des charges achats, une charte d'engagement ou des exigences environnementales et sociales ont été déployés auprès des fournisseurs.

Par exemple, l'entreprise peut :

- Demander des informations environnementales et sociales auprès des fournisseurs et clients

- Spécifier des exigences environnementales et sociales auprès des fournisseurs
- Évaluer les performances environnementales et sociales des fournisseurs
- Optimiser les emballages sur toute la chaîne d'approvisionnement

CRITÈRE N° 34

3.5.2.

NOMBRE DE POINTS = 20 PTS

- L'entreprise gère-t-elle sa chaîne d'approvisionnement au regard de sa politique d'éco-conception et des spécificités de la collection éco-conçue ?

MODES DE PREUVES

- L'approche de la performance cycle de vie est prise en compte lors du choix des solutions des fournisseurs, en prenant aussi en compte, si possible, les autres critères de sélection (coûts, distance, etc.). Les solutions éco-conçues des fournisseurs sont passées en revue par du personnel compétent en éco-conception

- L'origine de la matière première est systématiquement tracée
- La qualité renouvelable et / ou circulaire de la matière première est systématiquement recherchée
- Les matières sourcées au niveau local sont privilégiées

3.6 Phase de fabrication du prototype

NOMBRE DE POINTS TOTAL = 50 PTS

CRITÈRE N° 35

3.6.1.

NOMBRE DE POINTS = 25 PTS

- Est-ce que l'industrialisation des collections confirme les choix de la stratégie d'éco-conception retenue ?

MODES DE PREUVES

- Les choix de la stratégie d'éco-conception des collections peuvent faire l'objet de compte-rendu d'essais des prototypes. Ce compte-rendu s'assure que le scénario d'usage réel est conforme au scénario théorique des tests de durabilité physique produit. Les écarts détectés (dont l'impact sur la performance environnementale) sont analysés et les actions adéquates sont entreprises.

CRITÈRE N° 36

3.6.2.

NOMBRE DE POINTS = 25 PTS

- L'entreprise a-t-elle décrit son processus de gestion des modifications ?

MODES DE PREUVES

- Les modifications effectuées lors de la conception sont évaluées au regard de critères environnementaux établis. Les comptes-rendus des modifications produit / procédés et validations produit sont conservés. Les modifications peuvent remettre en cause l'évaluation environnementale conduite sur le produit.

CHAPITRE 4

LANCEMENT DE LA COLLECTION SUR LE MARCHÉ ET COMMUNICATION ENVIRONNEMENTALE EXTERNE

4.1 Lancement sur le marché et mise en rayon des collections

NOMBRE DE POINTS TOTAL = 25 PTS

CRITÈRE N° 37

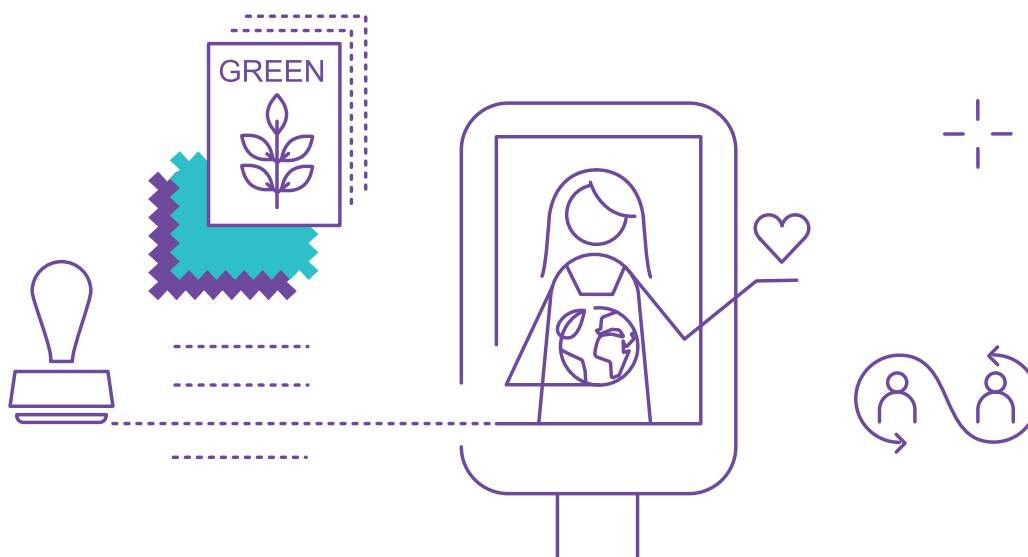
4.1.1.

NOMBRE DE POINTS = 25 PTS

- L'entreprise a-t-elle élaboré une stratégie de lancement de ses collections ?

MODES DE PREUVES

- Une stratégie marketing est formalisée, en phase avec les enjeux environnementaux et les objectifs d'éco-conception de la collection fixés, et déployée.



4.2 Communication externe – supports de communication

NOMBRE DE POINTS TOTAL = 45 PTS

CRITÈRE N° 38

4.2.1.

NOMBRE DE POINTS = 25 PTS

- L'entreprise communique-t-elle de manière honnête, transparente et responsable sur sa démarche d'éco-conception, tant au niveau de ses produits que de sa stratégie ?

MODES DE PREUVES

Les informations communiquées doivent être en phase avec les principes des normes ISO 1402x (exemples : informations pertinentes, exactes, vérifiables et non trompeuses), et respecter les autres normes en vigueur suivant le type de communication choisi :

- affichage environnemental (ISO 14026 et 27)
- auto déclaration (ISO 14021)
- certifications telles que NF Environnement et

Écolabels (ISO 14024)

- éco-profil (ISO 14025) avec données spécifiques
- etc.

Lors des évaluations de suivi et de renouvellement, une attention particulière sera portée sur la bonne application des conditions d'utilisation de la marque AFAQ Éco-conception.

CRITÈRE N° 39

4.2.2.

NOMBRE DE POINTS = 10 PTS

- La communication autour de ce produit est-elle éco-responsable ?

MODES DE PREUVES

- L'entreprise s'assure que ses supports de communication matériels et immatériels sont éco-responsables.
- Exemple : le guide de la communication responsable de l'ADEME et le site communication-responsable.ademe.fr

CRITÈRE N° 40

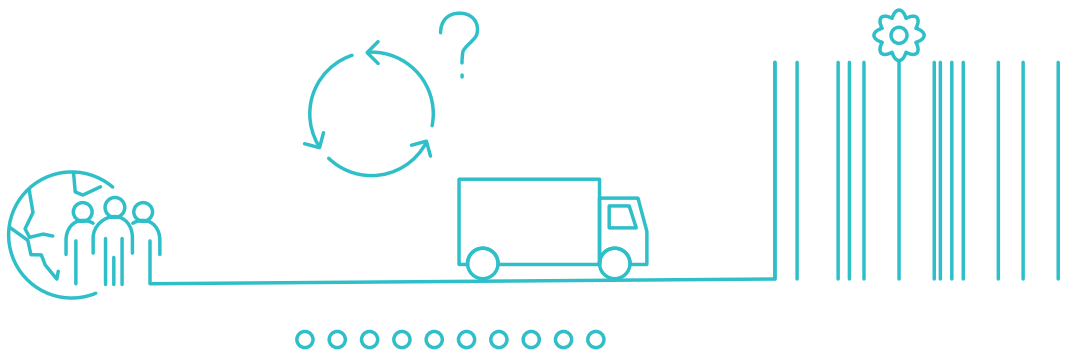
4.2.3.

NOMBRE DE POINTS = 10 PTS

- L'entreprise informe-t-elle le consommateur / utilisateur sur le bon entretien du produit ? Sa traçabilité ? Sa teneur en microparticule plastique ? Sa recyclabilité ? Ses autres qualités environnementales ?

MODES DE PREUVES

- La notice explicative apposée sur le produit ou disponible lors de l'acte d'achat comprend les éléments nécessaires et suffisants tels que les mentions obligatoires liées à l'entretien ou aux lois et décrets en vigueur en France, et va au-delà.



4.3 Communication externe – parties prenantes externes

NOMBRE DE POINTS TOTAL = 30 PTS

CRITÈRE N° 41

4.3.1.

NOMBRE DE POINTS = 15 PTS

- Est-ce que l'entreprise communique avec les parties prenantes intervenant dans le cycle de vie du produit ?

MODES DE PREUVES

- L'entreprise identifie les modes et les contenus de communication adaptés à tous types de parties prenantes (qu'elles soient associées au projet ou non) à chacune des parties prenantes associées au projet (cf. 1.2.1) et aux autres. Les parties prenantes pertinentes sont associées aux prises de décisions clés concernant la communication externe.

CRITÈRE N° 42

4.3.2.

NOMBRE DE POINTS = 15 PTS

- Est-ce que l'entreprise échange avec sa chaîne de valeur des informations sur les aspects environnementaux du produit ?

MODES DE PREUVES

- Tous les modes de communication utilisés envers les fournisseurs, distributeurs et clients démontrent l'influence de l'entreprise exercée auprès de sa chaîne de valeur (cahiers des charges, supports pédagogiques, formation des forces de vente, démonstrateurs, etc.).

CHAPITRE 5

RETOUR D'EXPÉRIENCE POUR AMÉLIORER LA FUTURE COLLECTION ÉCO-CONÇUE

5.1 Revue de la collection éco-conçue NOMBRE DE POINTS TOTAL = 30 PTS

CRITÈRE N° 43

5.1.1.

NOMBRE DE POINTS = 20 PTS

- Après le lancement de la collection sur le marché, l'entreprise vérifie-t-elle la satisfaction de ses clients et de ses parties prenantes ?

MODES DE PREUVES

- La satisfaction des clients et des parties prenantes s'apprécie en analysant l'état des ventes, les retours et avis clients, l'évolution de la part de marché, la veille produit et les retours médias, les retours des associations de consommateurs et ONG, les résultats de concours d'éco-conception et de trophées, etc.

CRITÈRE N° 44

5.1.2.

NOMBRE DE POINTS = 10 PTS

- Les informations en retour des différentes parties prenantes sont-elles utilisées par l'entreprise pour améliorer ses collections actuelles et futures ?

MODES DE PREUVES

- Des enquêtes ou rencontres sont conduites auprès des distributeurs et forces de ventes afin d'avoir un feedback sur la collection et les produits.

5.2 Revue du processus d'éco-conception de la collection

NOMBRE DE POINTS TOTAL = 30 PTS

CRITÈRE N° 45

5.2.1.

NOMBRE DE POINTS = 20 PTS

- L'entreprise a-t-elle conduit une revue de son processus d'éco-conception ?

MODES DE PREUVES

L'entreprise prend ses décisions lors de la revue de processus, en tenant compte de :

- l'analyse des résultats (indicateurs environnementaux)
- la revue des activités pour s'assurer qu'elles restent adaptées et à valeur ajoutée
- la revue des ressources (humaines et financières)
- la prise en compte des retours d'expériences clients pour améliorer le processus

CRITÈRE N° 46

5.2.2.

NOMBRE DE POINTS = 10 PTS

- Est-ce que le compte-rendu de la revue de processus est archivé et utilisé pour les nouvelles conceptions ?

MODES DE PREUVES

5.3 Évaluation des performances et intégration de l'amélioration dans la stratégie de création durable

NOMBRE DE POINTS TOTAL = 25 PTS

CRITÈRE N° 47

5.3.1.

NOMBRE DE POINTS = 10 PTS

- L'entreprise planifie-t-elle des audits internes dans son processus de conception ?

MODES DE PREUVES

- Les audits internes sont conduits par des évaluateurs compétents en éco-conception. Les rapports d'audits sont disponibles

CRITÈRE N° 48

5.3.2.

NOMBRE DE POINTS = 5 PTS

- L'entreprise capitalise-t-elle sur les dysfonctionnements du processus d'éco-conception rencontrés ?

MODES DE PREUVES

- L'entreprise dispose de processus pour capitaliser sur les dysfonctionnements (ex : procédure d'amélioration). Elle tient à jour la liste des réclamations, des non-conformités et des suggestions d'amélioration

CRITÈRE N° 49

5.3.3.

NOMBRE DE POINTS = 10 PTS

- L'entreprise réalise-t-elle une revue de son étude de marché ?

MODES DE PREUVES

- Selon l'évolution du produit/marché, l'entreprise réalise une revue du positionnement stratégique de ses collections sur le marché

5.4 Déploiement de la stratégie de création durable à d'autres collections, marques et acteurs de la chaîne de valeur

NOMBRE DE POINTS TOTAL = 15 PTS

CRITÈRE N° 50

5.4.1.

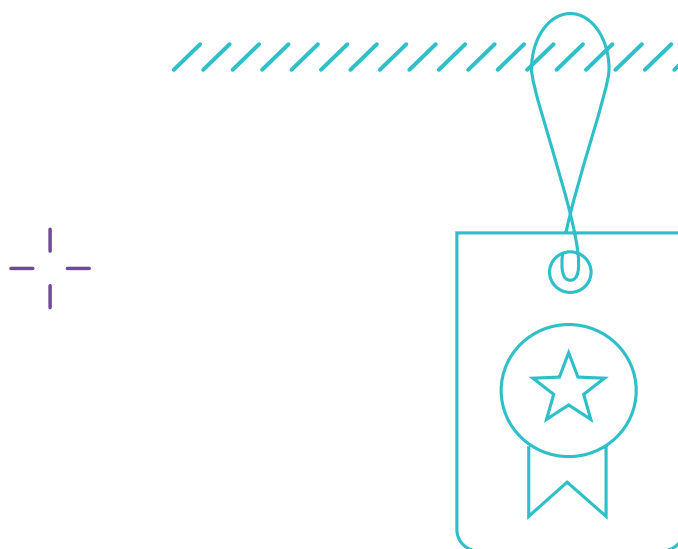
NOMBRE DE POINTS = 15 PTS

- L'entreprise déploie-t-elle sa stratégie de création durable sur d'autres axes ?

MODES DE PREUVES

- En fonction de ses retours d'expérience, l'entreprise déploie sa démarche d'éco-conception sur d'autres produits, collections, marques ou acteurs de la chaîne de valeur. Un planning des

développements futurs basé sur des critères objectifs est disponible pour asseoir ce déploiement.



LA MÉTHODE DE NOTATION

Le modèle AFAQ Éco-conception analyse l'intégration des principes d'éco-conception dans le développement de produit de l'entreprise. Ce référentiel prend en compte aussi bien l'implication de la Direction dans la démarche d'éco-conception que le retour d'expérience ou le processus de développement.

Lors de l'évaluation, l'évaluateur va aborder les 50 sous-critères présents dans le référentiel. Pour chacun des critères, il note de 0 à 100 la réflexion de l'entreprise et les actions mises en place.

Obtention du score final et remise du label AFAQ Éco-conception

L'évaluation aboutit à une note sur 1 000 qui correspond à un des 4 niveaux de performance décrit ci-dessous :

- De 0 à 300 points : **Initial**,
- De 301 points à 500 points : **Progression**,
- De 501 points à 700 points : **Confirmé**,
- Plus de 700 points : **Exemplaire**.



AFNOR CERTIFICATION



Progression ★

AFNOR CERTIFICATION



Confirmé ★★

AFNOR CERTIFICATION



Exemplaire ★★★

AFNOR CERTIFICATION

Critères rédhibitoires

Les critères suivants, en rouge dans le présent guide, sont rédhibitoires, c'est-à-dire qu'ils doivent obligatoirement faire l'objet d'une note égale ou supérieure à 50%.

En effet, ils sont considérés comme essentiels à toute démarche d'éco-conception pérenne pour les entreprises de la mode (textile, habillement, chaussures et maroquinerie) :

CRITÈRE N° 17 : 2.3.2

- Un chef de projet et/ou une équipe projet et/ou un responsable développement possèdent les compétences pour assurer l'éco-conception du produit ou du service ?

Un minimum de 15 points sur 30 est à atteindre

CRITÈRE N° 25 : 3.1.5

- L'entreprise a-t-elle identifié les enjeux environnementaux du cycle de vie complet d'une ou plusieurs collections de référence, pour les traduire en potentiels axes d'amélioration sur son produit ?

Un minimum de 12,5 sur 25 points est à atteindre

CRITÈRE N° 32 : 3.4.2

- Est-ce qu'au global la collection éco-conçue génère moins d'impact négatifs que la collection « de référence », voire génère plus d'impacts positifs, environnementaux premièrement, mais également sociaux / sociétaux et économiques ?

Un minimum de 10 points sur 20 est à atteindre

CRITÈRE N° 38 : 4.2.1

- L'entreprise communique-t-elle de manière honnête, transparente et responsable sur sa démarche d'éco-conception, tant au niveau de ses produits que de sa stratégie ?

Un minimum de 7,5 points sur 25 est à atteindre



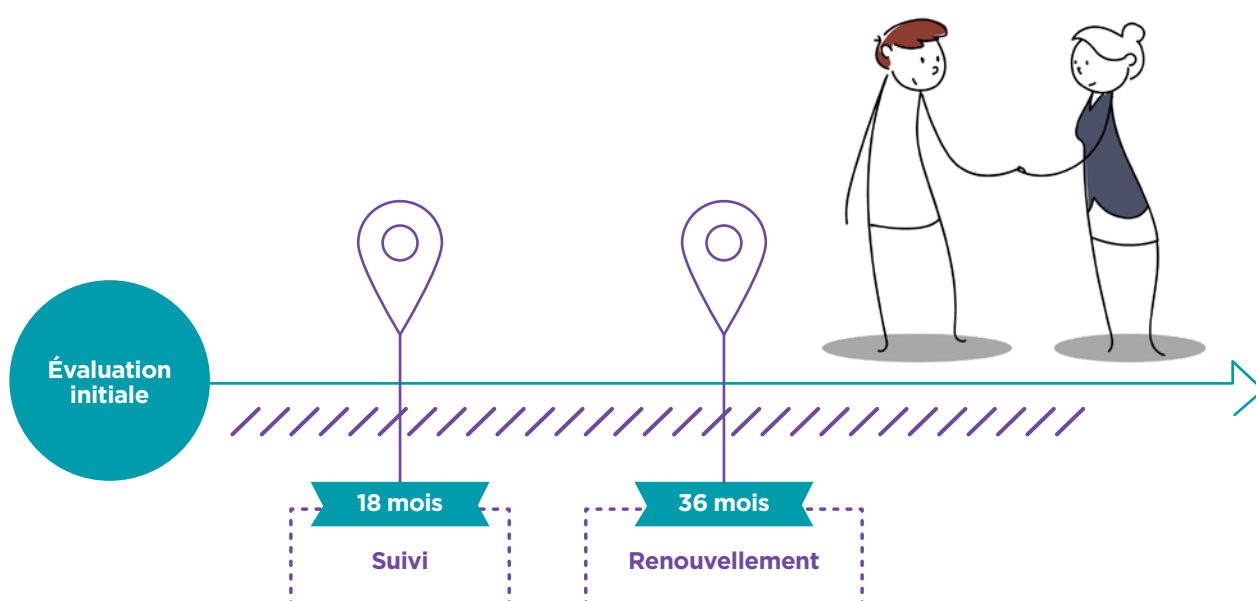
CHAPITRE	CRITÈRES	POINTS
CHAPITRE 1 Responsabilité de la Direction et leadership	› 1.1 Stratégie de création durable › 1.2 Engagement de la Direction sur sa stratégie de création durable	75 pts 75 pts
CHAPITRE 2 Affectation de la stratégie de création durable : compétences et techniques pour l'éco-conception des collections	› 2.1 Analyse des opportunités externes pour le développement des collections › 2.2 Analyse des capacités de l'entreprise de mode à développer des collections éco-conçues › 2.3 Affectation du projet et définition de l'équipe projet d'éco-conception des collections › 2.4 Choix des cibles prioritaires pour la déclinaison de l'éco-conception des collections	100 pts 50 pts 75 pts 75 pts
CHAPITRE 3 Mise en œuvre opérationnelle du projet d'éco-conception des collections	› 3.1 Collection de référence › 3.2 Exploration des stratégies d'éco-conception des collections › 3.3 Validation des stratégies d'éco-conception des collections › 3.4 Evaluation comparative entre la collection de référence et les collections éco-conçues › 3.5 Traduction des caractéristiques des collections dans le cahier des charges des produits et management de la chaîne de valeur › 3.6 Phase de fabrication du prototype	110 pts 60 pts 40 pts 40 pts 50 pts 50 pts
CHAPITRE 4 Lancement des collections sur le marché et communication externe	› 4.1 Lancement sur le marché et mise en rayon des collections › 4.2 Communication externe – supports de communication › 4.3 Communication externe – parties prenantes externes	25 pts 45 pts 30 pts
CHAPITRE 1 Retours d'expérience pour améliorer les futures collections éco-conçues	› 5.1 Revue des collections éco-conçues › 5.2 Revue du processus d'éco-conception des collections › 5.3 Evaluation des performances et intégration de l'amélioration dans la stratégie de création durable › 5.4 Déploiement de la stratégie de création durable à d'autres collections, marques et acteurs de la chaîne de valeur	30 pts 30 pts 25 pts 15 pts
	Total points	1 000 pts

Communication avec le label AFAQ Éco-conception

L'entreprise est autorisée à communiquer auprès de ses parties prenantes extérieures sur sa démarche d'éco-conception à partir du niveau 2 du label, c'est-à-dire, le label AFAQ Éco-conception niveau Progression, et si les notes minimales sur les critères rédhibitoires sont atteintes. Le premier niveau ne garantissant pas une démarche d'éco-conception suffisamment

mature, la communication externe sur le sujet est interdite. Seule la communication interne est autorisée avec le label, afin de mobiliser et encourager les collaborateurs à progresser sur le sujet.

À l'issue de l'évaluation initiale, le label AFAQ Éco-conception est délivré pour 3 ans, à condition de réaliser une évaluation de suivi à 18 mois :



Il est également possible de communiquer sur le produit avec le label AFAQ Éco-conception, en respectant la charte d'utilisation du label et en utilisant le bloc marque suivant :



LE PROCESSUS D'ÉVALUATION

L'évaluation initiale se décompose en trois phases :



PRÉPARATION HORS SITE

Afin de préparer au mieux son intervention sur site, l'évaluateur prépare sa venue en prenant contact avec l'entreprise. Au cours de cette prise de contact, l'évaluateur collecte l'ensemble des informations nécessaires à l'évaluation et élabore son planning d'intervention en concertation avec l'entreprise évaluée.

Les documents ou informations que l'évaluateur peut être amené à demander à l'entreprise pour préparer sa venue sont :

- Descriptif des produits/services/collections éco-conçus
- Cahier des charges interne
- Tests et organisation des tests
- Traçabilité de la chaîne de valeur
- Politique environnementale et / ou politique d'éco-conception et / ou stratégie RSE intégrant un pilier éco-conception
- Descriptif des méthodes utilisées (procédure)
- Organigramme
- Tableau de bord (indicateurs de suivis, de moyens, de résultats et KPIs)

- Preuves de conformité réglementaire (loi AGECE et autres textes réglementaires importants)
- Compte-rendu des revues de direction

ÉVALUATION SUR SITE

L'évaluateur analyse de manière factuelle les différents critères définis dans le référentiel.

Pour cela, il est amené à s'entretenir avec différents collaborateurs internes et/ou externes afin d'analyser les pratiques de l'entreprise au regard des principes de l'éco-conception dans le développement de ses produits/services : Direction générale et organes de direction, Développement produits, Style, Recherche & Développement, Achats, Qualité, Développement Durable & RSE, Environnement, Marketing & Communication, Ressources Humaines, Ateliers de confection...

Les éléments collectés et observés par l'évaluateur au cours de son intervention lui permettent d'attribuer un score pour chaque critère présent dans le référentiel AFAQ Éco-conception.

À l'issue de l'évaluation, l'évaluateur réalise une restitution à chaud au sein de l'entreprise et reprend les différents points forts et points à améliorer remarqués lors de sa présence dans l'entreprise et analyse globalement la démarche d'éco-conception de l'entreprise.

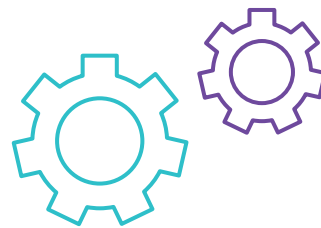
SYNTHÈSE

Suite à l'évaluation sur site, du temps est alloué à l'évaluateur pour rédiger le rapport d'évaluation et attribuer un niveau de performance à la démarche de l'entreprise de mode. Ce rapport reprend les différents points abordés lors de l'évaluation et dégage des pratiques à pérenniser mais aussi des axes de progression afin d'améliorer la démarche d'éco-conception mise en place par l'entreprise de mode.

Si l'entreprise le souhaite, une restitution sur site peut être effectuée pour échanger plus facilement avec l'évaluateur sur les actions à mettre en œuvre pour améliorer sa démarche d'éco-conception.

OUTILS POUR L'AIDE À L'ÉCO-CONCEPTION

- Guide *Éco-conception pour marques responsables* (FFPAPF, FFIVM, Promincor-Lingerie Française, Défi)
- Guide *Approvisionnements responsables pour marques désirables* (FFPAPF, FMLB, FFIVM, Défi)
- Guide sur la communication responsable (FFPAPF, Promincor-Lingerie Française, Défi)
- *Mode responsable : le guide pour agir* (Alliance du Commerce)
- Cahiers de la mode durable (Alliance du Commerce)
- Guide *Décarbonons le commerce de mode* (Alliance du Commerce)
- *Guide pratique RSE* (GFF)
- Programme Commun pour la Mode Circulaire (FMC)
- Plateforme Ecodesign (Re_fashion)
- Check-list Paris Good Fashion
- Matrice MET (Matériaux Energie Toxicité)
- Matrice ESQCV (Évaluation Simplifiée et Qualitative du Cycle de Vie)
- Ecobalyse...



L'OFFRE ÉCONOMIE CIRCULAIRE DU GROUPE AFNOR

Je m'approprie les concepts

- Ouvrage *100 Questions L'économie circulaire* (H. Ross Carré, A. Benady)
<https://www.boutique.afnor.org/fr-fr/livre/leconomie-circulaire-100-questions-pour-comprendre-et-agir/fa202346/261278>
- Formation Principes de l'économie circulaire :
<https://competences.afnor.org/formations/principes-de-leconomie-circulaire>
- Formation Éco-conception :
<https://competences.afnor.org/formations/eco-conception>

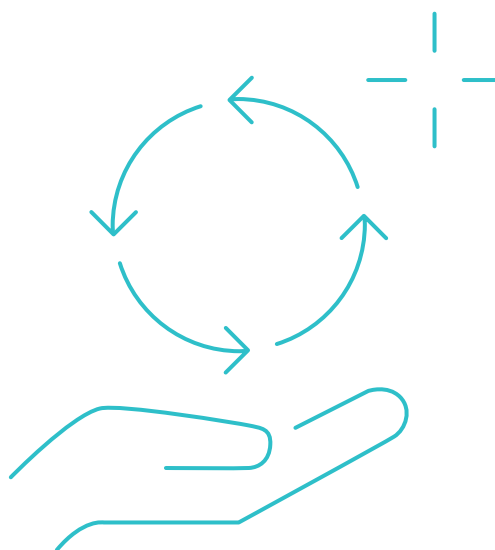
Je réalise un diagnostic de ma démarche

- Norme XP X30-901 : Système de management de projet d'économie circulaire :
<https://www.boutique.afnor.org/fr-fr/norme/xp-x30901/economie-circulaire-systeme-de-management-de-projet-deconomie-circulaire-ex/fa194960/1759>
- Évaluation AFAQ Économie circulaire :
<https://certification.afnor.org/environnement/evaluation-economie-circulaire>
- Formation Manager un projet d'économie circulaire :
<https://competences.afnor.org/formations/decouvrir-la-norme-xp-x30-901-sur-le-management-dun-projet-deconomie-circulaire>

Je défends l'expertise de mon organisation en France et à l'international :

<https://normalisation.afnor.org/>

- Commission de normalisation dédiée à l'économie circulaire : AFNOR X30M et Comité technique ISO TC 323
- Commission dédiée au management environnemental, à l'éco-conception et à la communication environnementale : AFNOR E2C et ISO TC207
- Commission dédiée à l'éco-conception des services numériques : AFNOR ECO-TIC
- Commissions sectorielles Construction durable (AFNOR P01E), Electrotechnologies (UF111)...





POUR EN SAVOIR PLUS

certification@afnor.org

01 41 62 80 11

