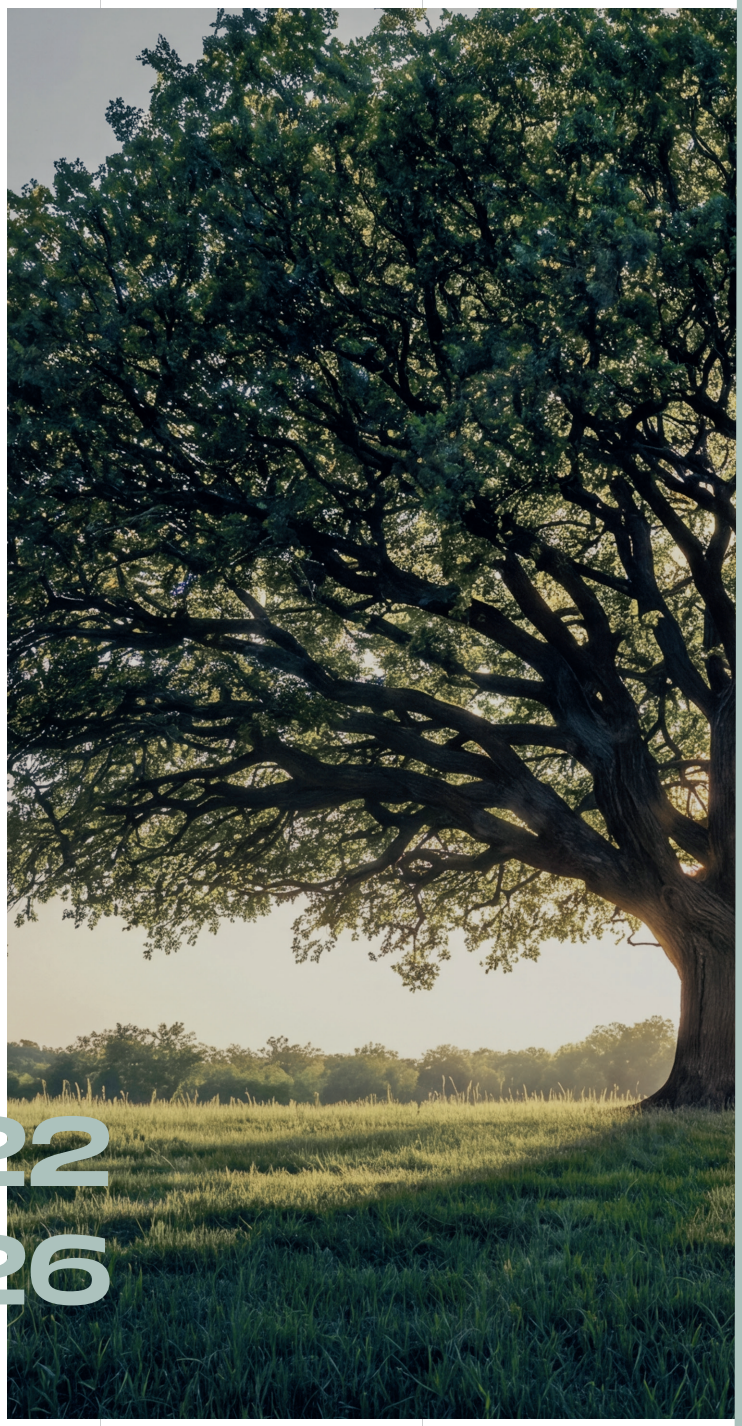
Think+

THE ECO-INNOVATIVE AGENCY

# WORKBOOK



2022
2026

STRATÉGIE

ECO-CONCEPTION

MESURE & PERFORMANCE

BIODIVERSITÉ & ENJEUX DU VIVANT

COMMUNICATION RESPONSABLE

*Éclairer les décisions,*
*concevoir autrement.*

# Mémento

Depuis la création de Think+ en 2014, une conviction guide notre travail : pour faire évoluer les entreprises, les enjeux environnementaux doivent devenir concrets, compréhensibles et utiles à leurs décisions.
Comprendre les impacts d'un produit, interroger sa dépendance aux ressources et au vivant, faire évoluer une offre ou définir une stratégie : chaque projet ouvre des questions qui dépassent souvent son point de départ. Elles touchent aux choix de conception, aux achats, à l'organisation, aux compétences et à la relation avec les clients.

Notre rôle est de relier ces dimensions pour construire, avec les équipes, des réponses adaptées à leur réalité. Nous associons la rigueur de l'analyse à la créativité et à l'expérience du terrain. Nous avançons par paliers, selon les moyens et les ambitions de chaque entreprise, en gardant une exigence : traduire les réflexions en décisions et en actions.
Cette progression se construit ensemble. Elle se nourrit des échanges entre métiers, des regards de nos partenaires et des expériences partagées avec nos clients. Au fil des projets, nous transmettons les méthodes et les outils qui permettent aux équipes de s'approprier la démarche et de la poursuivre avec davantage d'autonomie.

Ce workbook en donne un aperçu à travers les démarches et les réalisations que nous avons accompagnées. Nous souhaitons qu'il vous apporte des idées, suscite des questions et vous aide à envisager vos propres prochaines étapes.

Vincent Collet
Fondateur de Think+



# L'AGENCE THINK+

Créée en 2014 au Pays basque, l'agence Think+ accompagne les entreprises dans l'intégration des enjeux environnementaux à leur stratégie, à leurs produits et à leur organisation.

# PRÉSENTATION

Nous aidons les dirigeants et leurs équipes à construire une vision de leur avenir, en croisant leur identité, leurs ambitions et les évolutions de leur environnement. Cette vision partagée donne un cap, éclaire les choix stratégiques et fait émerger de nouvelles perspectives.
Notre accompagnement associe cinq domaines complémentaires : la stratégie, l'éco-conception, la mesure et la performance environnementale, la biodiversité et la communication responsable. Nous traduisons les orientations en actions concrètes : évaluer les impacts, explorer des solutions, construire une feuille de route, développer des outils et former les équipes. Chaque mission s'adapte à la réalité de l'entreprise, à ses moyens et à ses ambitions.
Présente au Pays basque, en Bretagne et au Québec, Think+ s'appuie sur une équipe aux compétences complémentaires. Chaque collaborateur contribue aux projets par son expertise, son expérience et sa capacité à écouter, à questionner et à transmettre. Le croisement de ces regards, l'entraide et l'implication de chacun font la qualité de nos accompagnements et participent au développement de l'agence.



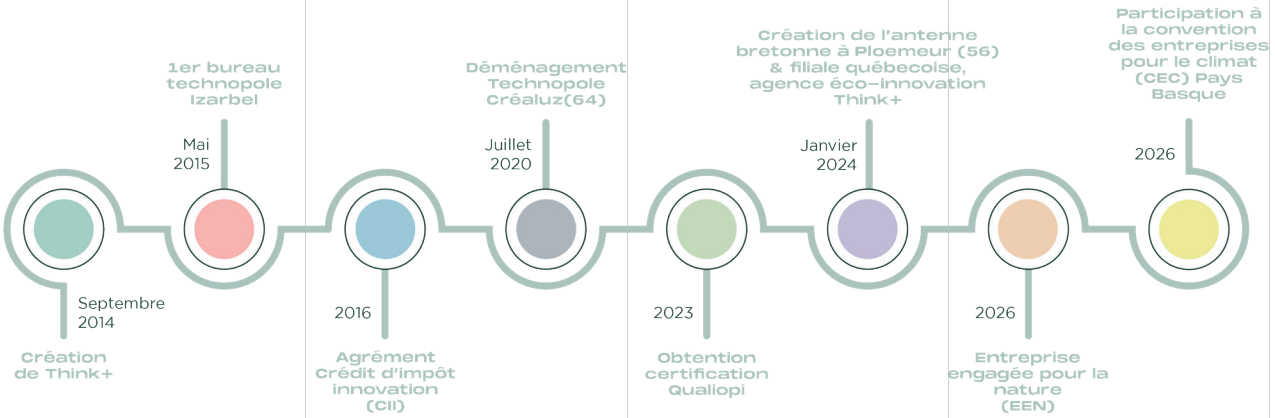
# NOS ENGAGEMENTS

Depuis sa création, l'agence Think+ se développe avec une même exigence : enrichir ses compétences, transmettre ses savoir-faire et faire évoluer ses propres pratiques. Nos engagements se concrétisent dans nos méthodes de travail, nos collaborations et les démarches auxquelles nous prenons part.
Ce développement s'accompagne de reconnaissances complémentaires : l'agrément au titre du crédit d'impôt innovation (CII), la certification Qualiopi pour nos actions de formation, ainsi que nos référencements auprès de Bpi France et du Fonds Écoleader.
Notre engagement se poursuit également à travers la démarche Entreprises engagées pour la nature et notre participation à la CEC Pays basque. Ces dynamiques nous invitent à approfondir la place du vivant dans nos activités et à questionner notre propre trajectoire d'entreprise.

Nous faisons aussi évoluer nos propres pratiques au contact de nos clients, de nos partenaires et des démarches collectives auxquelles nous participons. Cette dynamique nourrit nos méthodes et renforce notre capacité à accompagner les entreprises dans la durée.

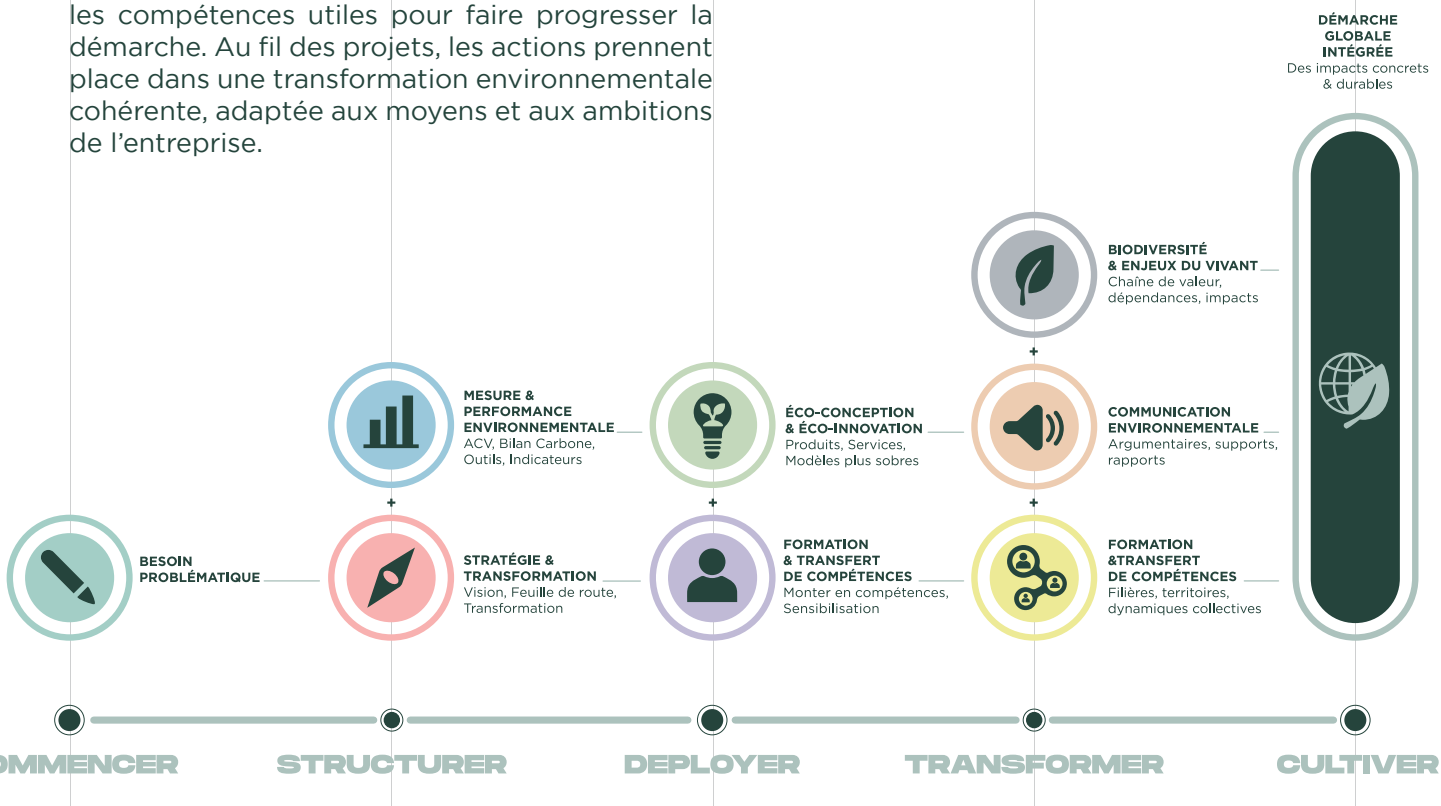
# L'AGENCE THINK+

# DATES CLÉS




# NOTRE APPROCHE

**Chaque mission peut être une porte d'entrée**.
Nous partons d'un besoin concret , mesurer un impact, faire évoluer un produit,structurer une stratégie ou former une équipe, puis relions les compétences utiles pour faire progresser la démarche. Au fil des projets, les actions prennent place dans une transformation environnementale cohérente, adaptée aux moyens et aux ambitions de l'entreprise.



# L'AGENCE THINK +

## IMPLANTATIONS

Présents au Pays basque, en Bretagne et au Québec, nous cherchons à nous impliquer dans les territoires où nous travaillons. Nous tissons des liens avec leurs entreprises, leurs filières et leurs acteurs associatifs, et croisons les expériences de part et d'autre de l'Atlantique.

Notre engagement prend aussi la forme de mécénat de compétences auprès de structures et d'initiatives dont nous partageons les valeurs : Surfrider Foundation, Itsas Arima, Biarritz Sauvetage Côtier et Ultraïa. Nous apportons notre expertise à ces projets tout en apprenant de celles et ceux qui les portent.






## PARTENARIAT

Depuis 2024, l'Agence Think+ et ALTO Design associent leurs expertises pour accompagner les entreprises de la stratégie jusqu'au développement de produits et services.
Notre approche environnementale et stratégique se conjugue au savoir-faire d'ALTO en design industriel, en recherche sur les usages et en développement produit.

Ce partenariat, construit entre la France et le Québec, nous permet d'explorer ensemble de nouvelles solutions, d'en évaluer la pertinence environnementale et de les traduire en projets concrets. Il donne à nos clients accès à une équipe élargie, capable de relier vision, conception et mise en œuvre.

ALTO

# SOMMAIRE


## 01 STRATÉGIE ET CRÉATIVITÉ

| | | |
|---|---|---|
| PTGC—PREMIER TECH | Horticulture | 9 |
| WIKICAMPERS | Location de véhicules entre particuliers | 10 |
| MBPACK | Solutions d'emballages alimentaires | 11 |
| AGEC | Équipements pour la gestion des déchets | 12 |
| BASTIDARRA | Laiterie | 13 |
| EVOLIS | Fournisseur de solutions d'identification | 14 |

## 02 ÉCO—CONCEPTION ET ÉCO—INNOVATION

| | | |
|---|---|---|
| HERBE | Conception et fabrication de vélos | 16 |
| LITHA EXPRESSO | Fabrication et distribution de café | 17 |
| NOTOX | Conception et fabrication de planches de surf | 18 |
| VOLTAIRE | Sellerie | 19 |

## 03 MESURES DE LA PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE

| | | |
|---|---|---|
| ACV—Cheval Blanc | Viticole | 21 |
| ACV—Winback | Dispositifs médicaux | 22 |
| Outil—Camus | Spiritueux | 23 |
| Outil—Ballot Furin | Cosmétiques | 24 |
| Bilan carbone—Sport Nature | Equipements sportifs | 25 |
| Bilan carbone—Groupe Clim | Distribution automobiles | 26 |

## 04 BIODIVERSITÉ & ENJEUX DU VIVANT

| | | |
|---|---|---|
| PTWE—PREMIER TECH | Solutions de traitement des eaux usées | 28 |
| MAIF | Assurance | 29 |

## 05 COMMUNICATION RESPONSABLE

| | | |
|---|---|---|
| Technima | Fabrications de peintures de marquage | 31 |
| BUT | Distribution spécialisée d'équipement de la maison | 32 |
| Daniel Moquet | Aménagement des allées de maisons | 33 |
| SOKOA | Mobilier de bureau | 34 |

## 06 FORMATION & TRANSFERT DE COMPÉTENCES

| | |
|---|---|
| Masterclass Eco—innovation | 36 |
| Formation biodiversité—Soltena | 37 |

## 07 ÉTUDES & PROGRAMMES D'ACTIONS COLLECTIVES

| | |
|---|---|
| Étude Resocuir—Valorisation dechets | 39 |
| Écoprodduire—Action collective éco—conception | 40 |
| Opération Pilote—Action collective biodiversité | 41 |
| Ocean Fifty—Groupement armateurs skippers | 42 |

## Contacts



# 01

# STRATÉGIE ET CRÉATIVITÉ

**Nous aidons les entreprises à définir leur trajectoire face aux transformations environnementales, économiques et sociétales.** Nous analysons leurs activités, leur chaîne de valeur, leurs dépendances et les évolutions de leur marché pour identifier les risques, mais aussi les possibilités de développement. En associant les équipes à cette réflexion, nous explorons de nouveaux produits, services ou modèles d'affaires, puis traduisons les choix retenus en une stratégie et une feuille de route concrète.


PTGC 9
WIKICAMPERS 10
MB PACK 11
AGEC 12
BASTIDARRA 13
EVOLIS 14

# PTGC

**Groupe :** Premier Tech Producteurs et Consommateurs

**Activité :** Horticulture

**Employés :** 2157 collaborateurs répartis sur quatre continents

www.pthorticulture.com/fr-fr

**Rivière-du-Loup (Québec), Canada**

## CONTEXTE INITIAL

Premier Tech Growers and Consumers (PTGC) souhaitait intégrer l'éco-conception dans sa démarche de performance globale et dans le développement de ses substrats de culture. L'enjeu était de mieux comprendre les impacts des produits et les opportunités du marché pour orienter l'innovation. Cette démarche nécessitait également d'outiller les équipes et de développer leurs compétences pour intégrer les résultats aux décisions et les valoriser auprès des clients.

## MISSION PRINCIPALE

. Structurer la démarche d'éco-conception et définir sa feuille de route.
. Évaluer les impacts des produits et identifier les leviers d'amélioration.
. Intégrer l'éco-conception au processus d'innovation grâce à un outil adapté.
. Accompagner les équipes dans le déploiement de la démarche et sa communication.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Diagnostic stratégique et veille concurrentielle pour identifier les opportunités d'éco-conception.
. Analyses du cycle de vie et comparaison de formulations et de matières premières.
. Accompagnement à l'intégration de l'éco-conception dans le développement produit.
. Développement d'un outil d'ACV sur mesure pour évaluer les produits et simuler de nouvelles formulations.
. Sensibilisation des équipes aux fondamentaux de l'éco-conception à partir des produits PTGC.
. Formation des leaders aux implications stratégiques et au déploiement de la démarche.
. Formation des équipes de vente à la communication environnementale.



*Grâce à Think+, nous portons un nouveau regard sur nos substrats de culture et les possibilités de les faire évoluer afin de réduire leur empreinte environnementale. Cet accompagnement ouvre des pistes concrètes pour valoriser de nouvelles matières premières et mieux communiquer leur valeur auprès de nos clients. Nous sommes enthousiastes pour la suite.*

***Mélanie Gauthier, coordonnatrice durabilité***
***Premier Tech Growers & Consumers***

## IMPACTS MAJEURS

. Meilleure compréhension des opportunités d'éco-conception propres aux produits PTGC grâce à l'analyse stratégique du marché et à la veille concurrentielle.
. Identification de leviers pour faire évoluer les substrats de culture, notamment par l'intégration de nouvelles matières premières.
. Développement d'un outil d'ACV permettant d'évaluer la performance environnementale des produits et d'intégrer l'éco-conception au processus d'innovation.
. Structuration d'une feuille de route pour guider le déploiement de la démarche.
. Sensibilisation et formation des équipes pour partager les connaissances et soutenir une communication environnementale structurée.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Stratégie et veille concurrentielle
. Éco-conception
. Analyse du cycle de vie
. Développement d'outils sur mesure
. Communication environnementale
. Formation et transfert de compétences

# WIKICAMPERS



wikicampers

**Activité :** Plateforme de location de véhicules de loisirs entre particuliers

**Employés :** 40 collaborateurs

www.wikicampers.fr

**Bidart (64)**

## CONTEXTE INITIAL

Acteur français de la location de camping-cars entre particuliers, Wikicampers souhaite faire évoluer son offre vers un tourisme nomade plus durable. Dans le cadre d'un Diagnostic Éco-conception Bpi France, l'entreprise a d'abord cherché à objectiver l'impact de son service et ses leviers d'action. Dans un second temps, Think+ l'a accompagnée dans le développement d'un outil de notation environnementale.

## MISSION PRINCIPALE

. Analyser le secteur du Tourisme.
. Etudier le positionnement stratégique de Wikicampers.
. Etudier de cycle de vie d'un séjour en véhicules de loisir.
. Intégrer de la dimension. environnementale dans la stratégie de développement de Wikicampers.
. Etablir la feuille de route de Wikicampers.
. Développer un indice environnemental «Tourisme Durable ».

## ACTIONS ENGAGÉES

. Diagnostic stratégique d'éco-conception
. Analyse de cycle de vie d'une semaine de vacances en camping-car.
. Développement de la stratégie et du plan d'actions éco-conception.
. Développement de la méthodologie de calcul de l'indice environnemental.
. Accompagnement à son intégration et à sa communication sur la plateforme.

*Chez Wikicampers, nous voulions mieux comprendre l'impact environnemental des séjours que nous rendons possibles. Le travail avec Think+ nous a amenés à regarder au-delà du véhicule : les usages, les déplacements et, plus largement, l'ensemble de l'expérience du voyage. Cette démarche nous a permis d'identifier les sujets sur lesquels nous pouvons agir et de structurer notre stratégie.*
*Elle nourrit aujourd'hui le développement d'un indice environnemental pour aider nos utilisateurs à choisir leur véhicule avec davantage de repères.*

***Marion Woirhaye, Co-fondatrice et CEO***

## IMPACTS MAJEURS

. Meilleure compréhension des enjeux environnementaux du tourisme nomade grâce à la veille réalisée pendant le diagnostic.
. Prise de conscience des impacts générés par un séjour organisé via Wikicampers, au-delà du seul véhicule.
. Identification des principaux postes d'impact et des leviers d'action à la portée de l'entreprise.
. Structuration d'une stratégie d'éco-innovation fondée sur ces connaissances.
. Développement d'un indice environnemental pour éclairer le choix des véhicules proposés sur la plateforme et renforcer le positionnement de Wikicampers en faveur d'un tourisme plus durable.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Stratégie environnementale
. Analyse de cycle de vie
. Éco-conception de service
. Développement d'outils d'aide à la décision
. Communication environnementale

**Financement**

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ADEME
AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

bpifrance
SERVIR L'AVENIR

# MBPACK



**Activité :** Distribution de solutions d'emballages alimentaires, de transport et d'hygiène destinées principalement aux professionnels des métiers de bouche

**Employés :** 36 collaborateurs

www.mbpack.fr/fr

**Vaiges (53)**

## CONTEXTE INITIAL

Face à l'évolution des attentes clients et des exigences réglementaires, MB Pack a engagé une réflexion de fond pour ancrer durablement les enjeux environnementaux dans ses pratiques et faire évoluer son offre.
L'entreprise avait notamment besoin de mieux mesurer les impacts environnementaux de ses produits afin de disposer d'une vision objective et partagée. L'accompagnement a ainsi porté sur la construction d'outils de mesure performants et adapté à son activité.

## MISSION PRINCIPALE

. Structurer et déployer la démarche d'éco-conception avec la construction d'un système de notation effet Vert.
. Outiller les équipes pour mesurer et piloter la performance environnementale.
. Définir la stratégie et la feuille de route associée.
. Accompagner le déploiement et la montée en compétences des équipes.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Diagnostic stratégique d'éco-conception
. Développement d'outils de calcul d'impacts spécifique à MB Pack.
. Outil comparatif des solutions emballages usage unique vs emballages réemployables.
. Outil d'ACV simplifiée pour connaître l'impact de l'ensemble des solutions.
. Intégrer le système de notation eFFet vert (notation qualitative et quantitative) dans l'outil de modélisation.

*Avant, nous avions beaucoup d'informations sur les emballages, mais pas forcément les moyens de les comparer simplement et objectivement.*
*L'accompagnement nous a permis de mettre de la méthode derrière notre démarche environnementale et de construire des outils vraiment adaptés à notre métier.*
*Avec l'eFFet Vert, nos équipes peuvent aujourd'hui mesurer l'impact de nos solutions, mieux comprendre les écarts et surtout s'appuyer sur des éléments concrets pour conseiller nos clients.*
*Nous sommes passés d'un sujet complexe à un véritable outil d'aide à la décision.*

***Aurélie Cordé, Responsable Transformation et Communication***

## IMPACTS MAJEURS

. Structuration de la stratégie éco-conception.
. Création d'outils de mesure de l'ensemble de leurs solutions d'emballage.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Stratégie d'éco-innovation
. Analyse de cycle de vie
. Éco-conception
. Développement d'outils d'aide à la décision
. Communication environnementale
. Formation et transfert de compétences

**Financement**

# AGEC

**Activité :** équipements et solutions pour la gestion des déchets

**Employés** : 9 collaborateurs

www.agec-sa.com

**Lahonce (64)**

## CONTEXTE INITIAL

Entreprise familiale créée en 1996, AGEC conçoit et fournit des équipements pour la gestion des déchets. Souhaitant développer davantage ses propres produits, elle a engagé une démarche d'éco-conception pour intégrer les critères environnementaux à ses choix de développement. La conception d'un nouveau composteur a servi de premier projet d'application, tout en contribuant à structurer une stratégie d'éco-innovation à l'échelle de l'entreprise.

## MISSION PRINCIPALE

. Structurer la démarche d'éco-innovation d'AGEC.
. Évaluer les impacts environnementaux de ses principales gammes.
. Définir des critères d'éco-conception applicables aux futurs produits.
. Accompagner la conception d'un nouveau composteur et faire monter les équipes en compétences.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Diagnostic stratégique d'éco-conception et analyses du cycle de vie.
. Définition des critères d'éco-conception et d'un cahier des charges produit.
. Accompagnement du développement du nouveau composteur.
. Élaboration d'une feuille de route et d'un plan d'actions pour les prochaines gammes.



*Nous avons particulièrement apprécié la capacité de Think+ à s'adapter aux spécificités d'AGEC tout en conciliant engagements, vision stratégique et pragmatisme. En 2024, nous avions des intentions. Grâce à leur accompagnement, nous avons aujourd'hui une démarche structurée, nous comprenons l'impact de nos choix sur le cycle de vie de nos produits et nous parvenons à embarquer nos équipes autour d'une vision commune.*

**Mathieu Caumont, Président**

## IMPACTS MAJEURS

. Meilleure connaissance des impacts des produits et de leurs principaux leviers d'amélioration.
. Intégration de quatre critères environnementaux dans les choix de conception d'AGEC.
. Réduction d'environ 30 % du score environnemental global du nouveau composteur par rapport au modèle de référence.
. Mise en place d'une démarche d'éco-conception destinée à guider les futurs développements.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Éco-conception
. Analyse de cycle de vie
. Alignement stratégique
. Développement produit
. Communication environnementale

**Financement**

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ADEME
AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

Région Nouvelle-Aquitaine

# BASTIDARRA



BASTIDARRA
Laiterie artisanale du Pays Basque

**Activité :** Laiterie

**Employés :** 50 collaborateurs

www.bastidarra.fr

**Bardos (64)**

*Depuis plusieurs années nous collaborons avec Think+ sur divers projets (ACV, diagnostics, stratégie environnementale...). Une plus-value essentielle pour nous. Leur vision et leur accompagnement nous permet de structurer nos démarches et nous oblige à prendre de la hauteur sur des sujets de long terme.*

***Hubert Candelé, Fondateur & Dirigeant***

## CONTEXTE INITIAL

Depuis plus de 5 ans, Bastidarra travaille étroitement avec l'Agence Think+ afin d'opérer une transformation en profondeur. Véritable nouveau modèle de laiterie, Bastidarra propose une large gamme de yaourts et de desserts (à base de lait de vache, de brebis et de chèvre) pour lesquels elle était soucieuse d'intégrer le vivant dans la réflexion.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Analyse des impacts et des dépendances liés au lait, aux ingrédients, aux emballages et au site de production.
. Réalisation d'un bilan carbone et identification des principaux postes d'émission.
. Étude de pistes d'amélioration pour les élevages, les approvisionnements, les produits et les emballages.
. Construction d'un plan d'action 2025–2028 autour de l'adaptation, de l'innovation, du pilotage et de la réduction de l'empreinte.
. Travail avec les équipes sur les indicateurs et la communication environnementale.

## MISSION PRINCIPALE

. Actualiser les enjeux environnementaux de Bastidarra, notamment en matière de climat et de biodiversité.
. Identifier les impacts, les dépendances et les risques sur l'ensemble de la chaîne de valeur.
. Définir une stratégie d'éco-innovation et une feuille de route pour guider les prochaines décisions.
. Donner aux équipes les moyens de mesurer leurs progrès et d'expliquer leur démarche.

**Financement**

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ADEME
AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

## IMPACTS MAJEURS

. Une vision partagée des impacts et des dépendances de Bastidarra, de l'élevage jusqu'aux produits finis.
. Des priorités d'action définies pour l'amont agricole, les ingrédients, les emballages et la gestion de l'eau.
. Une feuille de route 2025–2028 qui relie adaptation des élevages, innovation et réduction de l'empreinte environnementale.
. Des indicateurs pour suivre les progrès et appuyer les décisions sur des données fiables.
. Une stratégie environnementale qui servira de socle à la refonte de l'image de marque de Bastidarra.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Stratégie environnementale et feuille de route
. Biodiversité
. Bilan carbone
. Éco-conception et analyse du cycle de vie
. Communication environnementale
. Transfert de compétences

# EVOLIS

Identify what matters

**Activité :** fournisseur de solutions d'identification

**Employés :** 400 collaborateurs

www.evolis.com

**Beaucouzé (49)**




## CONTEXTE INITIAL

Acteur majeur de son secteur, Evolis souhaite capitaliser sur les actions déjà engagées pour inscrire l'environnement dans une démarche structurée et durable. L'entreprise cherche également à s'assurer que l'intégration de nouvelles technologies, matières et solutions contribue effectivement à réduire ses impacts. L'enjeu est enfin d'aller au-delà de la seule évaluation environnementale pour intégrer pleinement l'éco-innovation dans la stratégie et le développement.

## MISSION PRINCIPALE

. Mobiliser une équipe multidisciplinaire sur la thématique.
. Recenser et analyser les actions déjà réalisées.
. Structurer la démarche d'éco-innovation
. Intégrer la démarche dans la stratégie globale d'EVOLIS.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Diagnostic stratégique d'éco-conception
. Formation à l'analyse de cycle de vie simplifiée.
. Support à la modélisation d'une imprimante de cartes.
. Ateliers d'idéation et d'intelligence collective.
. Définition de la feuille de route éco-innovation à 3 ans.

*Se faire accompagner, c'est vraiment un bon point de départ. Cet appui nous a permis d'accélérer l'acculturation de nos équipes, de clarifier les méthodes à suivre et d'avoir un regard neutre et structurant sur notre démarche.*

***Magalie Minault, Chef de Produit***

## IMPACTS MAJEURS

. Évaluation environnementale de l'imprimante Primacy 2 par les équipes.
. Intégration de critères d'éco-conception dans le processus de développement de produit.
. Intégration de l'éco-innovation dans la stratégie de l'entreprise.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Analyse de cycle de vie simplifiée
. Éco-conception
. Stratégie
. Communication environnementale
. Transfert de compétences

**Financement**

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ADEME
AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE



02

# ÉCO-CONCEPTION ET ÉCO-INNOVATION

**Nous intégrons les enjeux environnementaux dès les choix de conception des produits et des services.** L'analyse du cycle de vie permet de repérer les principaux impacts, puis d'explorer avec les équipes différentes solutions : matériaux, fabrication, usages, durée de vie ou modèles économiques. Nous évaluons ces pistes pour faire des choix à la fois pertinents sur le plan environnemental, réalisables pour l'entreprise et utiles à ses clients.


HERBE 16
LITHA EXPRESSO 17
NOTOX 18
VOLTAIRE 19

# HERBE

**Activité :** Conception et fabrication de vélos

**Employés :** 1 collaborateur

www.herbe.cc

**Landes (40)**



*Ma collaboration avec Think+ a conjugué convivialité et rigueur professionnelle. Grâce à leur accompagnement, j'ai pu objectiver et quantifier les impacts environnementaux positifs de mes cadres en bambou. Leur expertise m'a guidé dans mes décisions techniques et le choix des matériaux durant l'éco-conception, et m'a aidé à bâtir une feuille de route pour faire grandir mon entreprise tout en préservant et en renforçant mes engagements écologiques.*

***Romain Thouvenin, Fondateur***

## CONTEXTE INITIAL

Nouvel acteur entrant sur le marché, HERBE conçoit des vélos cargos innovants en bambou. Ce nouveau matériau biosourcé fait ses preuves du point de vue technique, mais il reste à savoir si le positionnement environnemental est bien justifié. Souhaitant augmenter les capacités de production, l'entreprise souhaite également concevoir des manchons standardisés.

## MISSION PRINCIPALE

. Définir le positionnement sur le marché de la marque HERBE, notamment par rapport à l'engagement environnemental.
. S'assurer du bénéfice environnemental du concept clé : le cadre en bambou.
. Éco-concevoir les manchons (en collaboration avec le bureau d'études Antidotes).

## ACTIONS ENGAGÉES

. Analyse de cycle de vie simplifiée du cadre de vélo HERBE.
. Analyses de cycle de vie comparatives.
. Définition des pistes d'éco-conception.
. Idéation et validation de concepts pour les manchons.
. Définition du plan d'action éco-innovation pour l'entreprise à moyen terme.
. Construction de la communication environnementale.

## IMPACTS MAJEURS

. Cadre de vélo avec un impact CO2 50% inférieur à un cadre acier équivalent.
. Allongement de la garantie du cadre de vélo.
. Positionnement stratégique engagé avec de nouvelles offres de service en projet (SAV, maintenance, accompagnement clients).
. Structuration de la communication environnementale.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Analyse de cycle de vie simplifiée
. Éco-conception
. Stratégie
. Communication environnementale
. Transfert de compétences

**Financement**

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ADEME
AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

# LITHA

**Activité :** Fabrication et distribution de café

**Employés :** 20 collaborateurs

50 agences franchisées en France

www.litha-espresso.fr

**Rodez (12)**

## CONTEXTE INITIAL

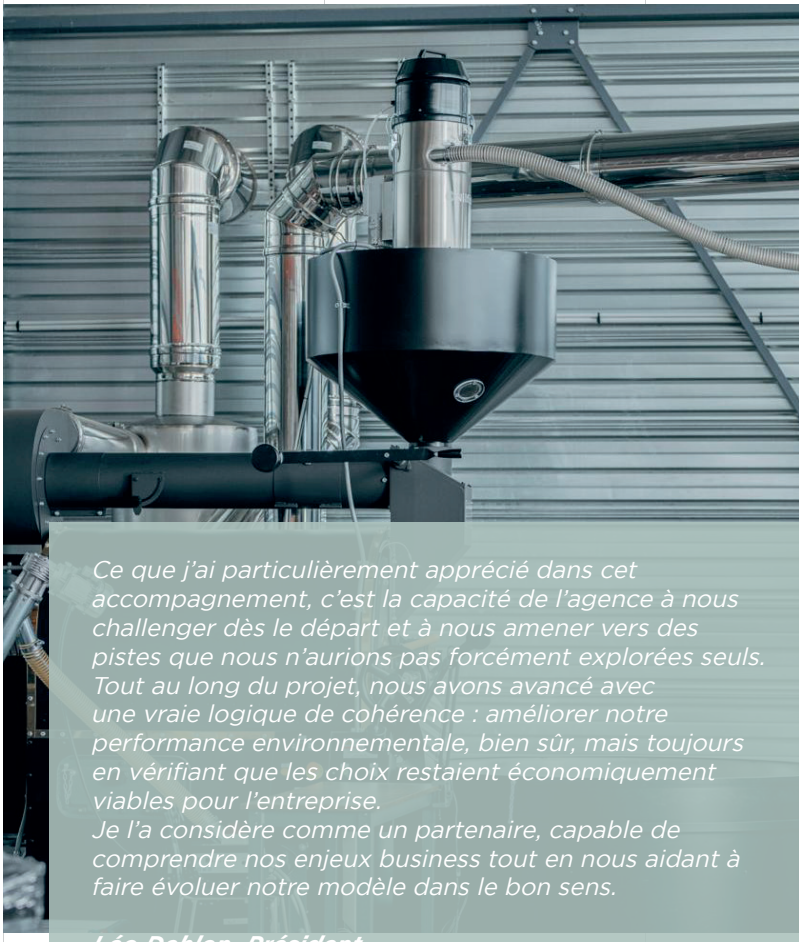
Litha Espresso souhaitait proposer un café de qualité tout en réduisant les impacts environnementaux de son activité. Accompagnée par Think+ depuis plusieurs années, l'entreprise a engagé une réflexion sur l'ensemble de sa chaîne de valeur : approvisionnement, torréfaction, emballages et fin de vie des capsules. La création d'une éco-torréfaction constituait une étape majeure pour faire évoluer son outil de production et mettre ses engagements à l'épreuve de choix techniques concrets.

## MISSION PRINCIPALE

. Concevoir une démarche d'éco-torréfaction adaptée à l'activité et aux ambitions de Litha Espresso.
. Comparer les solutions techniques et énergétiques pour réduire les impacts de la torréfaction.
. Intégrer ce projet à une stratégie d'éco-innovation couvrant l'ensemble de la chaîne de valeur du café.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Veille et comparaison des technologies de torréfaction et des solutions énergétiques disponibles.
. Identification de la technologie adaptée au projet et sourcing du fabricant.
. Visite du fabricant pour examiner la solution, son fonctionnement et ses conditions d'intégration chez Litha Espresso.
. Évaluation des bénéfices environnementaux de la solution retenue par rapport à une torréfaction au gaz.
. Accompagnement de Litha dans la structuration du projet d'éco-torréfaction et de sa démarche d'amélioration continue.



*Ce que j'ai particulièrement apprécié dans cet accompagnement, c'est la capacité de l'agence à nous challenger dès le départ et à nous amener vers des pistes que nous n'aurions pas forcément explorées seuls. Tout au long du projet, nous avons avancé avec une vraie logique de cohérence : améliorer notre performance environnementale, bien sûr, mais toujours en vérifiant que les choix restaient économiquement viables pour l'entreprise.*
*Je l'a considère comme un partenaire, capable de comprendre nos enjeux business tout en nous aidant à faire évoluer notre modèle dans le bon sens.*

***Léo Dehlon, Président***

## IMPACTS MAJEURS

. Mise en place d'une solution de torréfaction réduisant d'environ 70 % l'impact de cette étape par rapport à une torréfaction au gaz, selon l'évaluation réalisée pour le projet.
. Intégration des enjeux environnementaux dans les choix industriels de Litha Espresso.
. Articulation de l'éco-torréfaction avec les autres chantiers engagés sur les emballages, les capsules et l'approvisionnement.
. Une démarche d'éco-innovation qui se poursuit sur l'ensemble de la chaîne de valeur du café.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Stratégie d'éco-innovation
. Veille technologique et sourcing de fournisseurs
. Évaluation environnementale et analyse du cycle de vie
. Éco-conception des procédés de torréfaction
. Pilotage de projet et accompagnement à la mise en œuvre

**Financement**

# NOTOX

NOTOX

**Activité :** Conception et fabrication de planches de surf

**Employés :** 6 collaborateurs

www.notoxsurf.com

**Anglet (64)**




## CONTEXTE INITIAL

Engagée depuis plusieurs années dans l'éco-conception de ses planches de surf, NOTOX souhaitait comparer la performance environnementale de ses différentes technologies sur une base commune. L'entreprise a ensuite étudié un nouveau scénario de production pour sa planche en liège KORKO, afin d'évaluer ses conséquences environnementales avant d'accompagner son développement à l'international.

## MISSION PRINCIPALE

. Comparer les impacts environnementaux des technologies de planches développées par NOTOX.
. Identifier les choix de matériaux et de fabrication les plus déterminants.
. Évaluer le scénario de production de KORKO à Taïwan par rapport à une production à Anglet.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Réalisation d'ACV comparatives de différentes constructions de planches
. Analyse des principaux postes d'impact et des pistes d'amélioration.
. Actualisation de l'ACV de KORKO.
. Comparaison des scénarios de production à Anglet et à Taïwan pour éclairer la décision stratégique de NOTOX.

*On travaille avec Think+ depuis plusieurs années sur l'évaluation environnementale de nos planches, et honnêtement, la première étude en 2022 nous a un peu secoués. Dix constructions passées au crible, une unité fonctionnelle discutée ligne par ligne, chaque hypothèse justifiée. Aucun chiffre arrondi dans un sens qui aurait favorisé le marketing... une vraie leçon de transparence.*

*En 2025, on leur a confié l'ACV comparative de notre planche en liège KORKO. Ce qui en est sorti nous a menés bien plus loin qu'un simple rapport : une nouvelle stratégie de marque, tournée vers l'usage plutôt que la possession individuelle. Un vrai virage, pas toujours confortable, mais on ne l'aurait pas pris sans des données solides sous les pieds.*

*C'est exactement ce qu'on attend d'un partenaire en éco-conception. Dans un contexte réglementaire qui se durcit sérieusement sur les allégations environnementales, Think+ ne nous donne pas des arguments : il nous donne des preuves, et la lucidité qu'il faut pour savoir jusqu'où on peut aller avec. Un travail d'ingénieur, pas de communicant. Et une équipe avec qui c'est un plaisir de bosser.*

***Pierre Pomiers, Co-fondateur et CEO***

## IMPACTS MAJEURS

. Quantification des impacts de dix technologies de planches de surf.
. Une meilleure compréhension de l'influence des matériaux et des procédés sur leur performance environnementale.
. Des données comparables pour orienter l'éco-conception des futures planches.
. Une évaluation du scénario de production de KORKO à Taïwan intégrée à la réflexion stratégique de NOTOX.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Analyse du cycle de vie
. Éco-conception
. Analyse comparative de scénarios
. Aide à la décision stratégique

**Financement**

Pays Basque Euskal Herria — Communauté d'agglomération — Hirigune Elkargoa — Comunautat d'Aglomeracion

# VOLTAIRE

**Activité :** Sellerie

**Employés :** 90 en France, 230 à l'étranger

www.voltairegroup.com

**Bidart (64)**



## CONTEXTE INITIAL

Engagé dans l'éco-conception depuis 2019, le Groupe Voltaire souhaitait mieux mesurer les impacts de ses selles et intégrer cette connaissance à ses décisions de développement. La selle Millstreet a servi de premier projet d'application : concevoir un produit plus facile à réparer, tout en préservant la qualité, le confort et la performance attendus par les cavaliers.

## MISSION PRINCIPALE

. Évaluer les impacts environnementaux des selles sur l'ensemble de leur cycle de vie.
. Définir des pistes d'éco-conception applicables à la selle Millstreet.
. Donner aux équipes un outil pour intégrer la performance environnementale aux futurs développements.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Réalisation d'analyses du cycle de vie de plusieurs selles.
. Développement d'un outil d'évaluation environnementale adapté aux produits Voltaire.
. Travail sur la conception de Millstreet pour faciliter sa réparation.
. Optimisation des découpes afin de limiter les pertes de cuir.
. Formation et sensibilisation des équipes.

*L'accompagnement de Think+ nous a permis de faire de l'éco-conception un véritable outil de réflexion stratégique sur notre modèle : nos matières, nos produits, leurs usages et les modèles économiques de demain.*
*Le projet Millstreet a été un premier démonstrateur, en montrant qu'il était possible de concilier performance environnementale, innovation et viabilité économique. Aujourd'hui, cette approche nourrit plus largement notre stratégie et notre démarche de Société à Mission. Think+ continue de nous accompagner pour passer de cette ambition à des objectifs et des indicateurs concrets.*

***Géraldine Gilmas, Responsable RSE***

## IMPACTS MAJEURS

. Réduction de 26 % de l'impact environnemental de la selle Millstreet par rapport au modèle de référence.
. Conception modulaire facilitant l'ajustement, la réparation et la seconde vie de la selle.
. Développement d'un outil d'éco-conception intégré aux futurs projets du groupe.
. Une conception facilitant les interventions du service après-vente.
. Prix de l'innovation 2024 au Challenge de l'innovation Cheval Passion, décerné à Forestier pour la selle Millstreet.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Analyse du cycle de vie
. Éco-conception et réparabilité
. Stratégie d'éco-innovation
. Développement d'outils d'aide à la décision
. Formation et transfert de compétences

**Financement**

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ADEME
AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

Région Nouvelle-Aquitaine



03

# MESURE DE LA PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE

Nous vous accompagnons pour **mesurer vos impacts environnementaux, comprendre leur origine et orienter vos décisions.** Analyses du cycle de vie, bilans carbone, indicateurs et outils sur mesure permettent d'objectiver vos choix, de comparer différents scénarios et d'identifier les principaux leviers d'amélioration.

La mesure devient ainsi un outil d'aide à la décision pour faire évoluer vos produits, vos services et votre stratégie environnementale.


CHEVAL BLANC 21
WINBACK 22
CAMUS 23
BALLOT FURIN 24
SPORT NATURE 25
GROUP CLIM 26

# CHEVAL BLANC




CHÂTEAU CHEVAL BLANC

**Activité :** Viticole

**Employés :** 960 collaborateurs

www.chateau-cheval-blanc.com

**Saint Emilion (33)**

## CONTEXTE INITIAL

Dans le prolongement de sa démarche agroécologique, Château Cheval Blanc souhaitait mieux connaître l'impact environnemental de ses emballages et faire évoluer la conception de sa caisse en bois. Une première analyse du cycle de vie a permis d'établir un état des lieux. Le domaine a ensuite développé une nouvelle caisse avec ADAM Pack; Think+ a réalisé une seconde ACV avec les deux partenaires pour comparer cette solution à la caisse de référence et vérifier les bénéfices des choix de conception.

## MISSION PRINCIPALE

. Évaluer les impacts des emballages de Château Cheval Blanc.
. Comparer la nouvelle caisse en bois à la solution de référence.
. Fiabiliser les données relatives au bois et aux procédés de fabrication.
. Aider les partenaires à faire des choix d'éco-conception fondés sur les résultats des ACV.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Réalisation d'une première ACV des emballages de Château Cheval Blanc.
. Réalisation d'une seconde ACV avec ADAM Pack sur la nouvelle caisse.
. Collecte de données spécifiques auprès des fournisseurs pour affiner la modélisation du bois.
. Analyse des effets des choix de conception: approvisionnement local, acceptation des nœuds, allègement et utilisation de laine des Pyrénées.
. Comparaison des deux caisses sur l'ensemble de leur cycle de vie.

**Partenaire**

ADAM
naturellement, depuis 18

*Ce projet de packaging innovant se veut la suite naturelle d'une démarche agroécologique pour les activités agricoles du Château Cheval Blanc ; la réduction de nombreux impacts comme l'origine du bois, sa valorisation et la réduction des pertes ou l'utilisation d'un « déchet » d'élevage pour habiller nos bouteilles pendant leurs conservations chez nos clients. L'agence Think + nous a accompagné pour valoriser cette démarche à travers une ACV complète. Nous avons trouvé un partenaire de qualité pour faire émerger une démarche d'écoconception innovante et pour cela un grand merci !*

***Benjamin Gaudin, Responsable QSE***

## IMPACTS MAJEURS

. Meilleure connaissance des postes d'impact des emballages.
. Des données environnementales plus précises pour orienter la conception et les achats.
. Valorisation de ressources locales, notamment le bois et la laine des Pyrénées.
. Réduction de 10,4 % des émissions de CO2 sur le cycle de vie de la nouvelle caisse, par rapport à la caisse de référence.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Analyse du cycle de vie
. Éco-conception des emballages
. Collecte et fiabilisation de données fournisseurs
. Aide à la décision

# WINBACK

**Activité :** Dispositifs médicaux

**Employés :** 100 collaborateurs

www.winback.com/fr

**Bidart (64)**

## CONTEXTE INITIAL

À la suite d'un diagnostic éco-conception BPI France, WINBACK a souhaité approfondir sa démarche afin de mieux intégrer les enjeux environnementaux dans le développement de la future génération de son appareil Back 5. Pour objectiver ses choix de conception, l'entreprise a engagé une ACV poussée de son produit de référence, BACK 4, basée sur une collecte détaillée de données techniques et fournisseurs.

## MISSION PRINCIPALE

. Réaliser une ACV approfondie de l'appareil sur l'ensemble de son cycle de vie.
. Identifier précisément les principaux postes d'impact.
. Approfondir l'analyse des composants fortement contributeurs, dont l'électronique.
. Définir les priorités d'éco-conception pour les futures générations de produits.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Accompagnement à la collecte de données
. Analyse approfondie de l'appareil, de ses accessoires et de ses usages.
. Focus détaillé sur l'électronique et la phase d'utilisation.
. Évaluation de scénarios d'éco-conception.



*Think + nous a accompagné dans la réalisation d'un diagnostic de nos pratiques d'écoconception sur nos produits phares. Leur accompagnement nous a permis de mieux comprendre les impacts de nos produits, d'identifier les leviers d'amélioration et de hiérarchiser les actions à engager. Grâce à leur rigueur analytique et à leur présentation de solutions actionnables, nos équipes disposent désormais des connaissances nécessaires pour faire des choix d'écoconception éclairés et adaptés à notre activité.*

***Christine BUEE, Secrétaire Générale***

## IMPACTS MAJEURS

. Meilleure connaissance des impacts environnementaux du produit.
. Hiérarchisation des principaux leviers d'éco-conception pour orienter les futurs développements R&D.
. Sensibilisation et montée en compétence des équipes.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Analyse de cycle de vie approfondie
. Éco-conception

**Financement**

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ADEME
AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

# CAMUS

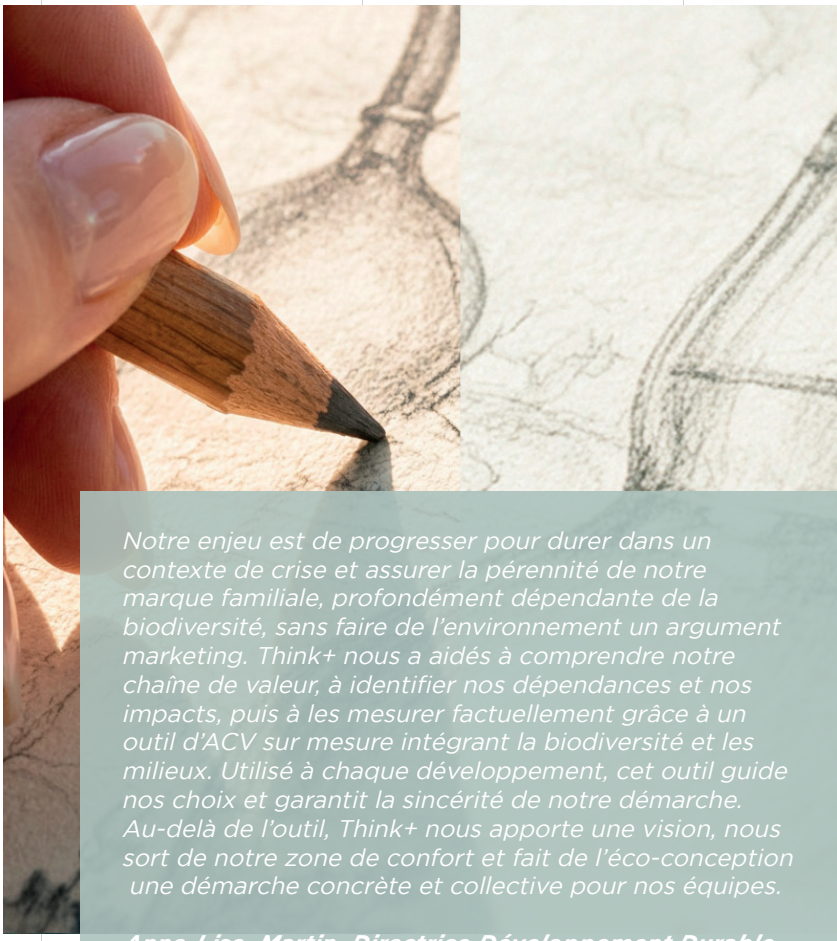
CAMUS
LA GRANDE MARQUE

**Activité :** Spiritueux

**Employés :** 150 collaborateurs

www.camus.fr

**Cognac (16)**



*Notre enjeu est de progresser pour durer dans un contexte de crise et assurer la pérennité de notre marque familiale, profondément dépendante de la biodiversité, sans faire de l'environnement un argument marketing. Think+ nous a aidés à comprendre notre chaîne de valeur, à identifier nos dépendances et nos impacts, puis à les mesurer factuellement grâce à un outil d'ACV sur mesure intégrant la biodiversité et les milieux. Utilisé à chaque développement, cet outil guide nos choix et garantit la sincérité de notre démarche. Au-delà de l'outil, Think+ nous apporte une vision, nous sort de notre zone de confort et fait de l'éco-conception une démarche concrète et collective pour nos équipes.*

***Anne-Lise Martin, Directrice Développement Durable et Qualité***

## CONTEXTE INITIAL

Après un premier travail d'éco-conception engagé avec Think+ en 2022, la Maison Camus souhaitait disposer d'un outil utilisable à chaque développement produit. Les équipes devaient pouvoir évaluer ensemble le cognac et son emballage, comparer différents choix de conception et s'appuyer davantage sur des données propres à leurs fournisseurs. Pour cette marque familiale profondément dépendante du vivant, l'outil devait aussi intégrer les enjeux de biodiversité identifiés sur sa chaîne de valeur. L'objectif : faire de la mesure un appui concret aux décisions, tout en poursuivant la stratégie d'éco-conception de l'entreprise.

## MISSION PRINCIPALE

.Faire évoluer l'outil d'éco-conception de Camus pour évaluer ensemble le cognac et son emballage.
. Intégrer des données fournisseurs plus précises et les enjeux de biodiversité.
. Permettre aux équipes de comparer leurs choix lors des développements produit.
. Actualiser la feuille de route d'éco-conception à partir des résultats.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Analyse du cycle de vie du cognac et collecte de données auprès des fournisseurs.
. Analyse des impacts et des dépendances de la chaîne de valeur vis-à-vis de la biodiversité.
. Développement d'un outil d'évaluation sur mesure intégrant le contenu et l'emballage.
. Accompagnement des équipes dans l' utilisation et dans la définition des prochaines priorités.

**Financement**

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
*Liberté Égalité Fraternité*

ADEME
AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

## IMPACTS MAJEURS

. Un outil utilisable par les équipes pour éclairer les nouveaux développements.
. Une évaluation qui prend en compte le cognac, son emballage et les enjeux de biodiversité.
. Des choix de conception fondés sur des données plus précises.
. Une feuille de route d'éco-conception nourrie par les résultats de l'outil.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Analyse du cycle de vie
. Biodiversité : impacts et dépendances
. Éco-conception des produits et des emballages
. Développement d'outils d'aide à la décision
. Stratégie environnementale et transfert de compétences

# BALLOT-FLURIN

Ballot-Flurin
abeilles santé

**Activité :** Cosmétiques biologiques et apithérapie

**Employés :** 65 collaborateurs

www.ballot-flurin.com

**Maubourget (65)**

## CONTEXTE INITIAL

Entreprise familiale spécialisée dans les cosmétiques biologiques et l'apithérapie, Ballot-Flurin s'appuie depuis sa création sur son approche d'Apiculture Douce®. Déjà engagée dans le respect du vivant et les approvisionnements locaux, elle souhaitait aller plus loin : mesurer les impacts de ses formulations, questionner certains choix établis et intégrer l'éco-conception au développement de ses produits.

## MISSION PRINCIPALE

. Définir une démarche d'éco-conception adaptée à la R&D cosmétique.
. Évaluer les impacts environnementaux des produits et des ingrédients.
. Créer un outil d'aide à la décision utilisable lors des nouveaux développements.
. Aider les équipes à concilier efficacité des produits et réduction des impacts.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Analyse stratégique d'éco-conception et ACV de produits cosmétiques.
. Développement d'une méthode d'évaluation associant données quantitatives et critères qualitatifs.
. Test de la méthode sur des projets de formulation avec l'équipe R&D.
. Identification de pistes concernant les ingrédients, les matières apicoles et les coproduits.
. Travail sur les données et les preuves nécessaires à la communication environnementale.




*Ballot-Flurin porte des convictions fortes en matière d'éco-conception et de respect du vivant depuis toujours. L'accompagnement de THINK+ nous a permis de renforcer, clarifier et objectiver nos pratiques de conception grâce à une méthode à la fois quantitative et qualitative. Elle nous a aidés à mesurer précisément ce qui relevait jusque-là de convictions, et parfois à nuancer certaines idées reçues sur ce qui est réellement le plus vertueux sur le plan environnemental. La méthode développée est aujourd'hui un véritable outil d'aide à la décision, pleinement intégré à notre processus R&D.*

***Fanny Dubois, Responsable R&D***

## IMPACTS MAJEURS

. Intégration de l'éco-conception aux décisions de la R&D.
. Création d'un outil multicritère adapté aux spécificités des produits Ballot-Flurin.
. Remise en question de certaines idées reçues grâce à la mesure des impacts.
. Identification de pistes de formulation valorisant les matières apicoles et limitant le recours aux ingrédients les plus impactants.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Éco-conception cosmétique
. Analyse du cycle de vie
. Développement d'outils d'aide à la décision
. Stratégie d'éco-innovation
. Communication environnementale
. Transfert de compétences

**Financement**

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ADEME
AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

# SPORT NATURE

**Activité :** Conception et fabrication d'équipements sportifs pour clubs et collectivités

**Employés :** 50 collaborateurs

www.sport-nature.com

**Beignon (56)**



*Non seulement les travaux menés avec Think+ nous ont permis de prendre conscience de notre impact mais ils ont aussi poussé les équipes de Sport Nature à faire preuve de plus d'imagination et à dynamiser notre démarche d'innovation produit.*

***Sebastien Guitton, Président***

## CONTEXTE INITIAL

Avec l'arrivée de Sébastien Guitton à la direction de l'entreprise et le soutien d'UI Investissement, Sport Nature a engagé en 2025 une nouvelle phase de développement conciliant croissance, engagement sociétal et maîtrise de son impact environnemental. Dans ce contexte de transformation, l'entreprise a souhaité mieux comprendre et piloter l'impact de ses activités. La réalisation d'un bilan carbone constitue une première étape pour évaluer les émissions de gaz à effet de serre et définir une trajectoire cohérente avec ses ambitions de développement.

## MISSION PRINCIPALE

Structurer la démarche de performance environnementale intégrée à la stratégie de développement de l'entreprise, en mesurant son impact carbone, puis en identifiant les principaux leviers de réduction des émissions.
Objectif : déployer des actions concrètes mesurables et réalisables permettant de concilier le développement économique et la performance environnementale.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Réalisation d'un bilan carbone pour définir un état des lieux des émissions de gaz à effet de serre.
. Identification des principaux postes d'émission.
. Définition d'indicateurs extra-financiers permettant d'aligner la performance environnementale avec les ambitions de l'entreprise.
. Renforcement de la collaboration avec les fournisseurs stratégiques pour réduire l'empreinte carbone des approvisionnements.
. Construction d'une feuille de route 2025-2029 pour engager la décarbonation dans une logique d'amélioration continue.

## IMPACTS MAJEURS

. Acculturation des équipes à la démarche (ateliers d'intelligence collective).
. Connaissance des impacts des matières premières majeures (acier, aluminium, inox) et identification d'alternatives.
. Amélioration des prestations de services & sous-traitance de fabrication pour optimiser les process.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Bilan carbone
. Stratégie de décarbonation
. Mesure de la performance environnementale
. Créativité / animation

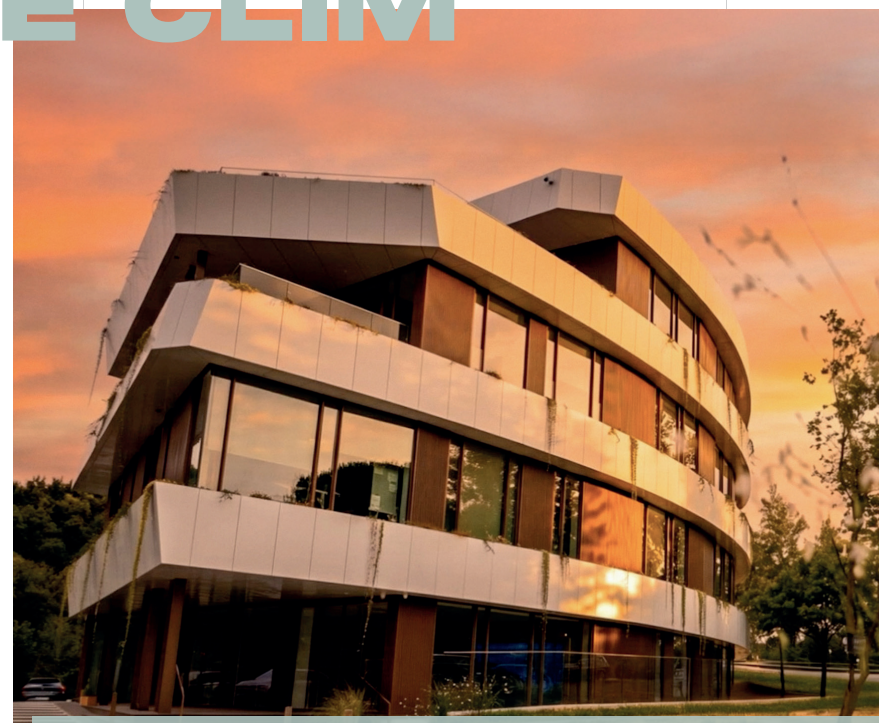
**Financement**

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ADEME
AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

bpifrance
SERVIR L'AVENIR

# GROUPE CLIM



groupe clim

**Activité :** Distribution automobile et carrosserie

**Employés :** 65 collaborateurs

www.groupe-clim.com

**Bayonne (64)**

## CONTEXTE INITIAL

Dans le cadre de sa stratégie environnementale, le groupe climsouhaitait mieux connaître les émissions liées à ses activités et définir une trajectoire de réduction adaptée à ses différents établissements. Après un premier travail stratégique avec Think+, le bilan carbone constituait une étape pour disposer d'une base commune, mobiliser les équipes et orienter les prochaines décisions du groupe

.

## MISSION PRINCIPALE

. Mesurer les émissions de gaz à effet de serre des activités du groupe.
. Identifier les principaux postes d'émission et les leviers de réduction.
. Définir une trajectoire bas carbone et une feuille de route opérationnelle.
. Donner aux équipes les moyens de suivre la démarche dans le temps.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Réalisation des bilans carbone de deux entités pilotes.
. Estimation de l'empreinte carbone à l'échelle du groupe.
. Identification des postes prioritaires et élaboration d'un plan d'actions.
. Accompagnement des équipes dans le suivi des données et des indicateurs.

*Cet accompagnement a été particulièrement structurant pour le groupe clim, en nous permettant de prendre du recul, de poser un cadre et de mieux formaliser notre démarche RSE. Nous retenons notamment la méthodologie proposée et la richesse des échanges, qui nous ont permis de faire émerger une vision partagée, mais aussi de nous interroger plus largement sur les orientations et la stratégie du Groupe pour les années à venir.*

***Idoia Indaburu, Adjointe de Direction Opérationnelle***

## IMPACTS MAJEURS

. Une vision consolidée des émissions du groupe clim pour éclairer ses décisions.
. Une trajectoire de décarbonation et des priorités d'action définies à l'échelle du groupe.
. Des équipes mieux outillées pour suivre les progrès réalisés.
. Une démarche environnementale élargie à la biodiversité, avec une étude menée dans l'une des concessions du groupe.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Stratégie RSE et environnementale
. Bilan carbone et comptabilité des émissions de GES
. Trajectoire de décarbonation et plan d'actions
. Animation d'ateliers et mobilisation des équipes
. Définition d'indicateurs et transfert de compétences

**Financement**

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ADEME
AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

bpifrance
SERVIR L'AVENIR



# 04

# BIODIVERSITÉ & ENJEUX DU VIVANT

Intégrer les enjeux de biodiversité dans votre stratégie d'entreprise, dans vos produits ou services et tout au long de la chaîne de valeur est un réel défi. Nous vous aidons à mieux identifier vos impacts sur les écosystèmes et vos dépendances du vivant afin de mieux maîtriser les risques des prochaines années. Nous repensons vos activités en prenant en compte la biodiversité.

# PTWE

PREMIER TECH

**Groupe :** Premier Tech Eau et Environnement

**Activité :** Concepteur et fabricant de solutions de traitement des eaux usées non collectif et de récupérateurs d'eau de pluie

**Employés :** 1500 collaborateurs

www.premiertechaqua.com/fr-fr

**Rivière du Loup (Canada) et Châteauneuf-d'Ille-et-Vilaine (35)**

## CONTEXTE INITIAL

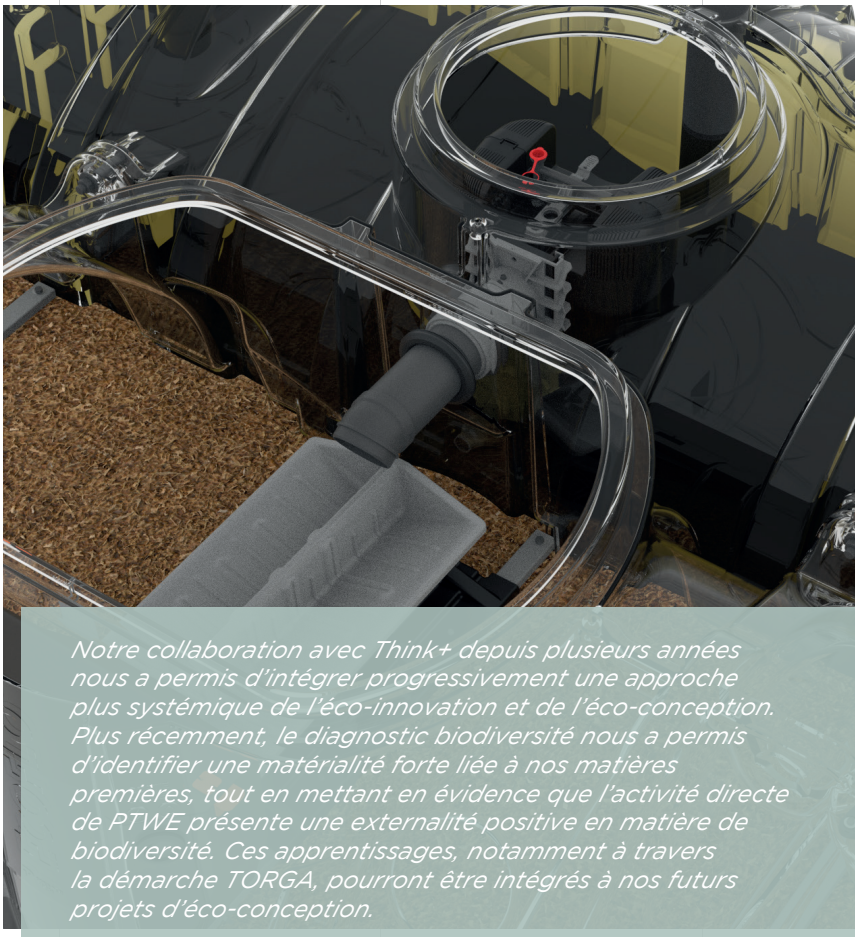
Premier Tech Eau et Environnement (PTWE) conçoit et commercialise des systèmes de traitement des eaux non collectifs. Engagée par nature dans une activité à externalité positive pour l'environnement, l'entreprise a souhaité réaliser des études supplémentaires pour intégrer l'éco-conception et la biodiversité dans ses pratiques.

## MISSION PRINCIPALE

. Identifier les impacts et les dépendances tout au long de la chaîne de valeur.
. Limiter les risques, notamment liés aux matières biosourcées.
. Intégrer les enjeux de biodiversité dans les produits de PTWE et leurs développements futurs.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Identification des impacts de PTWE sur la biodiversité.
. Analyse des risques liés aux enjeux du vivant (notamment réglementaires).
. Co-création du plan d'action.



*Notre collaboration avec Think+ depuis plusieurs années nous a permis d'intégrer progressivement une approche plus systémique de l'éco-innovation et de l'éco-conception. Plus récemment, le diagnostic biodiversité nous a permis d'identifier une matérialité forte liée à nos matières premières, tout en mettant en évidence que l'activité directe de PTWE présente une externalité positive en matière de biodiversité. Ces apprentissages, notamment à travers la démarche TORGA, pourront être intégrés à nos futurs projets d'éco-conception.*

*Cette vision holistique constitue un levier pour développer des solutions de "Good Design" : des solutions intelligentes et performantes qui remplissent leur fonction tout en réduisant leur empreinte environnementale.*
*La capacité de l'équipe Think+ à nous accompagner, à vulgariser des concepts parfois complexes et à adapter les méthodes à nos réalités a grandement contribué à accélérer l'appropriation de l'éco-conception par nos équipes d'IR&D et notre leadership.*

***Colin Côté, Expert design industriel, Amérique du Nord***

## IMPACTS MAJEURS

. Intégration d'une réflexion autour de l'innovation produit pour introduire des écosystèmes favorables à la biodiversité et limiter l'impact.
. Identification des pays et des matières premières à risque pour la biodiversité.
. Formation de l'équipe (en France et au Québec).

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Expertise biodiversité
. Transfert de compétences
. Stratégie d'éco-innovation

**Financement**

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
*Liberté Égalité Fraternité*

ADEME
AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

BIODIVERSITÉ

# MAIF

**Activité :** Assurance

**Employés :** 9 000 collaborateurs

www.maif.fr

**Niort (79)**

## CONTEXTE INITIAL

Fortement engagée dans une démarche environnementale, la MAIF a participé à l'opération pilote Entreprises et Biodiversité en Nouvelle-Aquitaine. La DIMG (Direction Immobilière Moyens Généraux) a ainsi souhaité intégrer des enjeux de biodiversité dans ses activités.

## MISSION PRINCIPALE

. Identifier les impacts de la MAIF et de la DIMG sur la biodiversité.
. Identifier les dépendances de l'activité au vivant
. Identifier les risques pour l'entreprise (d'image, réglementaires)
. Mettre en place des actions pour améliorer la prise en compte de la biodiversité.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Analyse des impacts et des dépendances.
. Sensibilisation des équipes.
. Atelier de création d'une feuille de route.
. Entretiens avec les différents métiers de la DIMG.




*Think+ a permis à la Direction Immobilière de passer de l'ambition à l'action en co-construisant une stratégie biodiversité et une feuille de route opérationnelle, au service du vivant et pour ses différentes implantations.*

***Marion CHOMEL, Responsable du Service Entretien des Environnements de Travail, Direction de l'Immobilier et des Moyens***

## IMPACTS MAJEURS

. Identification des actions pour chaque métier de la DIMG.
. Feuille de route sous la forme d'un scoring biodiversité.
. Réflexions autour de la désimperméabilisation.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Expertise biodiversité
. Alignement stratégique
. Transfert de compétences

**Financement**

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ADEME
AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

Région Nouvelle-Aquitaine

OFB
OFFICE FRANÇAIS DE LA BIODIVERSITÉ



05

# COMMUNICATION RESPONSABLE

Nous vous accompagnons dans la valorisation des démarches environnementales sites ou produits. Nous mettons à disposition notre expérience franco-canadienne afin d'orienter au mieux votre entreprise dans la communication de ses avantages concurrentiels


TECHNIMA 31
BUT 32
DANIEL MOQUET 33
SOKOA 34

# TECHNIMA



**Activité :** Fabrications de peintures de marquage et produits techniques en aérosol

**Employés :** 103 collaborateurs (en France)

www.technimafrance.com/fr

**Nersac (16)**

## CONTEXTE INITIAL

Technima avait engagé plusieurs démarches sur le climat, l'éco-conception et la RSE. L'entreprise souhaitait les réunir dans un rapport d'engagement capable de présenter clairement sa trajectoire, ses actions et les résultats obtenus. L'enjeu était de donner une cohérence à ces sujets, tout en disposant d'un support utile aux équipes et compréhensible pour ses parties prenantes.

## MISSION PRINCIPALE

. Définir la structure et la ligne éditoriale du rapport d'engagement.
. Relier les engagements de Technima à ses actions et à leurs résultats.
. Accompagner les équipes dans la rédaction de contenus clairs et étayés.
. Produire un support de référence pour présenter la démarche de l'entreprise.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Analyse des démarches, données et contenus déjà disponibles.
. Construction de l'architecture du rapport et définition des messages clés.
. Accompagnement à la rédaction et à la mise en cohérence des différentes parties.
. Relecture des affirmations environnementales pour préciser leur périmètre et les preuves associées.

*Vincent et l'équipe Think+ ont accompagné Technima France dans la création de son premier rapport volontaire de durabilité. Grâce à Think+ nous avons pu formaliser un rapport qui scelle une cohérence entre nos différentes initiatives, et les valoriser avec humilité et transparence. Outre leur expertise sur le fond, nous avons particulièrement apprécié la disponibilité et la réactivité de l'accompagnement. Merci à toute l'équipe !*

***Hortense BLAZSIN, Responsable de la Communication Groupe***

## IMPACTS MAJEURS

. Une vision d'ensemble plus lisible de la démarche RSE et environnementale de Technima.
. Des engagements reliés à des actions, des indicateurs et des exemples concrets.
. Un premier rapport d'engagement constituant une référence commune pour les équipes.
. Une base pour faire évoluer la communication de Technima au rythme de ses progrès.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Stratégie RSE et environnementale
. Communication environnementale
. Structuration éditoriale et rédaction
. Analyse des données et des preuves
. Accompagnement des équipes

**Financement**

Région Nouvelle-Aquitaine

# BUT

**Activité :** Distribution spécialisée d'équipement de la maison

**Employés :** 9000 collaborateurs (en France)

www.but.fr

## CONTEXTE INITIAL

Depuis 2022, le Groupe BUT est accompagné par Think+ pour intégrer progressivement l'éco-conception dans ses pratiques. L'enjeu est d'outiller et de former les équipes et les fournisseurs pour orienter les choix sur les produits, tout en éclairant les risques et le coût de l'inaction pour l'entreprise. Cet accompagnement a notamment contribué à la création du label « Habitons mieux », en associant une démarche de scoring produit à une communication environnementale compréhensible et étayée.

## MISSION PRINCIPALE

. Structurer et déployer la démarche d'éco-conception au sein du groupe et auprès de ses fournisseurs.
. Accompagner la création du label « Habitons mieux » et de sa méthodologie de scoring produit.
. Former les équipes et les fournisseurs pour intégrer les critères environnementaux à leurs pratiques.
. Éclairer les décisions en tenant compte des risques et du coût de l'inaction.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Accompagnement méthodologique à la structuration de la démarche d'éco-conception.
. Contribution à la définition des critères et de la méthode de scoring du label « Habitons mieux ».
. Formation des équipes et des fournisseurs à l'éco-conception et à l'appropriation des critères d'évaluation.
. Travail sur les risques et le coût de l'inaction pour alimenter la réflexion stratégique.
. Accompagnement à la construction d'une communication environnementale fondée sur des informations précises et vérifiables.




*Depuis 2022, l'agence nous accompagne dans notre démarche d'éco-conception, et je dirais que leur rôle a vraiment été déterminant pour nous aider à passer de l'intention à l'action.*

*Ils ont su nous accompagner de manière très concrète, en prenant en compte notre niveau de maturité et nos contraintes, tout en nous apportant leur expertise scientifique. Leur vraie force, c'est cette capacité à rendre des sujets parfois complexes et très techniques simples, compréhensibles et surtout directement utilisables par nos équipes pour orienter nos décisions.*

*Et au-delà de l'expertise, c'est la dimension humaine qui a beaucoup compté pour nous : une équipe disponible, à l'écoute, avec qui une vraie relation de confiance s'est construite au fil des années. Cet accompagnement nous a permis de faire progressivement de l'éco-conception une démarche concrète, partagée et intégrée au sein du Groupe.*

***Brondon Tchienkoua, Responsable Performance RSE & Innovation Durable. Groupe BUT-CONFORAMA***

## IMPACTS MAJEURS

. Création du label « Habitons mieux » pour valoriser les engagements des produits selon des critères définis.
. Intégration progressive de l'éco-conception dans les pratiques et les décisions du groupe.
. Développement d'un socle commun de connaissances pour les équipes et les fournisseurs.
. Meilleure compréhension des risques et du coût de l'inaction pour orienter les priorités.
. Renforcement de la cohérence entre l'évaluation des produits et leur communication auprès des clients.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Éco-conception
. Stratégie environnementale et coût de l'inaction
. Méthodologie de scoring produit
. Communication environnementale
. Formation et transfert de compétences

# DANIEL MOQUET



*Grâce à cet accompagnement sur-mesure de Think+, nous avons pu mesurer l'impact environnemental de nos produits, établir des pistes de réduction. Nous avons ainsi pu créer un système de notation environnementale de nos solutions qui nous permet de sensibiliser les clients dans la phase commerciale de l'impact des différentes solutions. C'est notre devoir de le faire !*

***Pauline Moquet, directrice générale***

**Activité :** Aménagement des allées de maisons individuelles

**Employés :** 2450 collaborateurs

www.daniel-moquet.com

**Mayenne (53)**

## CONTEXTE INITIAL

Daniel Moquet souhaite mieux prendre en compte les impacts environnementaux et sociaux de ses solutions d'aménagement d'allées et pouvoir intégrer ces enjeux dans le choix des solutions proposées à ses clients.

## MISSION PRINCIPALE

Accompagner Daniel Moquet dans l'évaluation environnementale de ses solutions et dans la construction d'un indice d'impact permettant de comparer les différentes solutions proposées et d'intégrer les enjeux environnementaux et sociaux dans la décision.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Réalisation d'analyses de cycle de vie simplifiées des différentes solutions.
. Sélection et intégration d'indicateurs environnementaux complémentaires (biodiversité, ressources, pénibilité des chantiers).
. Construction d'une méthodologie commune permettant de comparer les solutions.
. Création du DM Score, avec une classification de A à D.
. Intégration de la dimension d'approvisionnement local dans l'évaluation.

## IMPACTS MAJEURS

. Objectiver les impacts des solutions Daniel Moquet et rendre ces informations accessibles et utilisables dans les choix de conception et d'achat.
. Le DM Score permet désormais de comparer les différentes solutions selon une méthodologie commune et d'intégrer des critères environnementaux et sociaux complémentaires à l'ACV. La démarche permet également de valoriser l'approvisionnement local lorsque celui-ci contribue à réduire l'impact de la solution.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Éco-conception
. Analyse de cycle de vie
. Communication environnementale

**Financement**

# SOKOA

**Activité :** conception et fabrication de sièges pour les espaces de travail et les collectivités

**Employés :** 270 collaborateurs

www.sokoa.fr

**Hendaye (64)**

## CONTEXTE INITIAL

Engagée de longue date dans l'éco-conception de ses sièges, SOKOA souhaitait faire de l'évaluation environnementale un outil utilisable au quotidien par ses équipes. Au-delà de la mesure des impacts, l'enjeu était de disposer d'informations comparables pour orienter les choix de conception, puis de les rendre accessibles aux clients dans les supports produits.

## MISSION PRINCIPALE

. Consolider la méthode d'évaluation environnementale des sièges.
. Faire évoluer l'outil interne d'ACV et d'aide à l'éco-conception.
. Définir des indicateurs lisibles et utiles à la comparaison des produits.
. Traduire les résultats en fiches environnementales intégrées aux supports produits.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Accompagnement méthodologique pour les ACV simplifiées et le calcul des indicateurs.
. Évolution de l'outil interne et de la restitution des résultats pour faciliter son utilisation par les équipes.
. Travail sur les données fournisseurs, les hypothèses et les indicateurs, dont l'indice de localité.
. Structuration des fiches environnementales présentant les résultats à l'échelle des produits.
. Accompagnement de SOKOA dans la présentation des indicateurs et de leur méthode de calcul.

**Financement**

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ADEME
AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE



*Nous avons sollicité Think+ en 2023 pour nous aider à structurer notre démarche d'éco-conception. Grâce à l'excellent travail de toute l'équipe, nous disposons maintenant d'un outil performant pour évaluer les impacts environnementaux de nos produits. Nous les communiquons à nos clients qui peuvent dès lors s'orienter, s'ils le souhaitent, vers des achats plus responsables.*

***Claude Duplantier, Responsable BE***

## IMPACTS MAJEURS

. Un outil interne qui permet à SOKOA d'évaluer les impacts de ses sièges et d'appuyer les décisions de conception.
. Des résultats présentés sous une forme comparable et exploitable par les équipes.
. Des fiches environnementales accessibles aux clients pour éclairer leurs choix de produits.
. Une communication fondée sur des indicateurs expliqués, avec un périmètre de comparaison clairement défini.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Analyse du cycle de vie et éco-conception
. Développement d'outils d'aide à la décision
. Structuration et fiabilisation des données
. Communication environnementale
. Transfert de compétences

# 06

# FORMATIONS & TRANSFERT DE COMPÉTENCES

Nous développons des ateliers et des modules de formation sur-mesure. Nous accompagnons les entreprises ou organismes à acquérir les notions de base de l'éco-innovation au travers d'exemples pratiques vécus par l'agence.



MASTERCLASS — ECO—INNOVATION 36
FORMATION BIODIVERSITÉ SOLTENA 37

# MASTERCLASS ECO-INNOVATION




Pays Basque Euskal Herria
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION – HIRIGUNE ELKARGOA – COMUNAUTAT D'AGLOMERACION

**Masterclass innovation responsable – Pays basque**

**Pilote :** Communauté d'Agglomération Pays Basque

Programme d'accompagnement sur 3 jours

## CONTEXTE INITIAL

Dans le cadre du programme Territoires d'Industrie Pays Basque, la CAPB souhaitait aider les entreprises du territoire à intégrer les enjeux environnementaux dans leurs décisions et leurs projets d'innovation. Think+ a conçu une masterclass pour leur donner des méthodes applicables à leurs activités, favoriser les échanges entre participants et les aider à passer d'actions ponctuelles à une démarche d'éco-conception structurée.

## MISSION PRINCIPALE

. Faire comprendre les enjeux et les principes de l'éco-conception et de l'éco-innovation.
. Donner aux participants des méthodes pour analyser leurs produits et leurs activités sur l'ensemble du cycle de vie.
. Les aider à identifier des pistes d'amélioration et à construire leurs premières priorités d'action.
. Renforcer leur autonomie pour poursuivre la démarche dans leur entreprise.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Conception et animation d'un parcours de formation de trois jours.
. Apports méthodologiques sur l'éco-conception, l'analyse du cycle de vie et l'innovation responsable.
. Exercices et ateliers appliqués aux activités des entreprises participantes.
. Travail collectif sur l'identification des impacts, l'exploration de solutions et la priorisation des actions.
. Sensibilisation à la communication environnementale et à l'importance des preuves.

*Déjà très engagés dans notre démarche RSE et sensibilisés aux achats responsables, nous avions réalisé des actions ciblées mais isolées (bilan carbone, packagings, approvisionnements locaux et en circuit court, déchets et énergies…), mais il nous manquait une méthode permettant de connecter l'ensemble. La masterclass et l'accompagnement de Think+ nous ont permis de changer notre point de vue afin de regarder le cycle de vie de chaque produit fini dans sa globalité, en intégrant les modes de production, de stockage, la logistique ou encore les pertes. Cela nous a donné une grille de lecture permettant de faire des arbitrages et de prioriser nos efforts sur les leviers à plus fort impact.*

***Isabelle Capandeguy, Responsable Achats, RSE, Sécurité***

DEPUIS 1895 PARIÈS GOURMANDISES BASQUES

## IMPACTS MAJEURS

. Plus de 50 participants sensibilisés et formés à une approche fondée sur le cycle de vie.
. Une meilleure compréhension des impacts liés aux produits, aux achats, à la production et à la logistique.
. Des premières pistes d'éco-innovation identifiées à partir de situations réelles.
. Une méthode pour hiérarchiser les actions et poursuivre le travail au sein des entreprises.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Formation et animation collective
. Éco-conception et analyse du cycle de vie
. Stratégie d'éco-innovation
. Communication environnementale

# FORMATION BIODIVERSITÉ



**Formation « Référent biodiversité en entreprise »**

**Pilote :** Soltena

Programme de formation sur 2 jours

**Nombre de participants formés :** 50 personnes

## CONTEXTE INITIAL

La prise en compte de la biodiversité en entreprise est aujourd'hui peu connue et mal comprise. Afin de faire monter en compétence des référents (responsables RSE, équipe RSE, formateurs...). Soltena a imaginé une formation spécifiquement sur le sujet.

## MISSION PRINCIPALE

. Intervenir sur la formation pour donner la compréhension du sujet de la biodiversité à travers la chaîne de valeur des entreprises.
. Ajouter des notions, hors du foncier, sur l'impact des entreprises sur la biodiversité.
. Faire prendre conscience des risques liés à la dépendance des entreprises.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Préparation et animation des séquences confiées à Think+ dans la formation « Référent biodiversité en entreprise ».
. Présentation des impacts et des dépendances des entreprises vis-à-vis du vivant, sur l'ensemble de leur chaîne de valeur.
. Mise en perspective des enjeux de biodiversité au-delà de la seule gestion du foncier.
. Échanges avec les participants sur les risques, les opportunités et les premières pistes d'intégration de la biodiversité dans leur stratégie.

*L'intervention de Think+ permet d'ajouter une pierre essentielle afin que les entreprises aient une compréhension plus large des enjeux liés à la biodiversité et puissent repenser leur stratégie environnementale !*

***Romain Clos, Chargé de Projet Biodiversité, Soltena***

## IMPACTS MAJEURS

. Montée en compétences des référents sur les enjeux biodiversité en entreprise.
. Élargissement de la vision de la biodiversité, du foncier à l'ensemble de la chaîne de valeur.
. Meilleure compréhension des impacts, dépendances, risques et opportunités liés à la biodiversité.
. Capaciter à intégrer progressivement la biodiversité dans la stratégie d'entreprise.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Stratégie biodiversité
. Formation et sensibilisation

07

# ETUDES & PROGRAMMES D'ACTIONS COLLECTIVES

Certains enjeux environnementaux se traitent à l'échelle d'une filière ou d'un territoire. Nous réunissons les acteurs concernés pour partager un diagnostic, étudier de nouvelles solutions et construire des actions adaptées à leurs réalités. De l'étude initiale à l'animation d'un programme collectif, nous apportons des méthodes, des données et un cadre de coopération pour faire avancer les projets.


ÉTUDE REVICUIR 39
ECOPRODDUIRE 40
OPÉRATION PÔLE BIODIVERSITÉ / THÉMATIQUE TERRITORIALE 41
OCEAN FIFTY 42

# ÉTUDE REVICUIR

reso CUIR & TEXTILE NOUVELLE-AQUITAINE

**Resocuir – Projet revicuir**

**Activité :** Filière cuir

**Territoire :** Nouvelle-Aquitaine

**Projet :** Etude d'une filière de valorisation des chutes de cuir

**Partenaires de l'étude :** Soltena

## CONTEXTE INITIAL

Les entreprises de la filière cuir génèrent des chutes de production pour lesquelles les solutions de valorisation restent limitées. Avec ReviCUIR, ResoCUIR souhaitait mieux connaître les volumes et la nature de ces chutes en Nouvelle-Aquitaine, puis étudier les conditions de création d'une filière régionale de recyclage à l'échelle industrielle.

## MISSION PRINCIPALE

. Caractériser le gisement de chutes de cuir et les pratiques des entreprises.
. Identifier les solutions de valorisation existantes ou émergentes.
. Comparer leur pertinence technique, économique et environnementale.
. Définir les conditions nécessaires au développement d'une filière régionale.

## ACTIONS ENGAGÉES

. Enquêtes et visites auprès des entreprises.
. Caractérisation et cartographie du gisement régional.
. Benchmark des solutions de valorisation en France et à l'international.
. Analyse technique, économique et environnementale des solutions.
. Réalisation d'une infographie synthèse de l'étude.



*L'accompagnement de Think + nous a permis de poser et de clarifier les fondamentaux indispensables à une analyse pertinente du sujet, en vue d'évaluer, dans un second temps, le potentiel de valorisation de ces matières. Cette première étape a constitué un socle solide pour la suite des travaux. Il reste désormais à approfondir les recherches afin d'identifier et de qualifier les pistes de valorisation les plus prometteuses.*

***Caroline Sun, Cheffe de projet ReviCUIR***

## IMPACTS MAJEURS

. Une meilleure connaissance des chutes de cuir disponibles et des pratiques de gestion de la filière.
. Des solutions de valorisation identifiées et comparées sur une base commune.
. Une piste présentant un potentiel de développement industriel sélectionnée pour être approfondie.
. Des conditions de réussite définies pour préparer la création d'une filière régionale.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Étude de filière et économie circulaire
. Caractérisation de gisement
. Veille sur les solutions de recyclage
. Analyse technico-économique et environnementale
. Animation et concertation des acteurs

**Financement**

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ADEME
AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

# ECOPRODDUIRE TERRITOIRE

**Programme Ecoprodduire**

Engager une démarche d'éco-conception

**Périmètre :** Pays de La Loire

**Pilote :** CCI de Maine et Loire

Programme d'accompagnement de 15 mois

**Nombre d'entreprises par promotion :**

5 à 10 entreprises

**Nombre d'entreprises accompagnées :**

63 entreprises

## CONTEXTE INITIAL

L'agence a été retenue en 2019 par la CCI de Maine et Loire, avec le soutien financier de l'ADEME, pour intervenir en tant qu'expert au sein du programme Ecoprodduire. Ce dispositif accompagne les entreprises des Pays de la Loire dans l'intégration de l'éco-conception à leur démarche stratégique et opérationnelle, à travers un parcours de 15,5 jours sur 15 mois combinant conseils individuels et ateliers collectifs.

Depuis le début du programme, nous avons accompagné 63 entreprises, sur l'ensemble des étapes de la démarche : diagnostic, formation, évaluation environnementale, construction de plans d'action et communication environnementale.

Cette mission s'inscrit dans la durée, avec 8 promotions que nous avons suivi depuis 2019.

## MISSION PRINCIPALE

. Accompagner une démarche complète d'éco-conception sur un produit ou un service réel.
. Former les référents à l'analyse du cycle de vie à travers le logiciel Ecodesign Studio.
. Construire un plan d'actions chiffré et opérationnel.
. Rendre l'entreprise autonome pour reproduire la démarche.
. Sécuriser une communication environnementale fiable.
. Créer une dynamique d'échange entre entreprises de la région.
. Valoriser les démarches engagées (fiche de synthèse, vidéo).
. Jouer un rôle d'animateur de la démarche, pour maintenir la mobilisation des entreprises sur 15 mois.



*Partenaire du programme ECOPRODDUIRE depuis 2019, Think + a accompagné 8 promotions réunissant des entreprises aux profils et niveaux de maturité variés. Son approche pédagogique au plus près des entreprises et son expertise technique ont été autant appréciées qu'elles ont permis aux 62 entreprises de se former, de partager et d'intégrer durablement l'écoconception au cœur de leurs pratiques.*

***Juliette Astoul - Chef de projets Economie Circulaire Ecoconception - RSE***

## ACTIONS ENGAGÉES

. Enquêtes et visites auprès des entreprises
. Caractérisation et cartographie du gisement régional.
. Benchmark des solutions de valorisation en France et à l'international.
. Analyse technique, économique et environnementale des solutions.
. Réalisation d'une infographie synthèse de l'étude.

## IMPACTS MAJEURS

. Depuis 2019 – 63 entreprises accompagnées
. Réalisation de plus de 100 analyses du cycle de vie simplifiées réalisées par les référents.
. Près de 300 personnes sensibilisées à l'éco-conception.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Éco-conception
. Analyse de cycle de vie
. Intelligence collective
. Animation collective
. Stratégie d'éco-conception
. Mobilisation

**Financement**

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
*Liberté Égalité Fraternité*

ADEME
AGENCE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

# OPÉRATION PILOTE BIODIVERSITÉ



**Opération pilote « Entreprises et Biodiversité : un duo florissant »**

**Périmètre :** Nouvelle-Aquitaine

**Pilote :** Soltena, ARB (Agence Régionale de la Biodiversité Nouvelle-Aquitaine)

**Partenaires financeurs : Région Nouvelle-Aquitaine**

Programme d'accompagnement de 18 mois

**Nombre d'entreprises :** 9

## CONTEXTE INITIAL

Face à la complexité des liens entre activités économiques et biodiversité, Soltena a souhaité expérimenter une méthode collective pour intégrer les enjeux de biodiversité dans la stratégie des entreprises de différents secteurs, permettant aux entreprises de mieux comprendre leurs impacts, leurs dépendances aux services écosystémiques et leurs leviers d'action. L'Agence Think+ a participé en tant qu'expert à l'opération pilote.

## ACTIONS ENGAGÉES

**DISCAC :**

. Sourcing bois engagé avec label FSC / PEFC.
. Éco-conception des futures gammes.
. Formation et sensibilisation.

**AQUALANDE :**

. Co-création de la feuille de route biodiversité.
. Parcours de visite biodiversité d'une pisciculture.
. Renforcement politique eau et alimentation.

**MAIF :**

. Analyse des impacts et des dépendances.
. Sensibilisation des équipes.
. Atelier de création d'une feuille de route.
. Entretiens avec les différents métiers de la Direction de l'Immobilier et des Moyens Généraux.

*L'implication de Think+ a été décisive dans la réussite de l'opération pilote « Entreprise et biodiversité », qui a été déployée entre 2022 et 2024 par Soltena et l'ARB NA, avec le soutien de la Région Nouvelle-Aquitaine. L'accompagnement proposé par l'agence a permis aux entreprises d'identifier et de comprendre leurs enjeux de biodiversité, et ainsi de pouvoir agir en conséquence.*

***Nicolas LIGNIE, Chargé de mission «Biodiversité & Entreprises», ARB Nouvelle-Aquitaine***

**ARAMIS :**

. Intégration de la biodiversité à la feuille de route RSE du groupe.
. Définition d'un site pilote pour expérimenter les actions de renaturation.
. Création d'une charte et d'un catalogue d'actions destiné à être répliqué sur les autres sites du groupe.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Animation d'actions collectives
. Stratégie biodiversité
. Diagnostic impacts et dépendances
. Transfert de compétences

**Financement**

# OCEAN FIFTY

**Activité :** Association des armateurs et skippers de trimaran de course au large de 15 m

www.oceanfiftyseries.com

**Lorient (56)**

**Partenaires financeurs : BPI France/ ADEME**

## CONTEXTE INITIAL

La Classe Ocean Fifty a sollicité l'agence Think+ pour définir une feuille de route collective de décarbonation, permettant de fédérer l'ensemble des acteurs de la Classe autour d'une trajectoire commune de réduction des émissions.

Dans ce cadre, l'agence a accompagné les équipes sportives volontaires dans la mesure de leurs impacts environnementaux avant de fédérer l'ensemble des acteurs de la Classe autour d'un plan d'actions collectif visant à réduire l'empreinte environnementale du circuit sportif et à engager une transition à long terme.

## MISSION PRINCIPALE

. Calculer les impacts environnementaux des équipes sportives incluant les conceptions et les fabrications des bateaux de course au large et la vie logistique de l'équipe sur plusieurs années.
. Animer des ateliers d'échanges participatifs pour faire émerger des actions collectives.
. Sensibiliser les acteurs majeurs au projet et à l'importance de la démarche.
. Transformer une feuille de route de décarbonation en points de règlements ajoutés aux résultats sportifs.

## EXPERTISES SOLLICITÉES

. Eco-conception
. Stratégie
. Communication environnementale
. Formation et transfert de compétences




*Redéfinir la performance, une ambition qui a fait l'unanimité au sein de la classe Ocean Fifty, à la suite des travaux réalisés par Think+.*

*La mise en actions de cette ambition a été confiée d'abord à un alternant devenu depuis prestataire. La valorisation de la sobriété dans le classement sportif du championnat est apparue comme une ambition audacieuse, inédite au sein de notre sport. Think+ a été sollicité pour nous accompagner la Classe et son prestataire sur ce projet qui devrait voir le jour officiellement en 2027.*

***Anne Guillard, déléguée générale de la classe Ocean Fifty***

## ACTIONS ENGAGÉES

Elaboration d'une feuille de route de définition des chantiers prioritaires :
. Gouvernance : structurer les projets pour piloter la stratégie environnementale.
. Rayonnement et influence : renforcer le positionnement de la Classe auprès des parties prenantes pour promouvoir ses engagements et mobiliser autour de la transition environnementale.
. Éco-innovation : encouragr les actions de réduction de l'impact environnemental des Ocean Fifty sur la course au large.
. Opérationnel : intégrer des objectifs de réduction d'impact dans l'organisation et la logistique des opérations.

## IMPACTS MAJEURS

. Réduire l'impact environnemental de la construction des bateaux Ocean Fifty.
. Développer une politique achats responsables.
. Optimiser la logistique sportive en compétition et hors calendrier des épreuves
. Influencer les parties prenantes majeures (filière, institutions, compétiteurs).

**Financement**

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ADEME

bpifrance SERVIR L'AVENIR

# CONTACTS

Think+

THE ECO-INNOVATIVE AGENCY

Agence Think+

Agence Think Plus

@agencethinkplus

Site internet


## AGENCE THINK+

France – Canada

contact@agence-think-plus.com
www.agence-think-plus.com
+33 (0)5 59 01 50 83


Références :

Membres :

Engagements :

Agrément :

Certification :

# CONCEVOIR DANS LE BON SENS

**NOTRE MISSION :**
**NOUS CONJUGUONS EXPERTISE ENVIRONNEMENTALE, STRATÉGIE, INNOVATION, CONCEPTION ET COMMUNICATION POUR TRANSFORMER LES PRODUITS, LES MODÈLES D'AFFAIRES ET LES ORGANISATIONS.**

Think+

THE ECO-INNOVATIVE AGENCY