



# INDEX'S TOOL: TO HELP NAVIGATE THE JOURNEY TOWARD SUSTAINABILITY

**Benjamin Marias**  
**Dirigeant-Associé**

00 33 482 531 581 / [b.marias@azimut-innovation.fr](mailto:b.marias@azimut-innovation.fr) / [www.azimut-innovation.fr](http://www.azimut-innovation.fr)





# PROGRAMME

## Introduction

- AZIMUT
- OIA Eco Working Group
- EOG Sustainability Working Group

## Eco Index

- Qu'est ce que c'est?
- Pourquoi?
- Comment?
- Evolutions?

## Conclusions

## Questions?



**L'AGENCE**

**AZIMUT AIDE  
LES ENTREPRISES À INNOVER**



# L'AGENCE

**Nous accompagnons les entreprises dans l'élaboration et le pilotage de projets de développement durable et d'innovation**



# L'AGENCE

**Au coeur de notre réflexion:**

- ▶ **l'Ergonomie**
- ▶ **l'Environnement**



# SERVICES

- ▶ **CONSEIL**
- ▶ **ÉTUDES**



# CONSEIL





# CONSEIL



## WORKSHOP RECYCLAGE DE LA CHAUSSURE POUR CTC



# ÉTUDES





# ÉTUDES





# RÉSEAUX





# OIA ECO WORKING GROUP (EWG)



- Créé en Janvier 2007 aux US
- Plus de 100 entreprises: Marques, revendeurs, sous-traitants

## **2 objectifs:**

- Adoption de l'Eco Index
- Recherche de solutions globales

## **Membres du Comité Consultatif de l'EWG:**

Nau - Timberland - Columbia Sportswear - GoLite - Patagonia – The North Face - Levi Strauss & Co. - REI - MEC - Petzl.

[www.outdoorindustry.org/resources.working.php](http://www.outdoorindustry.org/resources.working.php)



# OIA ECO WORKING GROUP (EWG)

## Membres





# EOG SUSTAINABILITY WORKING GROUP (SWG)



- Créé en 2008
- Objectifs:
  - Réduire l'impact environnemental de l'industrie outdoor
  - Etre en veille par rapport aux nouvelles législations environnementales
  - Aider au développement et déploiement de l'Eco Index
- **Nouvelle structure en cours de formation**
- **[www.europeanoutdoorsustainability.org](http://www.europeanoutdoorsustainability.org)**

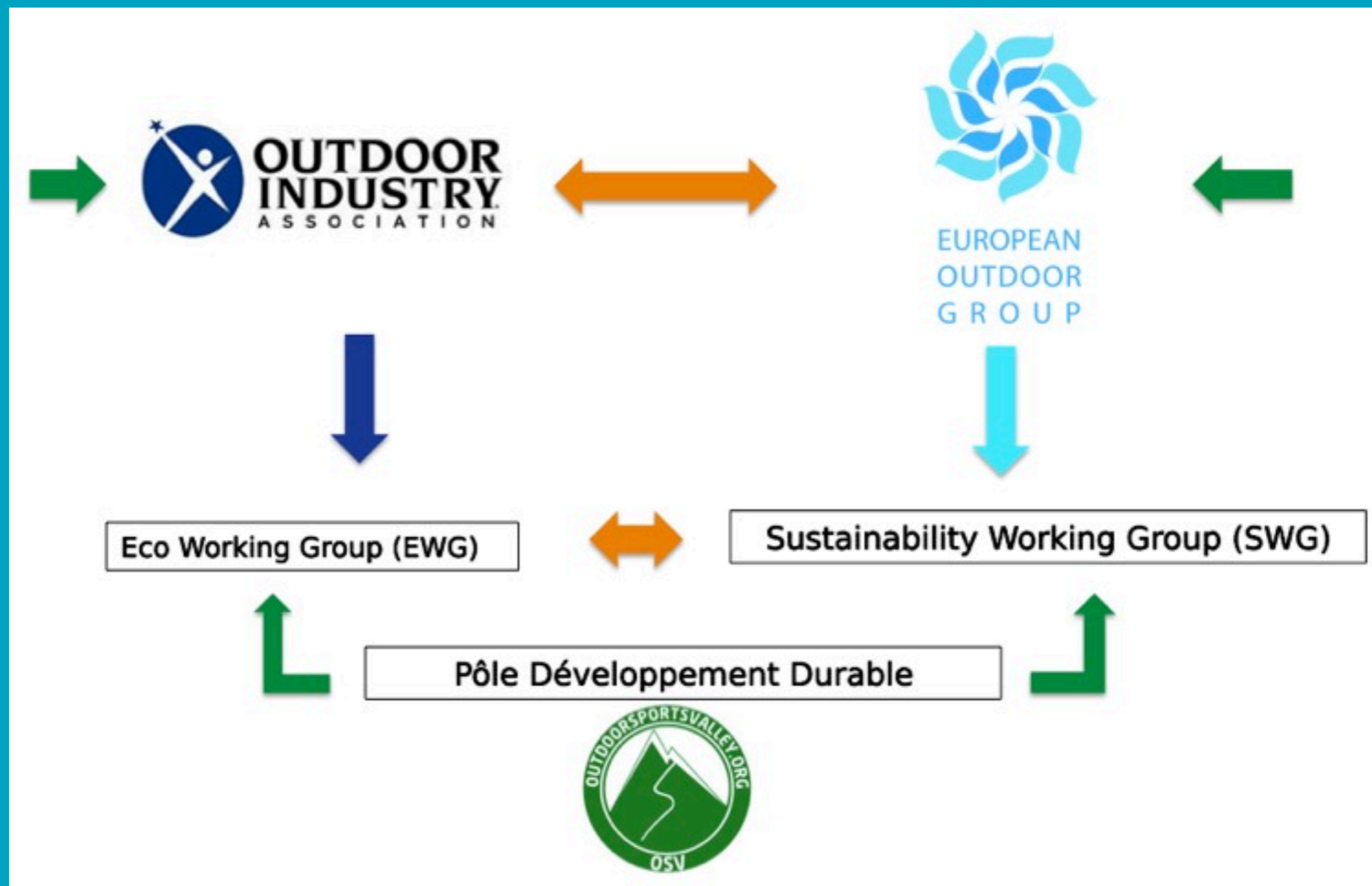


# EWG / SWG





# EWG / SWG

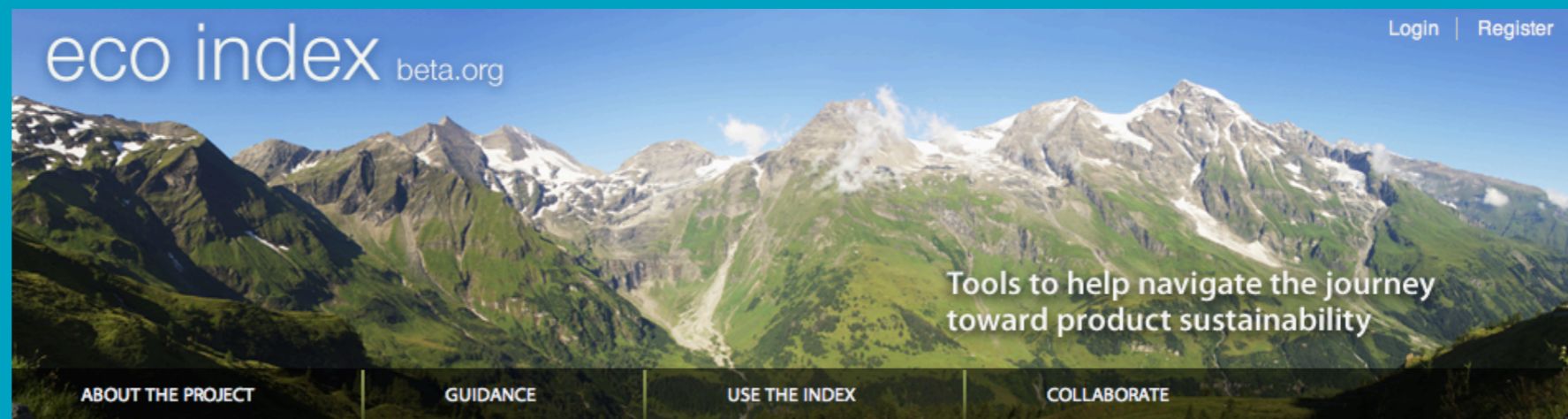




# ECO INDEX

## Qu'est ce que c'est?

Piloté par l'Outdoor Industrie Association (OIA) en collaboration avec l'European Outdoor Group (EOG), cet outil vise à intégrer les considérations environnementales dans la conception de produits et à gérer les chaînes d'approvisionnement.





# ECO INDEX

## Chronologie

- Automne 2008: Premières réunions de travail sur l'Eco Index
- Janvier 2010: EOG partenaire de l'OIA pour le développement de l'outil
- Juillet 2010: Lancement de l'Eco Index
- Juillet 2010 --> Janvier 2011: Phase de test
- Janvier 2011 --> Juin 2011: Analyse des résultats de la phase de test et amélioration de l'outil
- Septembre 2011 --> Janvier 2012: Phase pilot de la nouvelle version de l'Eco Index



# ECO INDEX

## 5 principes clés:

- ▶ Collaboration
- ▶ Information open-source
- ▶ Transparence
- ▶ Transférabilité
- ▶ Présence mondiale



# ECO INDEX

**Pourquoi êtes vous concerné  
par l'Eco Index?**



# ECO INDEX

## Pourquoi?

- ▶ **Prendre part à un cadre de référence et un langage commun entre les entreprises pour comparer leurs efforts en terme de développement durable**



# ECO INDEX

**Pourquoi?**

- ▶ **Identifier clairement les leviers d'améliorations d'éco-conception de vos produits**



# ECO INDEX

**Pourquoi?**

- ▶ **Anticiper les nouvelles législations environnementales**



# ECO INDEX

**Pourquoi?**

- ▶ **Convergence des organisations internationales de l'habillement et du textile vers l'Eco Index**



# ECO INDEX

## Pourquoi?

- ▶ **Participer à l'Eco Index en tant qu'entreprises c'est être reconnues comme leader sur les questions de développement durable**



# ECO INDEX



What it IS	What it IS NOT
Internal, supply chain facing tool	Consumer-facing label <b>...yet</b>
Tool to assess the environmental impact of individual products	Tool to look at the overall footprint of brands but does have facility level indicators for supply chain partners
Global tool, to be used by companies throughout the supply chain	Tool specifically for North American brands



# ECO INDEX

**Cadre de travail**

## ► Etapes du cycle de vie



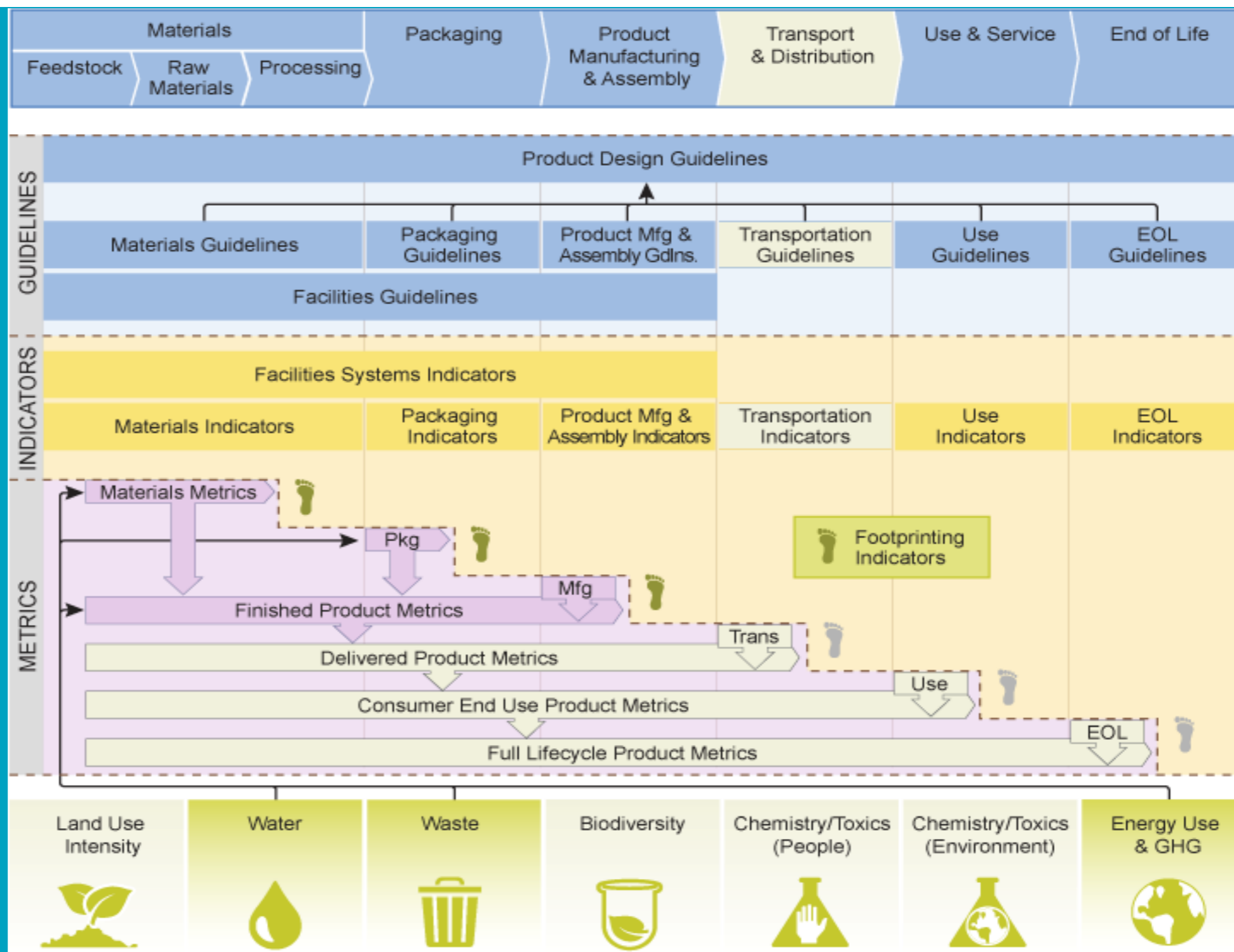
## ► Impacts environnementaux





# ECO INDEX

## Cadre de travail

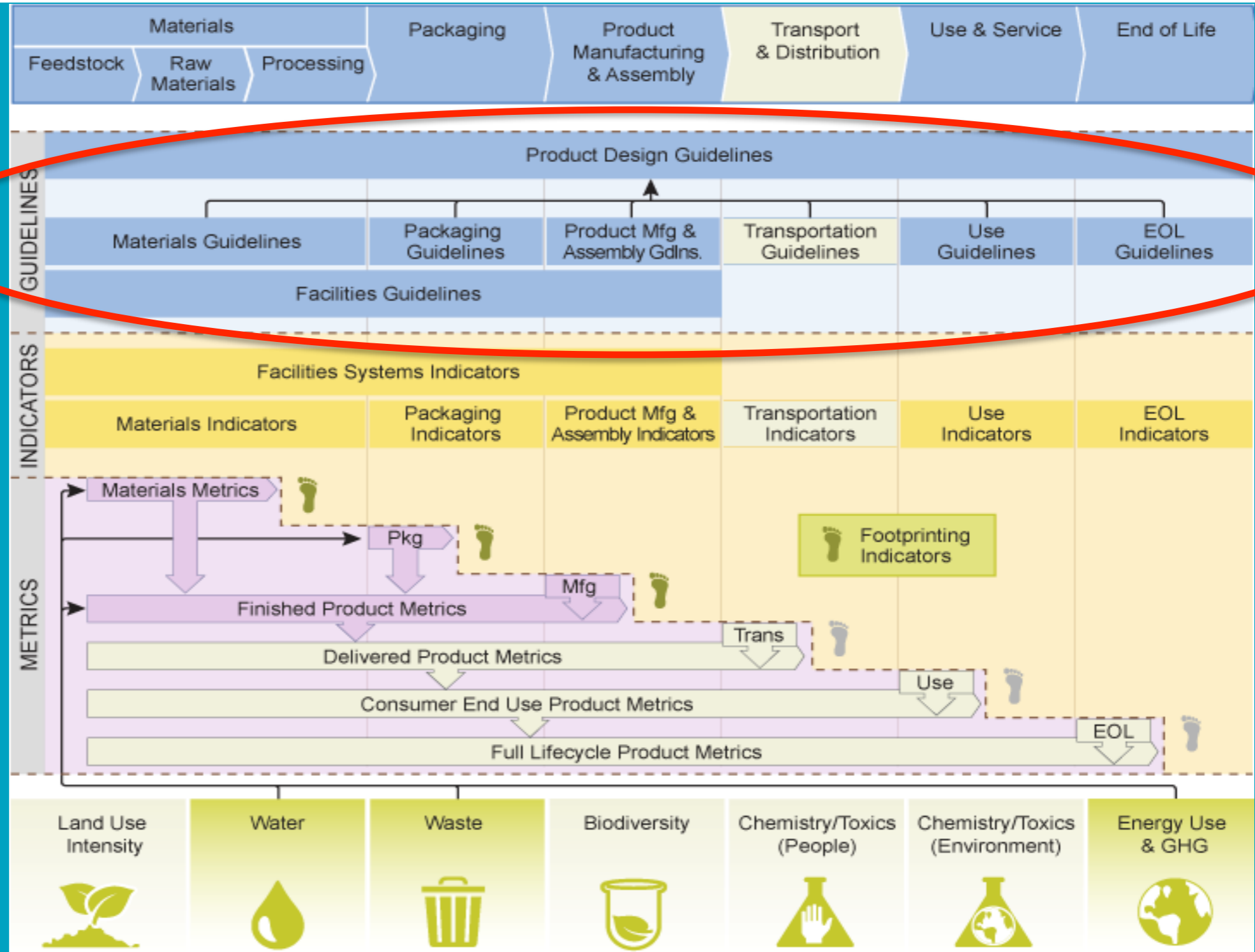


Grayed elements are out of scope for phase 1.0



# ECO INDEX

## Guidelines



Grayed elements are out of scope for phase 1.0



# ECO INDEX

## Guidelines

- ▶ **Recommandations qualitatives**
- ▶ **Outil d'éducation et d'information sur les bonnes pratiques**
- ▶ **Processus d'amélioration continue**



# ECO INDEX

## Guidelines

### ► Exemple: Use and service

#### **Minimize Impact in Use**

---

- ✓ Design products and select materials that have low impact during consumer use, care, and maintenance (i.e. rechargeable energy source, refillable, upgradable, clean with low toxic cleaners, cold water wash, mild soap, line dry, no dry clean). Product care can be the largest environmental impact in some product lifecycles.
- ✓ Select materials that can be cleaned efficiently and with little water, energy and chemicals.
- ✓ Integrate instruction on low impact care, use, and maintenance into the design of the product. For apparel, care label instructions should specify low impact care such as cold water wash, line dry, and no dry cleaning<sup>1</sup>.



# ECO INDEX

## Guidelines

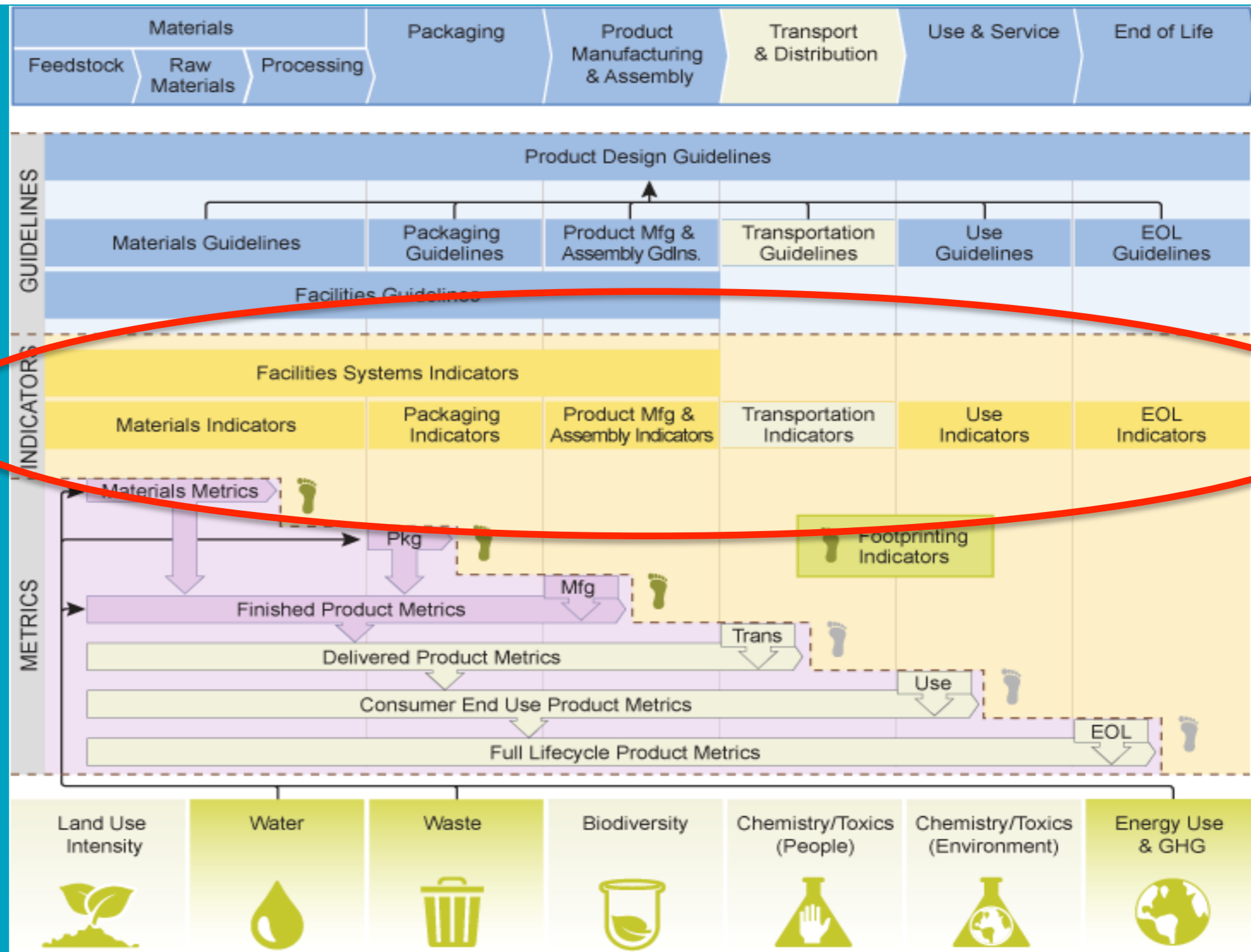
### ► Exemple: Use and service





# ECO INDEX

## Indicators



Grayed elements are out of scope for phase 1.0



# ECO INDEX

## Indicators

- ▶ Paramètre mesurable qui démontre un impact environnemental ou une amélioration
- ▶ Qualitatif ou quantitatif
- ▶ Permet d'identifier les opportunités d'améliorations



# ECO INDEX

## Indicators

### ► Exemple: Matériaux

Materials Indicators #1 = Recycled Content

=> Percentage by weight of recycled content within a material

#### Scoring (max points = 8)

*Sum together scores from each section below to get a total score for this indicator.*

##### Post Consumer Recycled Content

- 0 POINTS** - <10% post consumer recycled
- 1 POINT** - 10-24% post consumer recycled
- 2 POINTS** - 25-49% post consumer recycled
- 3 POINTS** - 50-74% post consumer recycled
- 4 POINTS** - 75-94% post consumer recycled
- 6 POINTS** - 95-100% post consumer recycled

##### Pre Consumer Recycled Content

- 0 POINTS** - <25% pre consumer recycled
- 1 POINT** - 25-49% pre consumer recycled
- 2 POINTS** - 50-74% pre consumer recycled
- 3 POINTS** - 75-94% pre consumer recycled
- 4 POINTS** - 95-100% pre consumer recycled

##### Source Certification

- 3 POINTS** - All material claimed to be recycled is third party certified



# ECO INDEX

## Indicators

## Indicators Scoring

- Chaque indicateur a un score maximum
- Chaque score est additionné et est ensuite indexé à un pourcentage de points maximum.
- Score (pourcentage) attribué à chaque étape du cycle de vie
- 3 formats d'indicateurs:
  - Progressif – exemple: recycled content indicator
  - Cumulatif – exemple: treatments
  - Hybride – progressif et cumulatif
- Si la réponse est « je ne sais pas », le score le plus bas est attribué



# ECO INDEX

## Indicators

## Indicators Scorecard Process

- Créer votre « Banque de Matériaux » (BOM): Bank of Materials
- Déterminer le poids de chaque matériaux
- Compléter la «BOM» avec les informations que vous possédez
- Remplir « les fiches indicateurs »
- Analyser les résultats
- Identifier les axes d'améliorations!

# ECO INDEX

## HARDSHELL #1 BOM (CONVENTIONAL VERSION)



PRODUCT (425 grams total weight)			
MATERIALS:	Consumption	Unit	% of volume by weight
<b>2 layer waterproof breathable laminate</b> -100% virgin polyester face fabric (88% of weight) - PU laminate (10% of weight) - solvent based adhesive (1% of weight) -Water repellent finish - PFOA containing (1% of weight) 185 gm/m2 (150 gm/yd2)	2.5 yd ( @ 83% efficiency) 318=gm	Yd	75%
100% virgin polyester, taffeta , cire finish, 67gm/m2 (56 gms/yd2)	1.75 yd (@ 85% efficiency) =83 gms	Yd	19%
INTERFACING - polyester fusible interfacing, 30 gms/m2 (25 gm/yd2)	.10 yd (? Efficiency)	Yd	<1%
TRIMS:			
SEAM SEAL TAPE (0.2 gms/yd)	11.0	Yd	<1%
CENTER FRONT ZIPPER - PU coated, reverse coil, metal pull (22 gms ea.)	1	pc	<1%
POCKET ZIPPERS - uncoated coil, metal pull (6 gms ea.)	2	pc	<1%

PACKAGING			
	Consumption	Unit	% of volume by weight
CONSUMER PACKAGING			
HANGTAGS - 100% PCR and FSC certified paper - cotton string - brass pin	1	EA	50%
POLYBAG	1	EA	50%
TRANSPORT PACKAGING			
BULK SHIPPING CARTON (2.36 KG) - single jacket uses 6% total carton weight	20 GM	EA	17%
CONSUMER DIRECT SHIPPING BAG	98 GM	EA	83%

16



# ECO INDEX --> INDEX

## EVOLUTIONS

- ▶ **Création de la Sustainable Apparel Coalition**  
(<http://www.apparelcoalition.org/>)



Sustainable  
**Apparel Coalition**

### **Membres: Marques leaders**

- ▶ H&M, Mark & Spencer, Nike, C&A, Adidas, Gap, VF Corp, Walmart, Patagonia, etc...

### **Objectif:**

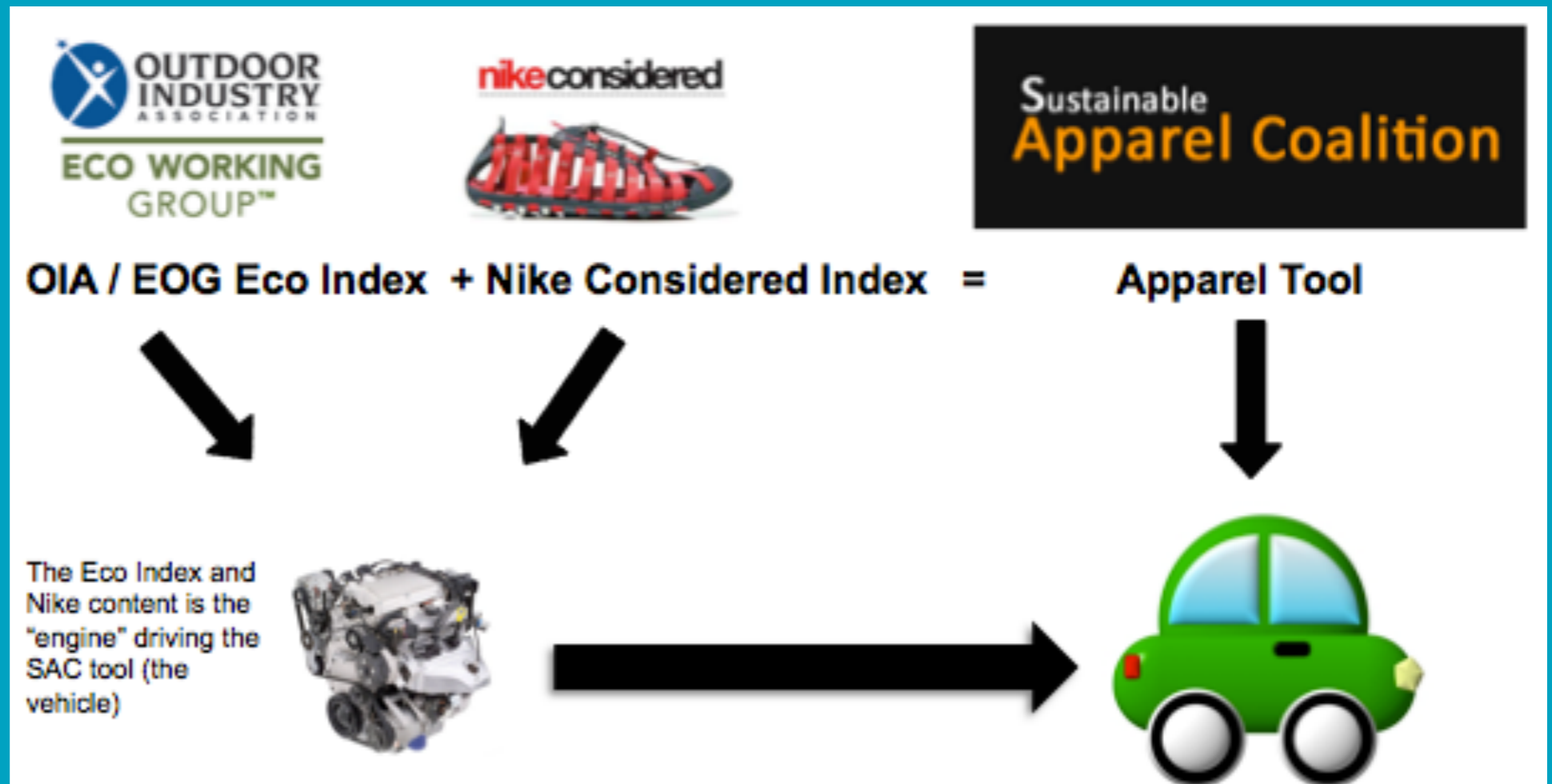
- ▶ Créer un outil capable d'aider les entreprises à réduire leur impact environnemental et social (mise en avant des axes de travail)



# ECO INDEX --> INDEX

## EVOLUTIONS

- ▶ Création de la Sustainable Apparel Coalition





# ECO INDEX --> INDEX

## Ce qu'il faut retenir:

- ▶ INDEX = déclinaison et amélioration de l'Eco Index
- ▶ INDEX = outil / pas solution...
- ▶ INDEX = phase de test en cours...  
([www.apparelcoalition.org](http://www.apparelcoalition.org))
- ▶ INDEX = prototype / pas parfait
- ▶ INDEX = outil interne / pas de communication externe (pour l'instant...)



# CONCLUSIONS

## Pour aller plus loin:

- ▶ Tester par vous-même!
- ▶ Participer aux groupes de travail du EOG/SWG/OSV
- ▶ Présenter l'outil Eco Index / Index à votre entreprise
- ▶ Sensibiliser vos équipes ingénieurs/designers (guidelines)
- ▶ Echanger avec vos sous-traitants



# QUESTIONS?



# AZIMUT

AGENCE CONSEIL EN  
INNOVATION RESPONSABLE

**Benjamin MARIAS**

Dirigeant-Associé

AZIMUT INNOVATION

6 bis avenue des îles 74000 ANNECY

b.marias@azimut-innovation.fr / +33 482 531 581 / [www.azimut-innovation.fr](http://www.azimut-innovation.fr)



**FOR THE  
PLANET**

MEMBRE