

DESIGN
ZERO DECHET
CONCOURS 2021

**DU
PACK**



sommaire

PRÉSENTATION

- 3 – LE SYCTOM S'ENGAGE !
- 4 – LE SYCTOM, ACTEUR MAJEUR DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE
- 6 – DESIGN ET DÉCHETS : UNE PRISE DE CONSCIENCE COLLECTIVE
- 7 – DESIGN ZÉRO DÉCHET : MIEUX CONCEVOIR POUR MOINS JETER
- 10 – UNE RENCONTRE AVEC L'ÉVOLUTION DE LA SOCIÉTÉ

THÉMATIQUE

- 11 – DU PACK AU VRAC
- 12 – CONSOMMATION : LA RÉVOLUTION DU VRAC ?
- 14 – COMMENT PASSER DU PACK AU VRAC GRÂCE AU DESIGN ?
- 16 – DÉMOCRATISER LE VRAC : LES FILIÈRES MOBILISÉES
- 17 – QUI SONT LES MEMBRES DU JURY ?

PROJETS

- 18 – PALMARÈS 2021
- 24 – LES 16 AUTRES FINALISTES DU CONCOURS

COULISSES

- 32 – DU PROTOTYPE À LA CONCRÉTISATION
- 34 – UN ACCOMPAGNEMENT DES ÉCOLES TOUTE L'ANNÉE

Coordination : Syctom, l'agence métropolitaine des déchets ménagers / Thema_Design, agence conseil en marketing et communication — Conception : Agence giboulées, la communication engagée — Rédaction : Agence giboulées / Hugo Christy — Crédits photos : June, Elliott Pananceau, Felipe Ribon, Lionel Gasperini, Adobe Stock, Istockphoto, Christophe Audebert, Thema_Design — Impression : Willaume Egret — Imprimé sur papier recyclé — Août 2021

LE SYCTOM S'ENGAGE !

Depuis sa création en 2012, le concours Design Zéro Déchet s'inscrit dans la démarche volontariste du Syctom de réduire les quantités de déchets produites. Une pierre angulaire dans sa démarche d'économie circulaire.



**Éric
Cesari**

PRÉSIDENT DU SYCTOM

Pourquoi un syndicat de traitement des déchets organise un concours de design ?

— Le cycle de vie d'un produit s'étend de sa conception à son abandon. Par sa mission de prévention et de réduction des déchets, le Syctom est légitime à porter un challenge d'écoconception. Avec le concours Design Zéro Déchet il s'agit d'impulser une prise de conscience de futurs professionnels tout en valorisant le potentiel d'innovation offert par l'économie circulaire.

Le dispositif se distingue également par un accompagnement unique...

— C'est l'une des grandes forces de ce concours. Il y a deux types accompagnements : celui des parrains, des partenaires et du Syctom aux côtés des étudiants pendant un an et celui pour la concrétisation des idées les plus porteuses, pour les rendre opérationnelles et espérer leur donner une place dans notre vie quotidienne. Au-delà du prix, de sa reconnaissance symbolique et financière, c'est extrêmement motivant pour les participants.

Quels sont les prochains défis à relever ?

— Le Syctom est depuis longtemps, en responsabilité, soucieux de son empreinte écologique. Notre objectif est de favoriser l'innovation et de faire vivre l'économie circulaire ensemble avec les territoires adhérents et les professionnels du traitement des déchets. Nous nous devons d'être au rendez-vous des défis à venir en nous réinventant. Or se réinventer, c'est oser le changement, c'est innover toujours plus loin et créer des opportunités...

LE SYCTOM, AGENCE MÉTROPOLITAINE DES DÉCHETS MÉNAGERS

Premier opérateur public européen dans son domaine, le Syctom traite les déchets produits par les 5,9 millions habitants de 85 villes (Paris et proche banlieue), soit 10% de la population française. Chaque année, 2,3 millions de tonnes de déchets sont pris en charge dans ses installations. En amont, le Syctom multiplie les actions de prévention et accompagne ses collectivités adhérentes afin de réduire la quantité de déchets produite sur leur territoire et de sensibiliser les usagers au tri.

LE SYCTOM, ACTEUR MAJEUR DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

L'économie circulaire est une façon de produire et de consommer en étant plus vertueux pour l'Homme et la planète. On cherche notamment à prolonger au maximum la durée de vie des produits, et à garantir leur valorisation lors de leur élimination. Avec pour objectif d'extraire moins de ressources en amont ! Avec son concours Design Zéro Déchet, le Syctom s'est imposé comme précurseur sur le sujet et s'engage aux côtés de ses partenaires pour développer davantage ce modèle.

— Réduire les déchets, une nécessité

Extraire des ressources, produire, consommer, jeter : le mode de fonctionnement linéaire de notre économie montre ses limites. Certaines matières premières sont en pénurie, avec des conséquences lourdes pour l'équilibre mondial, car tous nos biens de consommation ont des impacts sur l'environnement. Outre l'utilisation de ressources, ils contribuent à émettre des émissions de gaz à effet de serre

et nécessitent un traitement spécifique en fin de vie. Sur le territoire du Syctom, plus de 2 millions de tonnes de déchets ménagers et assimilés sont ainsi générés chaque année. Réduire les déchets constitue donc l'un des pivots de l'économie circulaire, et fait partie de la stratégie du Syndicat depuis de nombreuses années.

Grâce aux actions menées sur le terrain en faveur de la prévention des déchets, le Syctom a pu

développer une expertise qu'il met aujourd'hui au service des acteurs et partenaires régionaux. La lutte contre l'obsolescence accélérée et le gaspillage des ressources, la modularité, la réparabilité et la recyclabilité des objets, la sobriété de leur conception et de leur distribution font partie des actions prioritaires à mettre en œuvre.

— Le concours, un premier pas vers l'économie circulaire

Édition après édition, le concours Design Zéro Déchet s'attache à explorer chacune des facettes de l'économie circulaire, enjeu majeur pour réussir la transition écologique. Mobilisant les grandes filières qui structurent notre économie locale et nationale, des filières sportives à la restauration en passant par le vrac, ce challenge fédère chaque année des étudiants de toute la France. Il les engage ainsi à explorer l'éco-conception, et constitue un temps fort pour réinventer notre rapport quotidien aux objets, à la consommation, et par la force des choses, à nos déchets.

Le « Grand Défi »

En 2019, le Syctom a annoncé le lancement du « Grand Défi », vaste plan d'action associant de multiples partenaires sur une bonne partie du territoire francilien. Alliant prévention, sensibilisation des habitants et des parties prenantes, ainsi que la coordination des acteurs, les 35 actions s'échelonnent à l'horizon 2025 et affichent un objectif fort : moins 450 000 tonnes de déchets ménagers et assimilés. Un chiffre à même de rapprocher la Région Île-de-France de son objectif de lutte contre l'enfouissement : « zéro déchet valorisable non valorisé ».



LA CABANE, 1^{er} prix du CDZD 2020, est en cours de concrétisation avec la Semmaris (voir p. 19).

Un rayonnement national et européen

En presque 10 ans d'existence, le concours Design Zéro Déchet est petit à petit devenu une référence dans le domaine de l'éco-conception et de l'économie circulaire. Pour preuve, la lettre d'actualités « Alimentation Durable » de l'ADEME, relayait auprès de ses abonnés l'exposition virtuelle consacrée à l'édition 2020 : « Inventons l'anti-gaspi au restau ». Le challenge s'est même fait repérer à l'international, et figure parmi les bonnes pratiques citées sur la plateforme des acteurs européens de l'économie circulaire, portée par la Commission européenne et le Comité économique et social européen : <https://circulareconomy.europa.eu/platform/fr/good-practices/concours-design-zero-dechet>

DESIGN ET DÉCHETS : UNE PRISE DE CONSCIENCE COLLECTIVE

Pierre angulaire de l'économie circulaire, l'éco-conception est un moyen d'imaginer et de produire de manière plus durable. Explication et rencontre avec Mathieu Lehanneur, designer et parrain de la 9^e édition du concours, sur ce modèle que doivent intégrer les nouvelles générations de créateurs.

— L'éco-conception, de quoi s'agit-il ?

L'éco-conception s'applique aussi bien aux produits qu'aux services et aux systèmes. S'il existe plusieurs définitions, toutes réunissent deux critères fondamentaux :

- la réduction de l'impact environnemental des produits,
- la prise en compte de son cycle de vie entier.

Autrement dit, on prend en compte la préservation des ressources et de l'environnement dès la conception d'un produit, et cela pour chacune des étapes de son cycle de vie : sélection des matières premières, fabrication peu gourmande en eau et en électricité, transport, achat, utilisation et recyclage facilité. Année après année, c'est à cela que sensibilise le concours Design Zéro Déchet.

— Quel rapport entre design et déchets ?

Le design porte sur la conception des produits en eux-mêmes. Cette discipline allie ainsi de nombreux critères : le beau, l'utile, l'agréable, le pratique... Devant l'urgence écologique, elle se trouve aussi devant une responsabilité historique : c'est le rôle de l'éco-conception. La question des déchets, en particulier, est incontournable. En premier lieu, parce que c'est aux designers que revient le soin de créer des produits capables de nous faire sortir du mode de consommation du tout-jetable. Par exemple grâce à des objets plus durables, réparables, réutilisables ou recyclables.



L'ESCALE NUMÉRIQUE, de Mathieu Lehanneur pour JCDecaux : une oasis de repos connectée et accessible à tous, installée sur le rond-point des Champs-Élysées.



Mathieu Lehanneur

DESIGNER ET PARRAIN DE L'ÉDITION 2021

3 QUESTIONS À Mathieu Lehanneur

Pourquoi avoir accepté de parrainer le concours ?

— Je fais assez peu de jury. Cependant, la thématique du concours était une énigme que je trouvais assez excitante à résoudre en tant que designer et ex-étudiant. Le sujet m'ayant plu comme potentiel candidat, je me suis dit « soyons cohérent : à défaut de participer, soyons au moins parrain ! ». Avec ce concours, l'enjeu n'est pas de

proposer une belle forme ou une belle photo, mais de réussir à provoquer une émotion, où n'importe qui puisse se dire « j'aurais bien aimé avoir cette idée ».

Quel est votre rapport à l'éco-conception ?

— Pour moi, pour ma génération et à plus forte raison pour celle qui arrive, l'éco-conception est une chose à laquelle on n'a même plus besoin de réfléchir. Il faut la considérer comme un matériel qui est déjà là, elle fait partie des composantes physiques que nous tous intégrées. Ce n'est même plus une question de marketing ou de choix.

En tant que professionnel, les projets finalistes vous semblent-ils réalisables ?

— Notre jury était composé d'experts. Certains ont vu des projets réalistes et concrétisables quand d'autres pouvaient au contraire se révéler sceptiques. Pour moi, une chose est sûre : donnez aux utilisateurs de bonnes raisons d'agir, par la raison, le plaisir ou l'émotion, et chaque solution trouvera sa réalité concrète ! Ce qui m'a marqué c'est aussi le grand sérieux avec lequel les propositions ont été pensées et formulées. Peut-être même, parfois trop ! Ne sous-estimons jamais la puissance du décalage, du jeu ou du plaisir pour agir sur des problématiques sérieuses.

DESIGN ZÉRO DÉCHET : MIEUX CONCEVOIR POUR MOINS JETER

Le concours Design Zéro Déchet nourrit l'ambition de sensibiliser et d'impliquer les futurs professionnels à l'éco-conception et à l'économie circulaire. Et notamment en leur permettant de tester leur imagination « grandeur nature », avec une commande et un brief réalistes !

— Sensibiliser les futurs professionnels à l'éco-conception

Émanant du Plan d'accompagnement pour la prévention et le tri des déchets du Sycotom, le concours Design Zéro Déchet, ou « CDZD », représente le projet phare de son volet « éco-conception ». Son objectif ? Mobiliser l'ensemble de la chaîne des acteurs impliqués dans le cycle de vie des produits : concepteurs / fabricants / distributeurs de produits, consommateurs / producteurs de déchets, collectivités locales responsables de la gestion de la fin de vie des produits. L'approche vise ainsi à rendre visibles les enjeux de la prévention des déchets, auprès des professionnels d'aujourd'hui et de demain, et à les impliquer pour qu'ils les intègrent dans leur pratique quotidienne. Le concours complète

ainsi les initiatives menées auprès du grand public en matière de réduction des déchets.

Concrètement, le concours DZD invite tous les étudiants et jeunes diplômés à imaginer des biens ou services éco-conçus afin de mieux réduire et valoriser nos déchets, en lien avec une thématique donnée. Initié en 2012 en partenariat avec l'ADEME et la Région Île-de-France, il s'est élargi à toute la France en 2017 et bénéficie depuis quelques années du parrainage de designers et partenaires de renom. Le concours sensibilise ainsi des centaines de jeunes concepteurs, à travers plusieurs mois d'ateliers de sensibilisation, de suivi de projets et de phases de sélection. Parmi les nombreux projets innovants et imaginatifs reçus, quatre sont déclarés lauréats chaque année, et accompagnés vers leur concrétisation.

— Les dernières éditions

2020 Le gaspillage alimentaire dans la restauration commerciale

— PARRAINS : le designer Germain Bourré et le chef François Pasteau
— PARTENAIRES : la SEMMARIS et le GNI-Synhorcat

2019 Jouets, articles de sport, de bricolage et de jardin : 3 filières REP en devenir

— MARRAINE : la designer matali crasset
— PARTENAIRES : Leroy Merlin, Decathlon et l'association Rejoué

2018 La prévention et la réduction des déchets en milieu urbain, dans les espaces publics et les lieux de transit

— PARRAIN : le designer Jean-Sébastien Blanc

2017 La prévention et la réduction des déchets textiles de l'habillement, de la décoration ou de l'ameublement

2016 La prévention et la valorisation des biodéchets

9

ÉDITIONS

87

ÉCOLES ET UNIVERSITÉS PARTICIPANTES

4

PRIX ANNUELS

PRÈS DE

1500

PARTICIPANTS

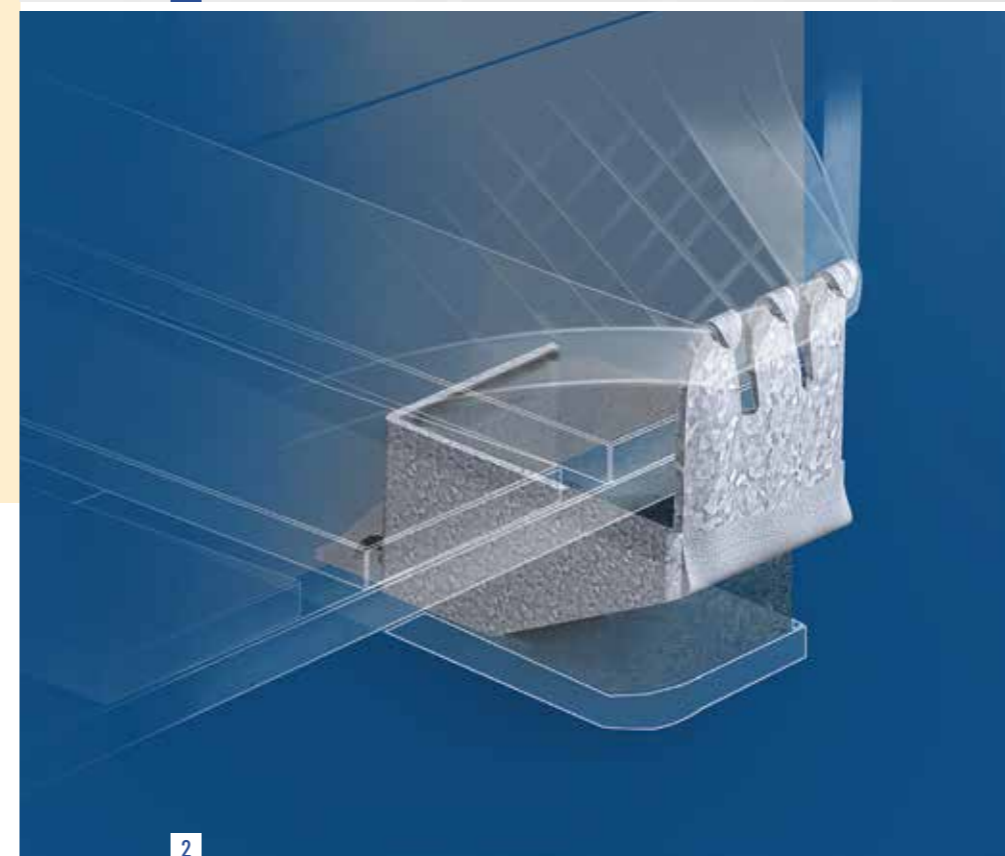
1
AIR ZÉRO, 1^{er} prix CDZD 2019
Tanguy Delaunay-Belleville
Lycée Alain Colas — Nevers

2
SAPN, 2^e prix CDZD 2020
Ikram Elouardi, Léa Grégoire et
Thomas Monthus, Architecture
d'intérieur et design — LISAA — Nantes

3
POCKECO, 2^e prix CDZD 2018
Victoire Bailleul, Blanche Dujardin &
Lucie Kalawon — ISD Rubika



1



2

3



UNE RENCONTRE AVEC L'ÉVOLUTION DE LA SOCIÉTÉ

En 10 ans d'existence,
le concours n'a cessé de s'adapter pour offrir
plus de résonance à l'éco-conception.



**Marie-Pierre
Martinet**

DIRECTRICE GÉNÉRALE
ADJOINTE « MOBILISATION,
PUBLICS ET TERRITOIRES »
DU SYCTOM

Quelle est la place du concours dans la stratégie de prévention du Syctom ?

— Le concours complète les actions de sensibilisation menées auprès des publics. Informer sur le geste de tri et la consommation responsable ne suffit pas : il faut aussi que l'offre des metteurs en marché soit pensée pour réduire les déchets et ce, dès la conception. En nous adressant aux futurs professionnels du design, en les sensibilisant aux enjeux de l'éco-conception, nous parions sur l'avenir.

À l'approche de la 10^e édition du concours, comment mesurez-vous le chemin parcouru ?

— Aujourd'hui, le concours se démarque par une envergure nationale, un nombre de participants croissants, des parrains et partenaires reconnus. Lorsque le Syctom s'est lancé dans l'aventure en 2012, l'éco-conception et ses enjeux étaient encore peu abordés. Depuis, il y a eu une prise de conscience plus grande et le concours Design Zéro Déchet répond aux questionnements des professeurs, des étudiants et des écoles.

Au fil des éditions, les participants semblent être challengés avec des thématiques de plus en plus pointues...

— Jusqu'en 2015, le concours avait des thématiques très ouvertes sur les biodéchets ou les textiles par exemple. Nous abordons aujourd'hui des sujets de plus en plus concrets et difficiles. Depuis deux ans, les thématiques se complexifient. Elles obligent les participants à questionner leur vision du monde, les modes de consommation... ce qui finalement structure notre société !

DU PACK AU VRAC

Telle était la thématique du
9^e concours Design Zéro Déchet.
Avec un défi de taille pour les
participants : comment développer
et enchanter ce mode de
consommation sans emballage ?

LA 9^e ÉDITION EN CHIFFRES

172

DOSSIERS REÇUS

308

PARTICIPANTS

11

RÉGIONS

32

ÉCOLES

THÉMATIQUE

CONSOMMATION : LA RÉVOLUTION DU VRAC ?

Plus de la moitié des magasins français l'ont déjà adopté, et sa part de marché ne cesse d'augmenter. Alternative au tout-jetable, le vrac séduit les consommateurs... Et ouvre de nouvelles frontières pour les distributeurs et les designers.

— Un nouveau mode de consommation en plein essor

Définie par la loi de 2020 sur la lutte contre le gaspillage et l'économie circulaire, la vente en vrac recoupe les alternatives à la vente de produits emballés. Avec à la clé des économies financières, mais aussi en matière de production de déchets. Encore émergente il y a quelques années à peine, la vente en vrac n'en finit pas de se développer en France et en Europe.

D'après Réseau Vrac, association interprofessionnelle dédiée à la promotion de ce mode de consommation en France et dans le monde, le chiffre d'affaires de ce marché augmente. Évalué à 1,2 milliard d'euros en 2019 sur le territoire national, il devrait atteindre les 3,2 milliards d'euros en 2022. Le vrac se trouve désormais partout : dans des chaînes de magasins spécialisés, dans les magasins bio, et dans les grandes et moyennes surfaces conventionnelles qui généralisent progressivement l'apparition de rayons dédiés.



— Un gisement d'innovations pour le design

À mesure qu'il se développe, le vrac soulève de plus en plus de questions. Les produits concernés, d'abord, sont toujours plus nombreux et divers. Après les fruits et légumes secs, ce sont maintenant les savons et produits d'entretiens, la petite quincaillerie et le matériel de bricolage, ou encore les bières et alcools qui se vendent en vrac. Et chaque produit s'accompagne de ses problématiques propres, notamment réglementaires et législatives.

Comment se servir ? Comment peser son produit ? Dans quel contenant le transporter ? Comment rendre ce contenant toujours plus réutilisable ? L'extension du vrac nous invite à innover pour répondre à ces nouvelles questions. Le design, en tant que discipline, nous en pose une supplémentaire : comment (ré)enchanter cette expérience complète pour le consommateur ? Telle est la question posée par l'édition 2021 du concours Design Zéro Déchet.

— Un nouveau cadre juridique

La loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire est venue apporter une définition claire du vrac, comme étant : « la vente au consommateur de produits présentés sans emballage, en quantité choisie par le consommateur, dans des contenants ré-employables ou réutilisables. La vente en vrac est proposée en libre-service ou en service assisté dans les points de vente ambulants ».

Une définition qui exclut quelques modes de vente : les surgelés, ou encore la vente à la coupe traditionnelle (boulangerie, charcuterie...). Le texte précise néanmoins que « tout produit de consommation courante peut être vendu en vrac, sauf exceptions dûment justifiées par des raisons de santé publique ». Quelques questions attirent encore l'attention des concepteurs, notamment sur les besoins d'étiquetage, en particulier pour des produits labellisés répondant à des cahiers des charges stricts en la matière.



+41%
DE CROISSANCE EN 2019

30%
DU PANIER MÉNAGER
POTENTIELLEMENT
CONCERNÉ PAR LE VRAC

JUSQU'À
20%
DE RÉDUCTION DU PRIX
DE VENTE POUR LE
CONSOMMATEUR

75 000 tonnes d'emballages de produits cosmétiques et d'hygiène seraient jetés chaque année en France : autant de déchets évités grâce au vrac !

Source : Réseau Vrac, ADEME

COMMENT PASSER DU PACK AU VRAC GRÂCE AU DESIGN ?

L'émergence du vrac s'accompagne de problématiques nouvelles et concrètes, aussi bien pour le consommateur que pour les fabricants ou designers. Alors, comment mobiliser le design pour démocratiser davantage ce mode de consommation et le rendre plus désirable que le tout-emballé ? Retour sur les principales pistes explorées par les candidats.

— Le design pour développer la vente

Entre le fournisseur et le magasin, le design peut contribuer à...

■ **1- Améliorer le zéro déchet en amont de la chaîne opérationnelle :** la question du vrac intéresse naturellement les consommateurs finaux, mais également les distributeurs et les fournisseurs. La démocratisation de ce mode de consommation responsable implique de répondre à leurs besoins spécifiques : stockage, logistique, hygiène, intégrité des produits...

■ **2- Passer d'une logique d'emballages à une logique de contenants :** apportés par le client ou mis à disposition par le commerçant, les contenants sont un pilier de l'expérience vrac. Comment favoriser leur réutilisation, sans reproduire la logique de l'emballage à usage unique ? Quels contenants inventer pour s'adapter à de nouveaux produits et de nouveaux usages ?

■ **3- Sécuriser et simplifier la vente en vrac :** soumis à une réglementation stricte, la distribution en vrac est contrainte de toute part. La conservation des produits alimentaires, le nettoyage et la pérennité des équipements de distribution et la simplification de leurs usages sont autant de questions soumises à l'intelligence et à la créativité des concepteurs.

— Le design pour enchanter le vrac

Le design peut transformer l'achat en vrac en une expérience agréable et plaisante :

— **en amont**, avec la recherche des points de vente, la question des contenants,
— **pendant l'achat**, pour se servir ou se faire servir, peser ses produits, étiqueter le tout, passer en caisse,
— **et après les courses**, avec le nettoyage des contenants, le transfert des produits...

À ces différentes étapes, le design peut ainsi contribuer à offrir une meilleure visibilité au parcours client, à stimuler les sens et les émotions, à rendre plus pratique l'acte d'achat. Avec pour objectif de convaincre de plus en plus d'usagers d'adopter ce mode de consommation.



2 QUESTIONS À Mathieu Lehannour

En quoi le design peut réinventer ou réenchanter le vrac ?

— Depuis le mot « vrac » jusqu'à l'acte d'achat, ce mode de consommation ne nous valorise pas en tant que consommateur ou vendeur. Tout l'enjeu est de garder l'aspect vertueux du vrac tout en en faisant quelque chose de désirable. C'est peut-être la même différence qu'entre le prêt-à-porter et le sur-mesure. Si on compare le packaging au prêt-à-porter, comme quelque chose de très pratique et facile, le sur-mesure répond quant à lui exactement à des besoins précis. Dans le domaine de la mode, le sur-mesure est infiniment plus valorisé que le prêt-à-porter. Donc je crois qu'avec le design, il faut faire en sorte que le vrac devienne du sur-mesure.

Quelles grandes tendances ressortent des 20 projets finalistes ?

— Il se dégage le sentiment d'une prise de conscience collective de cette génération. Chaque proposition est la manifestation d'une volonté d'agir. Ce n'est pas un sujet simple, car chaque designer doit trouver son équilibre entre le besoin de créer et la vigilance quant aux effets possibles de sa création. Le sujet même de ce concours porte en lui un paradoxe pour un créateur : « allons vers le moins (moins d'emballages, moins de déchets...), mais ajoutons des éléments (objets, système, technologie...) pour y parvenir ». Cela pourrait se résumer par : « quel plus faut-il ajouter pour parvenir au moins ? ». C'est un sujet à la fois mathématique et philosophique, mais qui doit être concret et opérationnel.

Quatre filières définies pour guider les travaux des candidats :

- Les produits alimentaires
- Les produits d'hygiène et d'entretien
- Les produits de quincaillerie
- Les produits de jardinerie

DÉMOCRATISER LE VRAC : LES FILIÈRES MOBILISÉES

Deux partenaires clés ont été associés au concours Design Zéro Déchet 2021. Avec près de 4 000 magasins en Europe, le groupement Les Mousquetaires est un acteur majeur de la grande distribution, notamment grâce à ses enseignes Intermarché et Bricomarché. L'association Réseau Vrac fédère pour sa part l'ensemble des acteurs professionnels sur la chaîne du vrac : distributeurs, producteurs, fournisseurs, porteurs de projet...

Deux questions à Guénaëlle Lacroix, Responsable du Pôle Environnement des Mousquetaires, et Célia Rennesson, Co-fondatrice et directrice générale de Réseau Vrac.

Pourquoi avoir accepté d'être partenaire du concours Design Zéro Déchet ?

— GL : Impliqués à tous les stades du cycle de vie des produits, Les Mousquetaires multiplient les initiatives pour accélérer l'émergence de l'économie circulaire. Pour enclencher cette circularité nous devons agir sur l'offre, mais aussi sur la demande en adaptant le comportement des consommateurs et bien évidemment en optimisant la gestion des déchets. Dans ce défi, il apparaît évident que le design joue un rôle central.

— CR : Réseau Vrac fédère 1 600 acteurs de toute la filière avec un but clair : démocratiser le vrac pour changer à grande échelle notre mode de consommation. Notre association au concours Design Zéro Déchet était donc une évidence : cela fait partie de nos missions essentielles de soutenir les initiatives qui vont permettre de rendre le vrac plus accessible, plus pratique, plus beau, plus hygiénique, et plus vertueux.

Qu'attendiez-vous des projets finalistes ?

— GL : Le vrac fait partie d'une de nos solutions pour « Mieux Manger » et pour « Mieux Vivre ». C'est un nouveau marché à fort potentiel, comme il y en a rarement dans la vie d'un distributeur. Nous attendions des finalistes qu'ils nous apportent cette petite étincelle de génie qui va permettre de faire rentrer la consommation du vrac dans tous les foyers. Nous souhaitons également

voir comme le design peut faciliter le fonctionnement de tous les acteurs de chaîne, afin que le vrac devienne une forme de commerce aussi classique que celui des produits pré-emballés.

— CR : Avec plus de 50 % de croissance annuelle, la filière vrac est en plein développement. Elle présente des enjeux à la fois forts et diversifiés : rendre ludique et pratique l'expérience en aval, c'est-à-dire entre le consommateur et le magasin, mais aussi en amont, entre fournisseurs et magasins, pour trouver des solutions à même de réduire les déchets d'emballage. Sur tous ces sujets, le regard des jeunes designers peut nous permettre d'imaginer des solutions à même de développer plus encore le vrac.

QUI SONT LES MEMBRES DU JURY ?

Pour chaque édition du concours Design Zéro Déchet, le Syctom réunit une dizaine d'experts afin de départager les finalistes. Composé de designers, de professionnels de la distribution ou du vrac et de journalistes spécialisés, le jury a ainsi désigné les 3 projets lauréats. Le « Prix du Syctom » a quant à lui été choisi par son Président, Éric Cesari.



Mathieu Lehaneur
DESIGNER, PARRAIN
ET PRÉSIDENT DU JURY

Célia Rennesson
CO-FONDATRICE ET DIRECTRICE
GÉNÉRALE DE RÉSEAU VRAC,
PARTENAIRE DZO



Guénaëlle Lacroix
RESPONSABLE PÔLE
ENVIRONNEMENT DES
MOUSQUETAIRES, PARTENAIRE DZO

Didier Onrait
CO-FONDATEUR DE DAY BY DAY



Charles Saade
DESIGNER ET 1^{ER} PRIX
DU CONCOURS DZO 2017

Yves Puget
DIRECTEUR DE
LA RÉDACTION DE LSA



Violette Dueruet
INGÉNIEUR DE RECHERCHES
À L'AGROPARISTECH

Gérard Bellet
FONDATEUR DE JEAN BOUTEILLE



Dominique Sciamma
PRÉSIDENT DE L'APCI

Philippe Picaud
DESIGNER

4 CRITÈRES DE SÉLECTION

- Qualité du dossier
- Design et innovation
- Bénéfices environnementaux (notamment par la réduction des déchets)
- Faisabilité technique et potentiel de concrétisation

PALMARÈS

Les lauréats du concours 2021

“ Ce qui m’a marqué, c’est le grand sérieux avec lequel les propositions ont été pensées et formulées. Bien-sûr, le sujet et les enjeux l’exigent mais il faut toujours laisser une place à la légèreté, à la fantaisie ou au pas-de-côté. ”

MATHIEU LEHANNEUR

Sur les 20 projets présélectionnés et présentés au jury, 4 ont été récompensés par un prix allant de 1 000 à 5 000 €. Leur force : s’attaquer à des problématiques-clés de la filière, comme la réduction d’emballages en amont de la chaîne, la vente en vrac de produits d’hygiène et de quincaillerie, et l’utilisation à domicile. Les lauréats pourront être accompagnés par le Sycdom et les partenaires de l’édition 2021 pour concrétiser leur projet.

Présentation des étudiants,
mode d’emploi, visuels, vidéos...
Découvrez tous les projets finalistes
dans une version augmentée,
grâce à l’exposition virtuelle dédiée
à cette 9^e édition. Rendez-vous sur

www.designzerodechet.fr



COSALI

Une colonne de distribution de savons liquides adaptée aux supermarchés.



— C'est courageux de s'attaquer au vrac dans les rayons cosmétiques : l'enjeu des marques, la complexité du liquide, la culture de l'hygiène... C'est une façon de se rajouter encore un peu de difficulté. La réponse est juste, humble et très crédible. —

Mathieu Lehaneur,
Designer et parrain



Cosali est un mobilier permettant d'acheter facilement ses gels douches et shampoings liquides en vrac. À gauche, une colonne de distribution connectée contient jusqu'à 12 références. Une fois son produit et la quantité choisis, le client remplit son flacon à la pompe et présente le QR code pour régler en caisse. La partie droite de Cosali comprend un dispositif de rinçage, pour laver ses flacons déjà utilisés. En fonction de la taille du supermarché, plusieurs marques peuvent disposer de leur propre colonne de distribution.

POINTS FORTS

- La vente de flacons réutilisables et personnalisables.
- L'utilisation de matériaux durables.
- La personnalisation de la colonne par les marques.

**Carla Boutin
Loeiza Curis**

3^e ANNÉE
ARCHITECTURE
D'INTÉRIEUR ET DESIGN
LISAA — RENNES

CYCLO

Un silo réutilisable pour fluidifier l'approvisionnement et la vente en vrac.



— Cyclo offre une réponse concrète à la complexité du circuit d'approvisionnement des produits en vrac, des producteurs aux magasins dans une logique de contenants réutilisables. —

Guénaëlle Lacroix,
Responsable Pôle Environnement
des Mousquetaires

Cyclo est un silo réutilisable qui permet de transporter les produits du producteur à l'usine jusqu'au magasin dans un seul et même contenant.

Une fois vide, il est nettoyé puis renvoyé au producteur pour un nouveau cycle d'utilisation. Cyclo fluidifie ainsi la logistique liée au transport, au conditionnement et à la distribution du vrac, tout en réduisant les déchets tout au long de la chaîne. Grâce à leur forme hexagonale, les silos se juxtaposent et s'empilent sans perte d'espace, et optimise de ce fait les trajets des camions.

POINTS FORTS

- Le sas gradué ajouté en magasin.
- La composition des silos en paille de blé et polyéthylène biodégradable.
- L'habillage personnalisable par les marques.

Margot Landry

2^e ANNÉE
DNMADE OBJET
ENSAAMA —
OLIVIER DE SERRES
PARIS

LES INTERCHANGEABLES

Une collection de couvercles et accessoires pour des bocaux multi-usages.



— Ce projet facilite le passage au vrac : par le biais de couvercles interchangeables, il offre à chacun la possibilité d'utiliser ses bocaux pour différents produits vrac et des usages variés. —

Célia Rennesson,
Fondatrice de Réseau Vrac

Les Interchangeables est une gamme de couvercles et d'accessoires qui se fixent sur les bocaux en verre standards. **Les différents bouchons proposés (bec verseur, pompe, robinet, vaporisateur, distributeur de fil) permettent aux produits en vrac de bénéficier des mêmes fonctionnalités que les produits emballés.** En plus de rendre les bocaux plus pratiques, ces extensions ne bouleversent pas les habitudes des usagers et les incitent à consommer davantage de produits sans emballage.

POINTS FORTS

- La vingtaine de bouchons disponibles.
- La fabrication à partir de bouchons de bouteilles.
- Des couleurs volontairement non unifiées pour un design unique.

**Lilas Hémion
Ambre Gaucher**

2^e ANNÉE DNMADE
OBJET ENSAAMA —
OLIVIER DE SERRES
PARIS

SHOP UNE VIS

Une simplification de la vente de quincaillerie en vrac.



— Outre l'analyse pertinente du contexte, le process nous a semblé ingénieux en ce qu'il propose une solution simple pour les clients comme pour les responsables des magasins. —

Éric Cesari,
Président du Syctom



Shop une vis facilite la maintenance des rayons de quincaillerie en vrac et simplifie le libre-service pour les clients. Grâce à la tablette et à la signalétique ludique, le client trouve rapidement les produits qu'il cherche. Ensuite il n'a plus qu'à les poser sur la table de scan, qui reconnaît les différents éléments et génère une étiquette avant passage en caisse. **Shop une vis permet ainsi d'acheter des pièces à l'unité ou en petite quantité.**

POINTS FORTS

- Les bacs de tri pour faciliter le travail des vendeurs.
- Le système de recommandation des produits au client, selon ses besoins.
- L'utilisation de matériel informatique de seconde main.

**William Boisseau
Shanan Nachshon**

2^e ANNÉE
DNMADE OBJET —
LYCÉE FRANÇOIS-
MANSART — LA VARENNE-
SAINT-HILAIRE

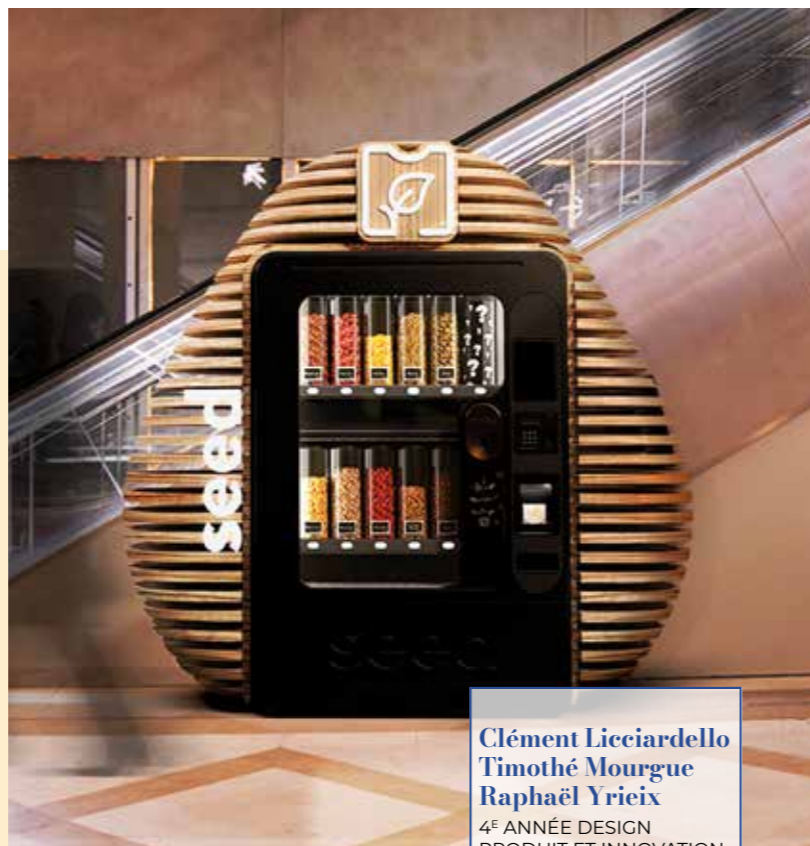
SEED

Un écosystème de vente pour populariser le vrac.

Seed englobe des distributeurs d'en-cas sans emballage, un bar à vrac ainsi qu'un programme de fidélité, fonctionnant comme une boucle. Le client achète d'abord un snack à un automate et découvre la marque. Il se rend plus tard dans une boutique Seed, où le vendeur l'accompagne de A à Z : conseil, service, pesage... Un jeton lui est remis en caisse, pour débloquer une denrée « mystère » à l'un des distributeurs.

POINTS FORTS

- La valorisation de l'expertise des vendeurs.
- L'application pour commander ses courses.
- L'identité visuelle.



**Clément Licciardello
Timothé Mourgue
Raphaël Yrieix**
4^E ANNÉE DESIGN
PRODUIT ET INNOVATION
CREAPOLE — PARIS

VRACARD

Un comptoir de vrac connecté pour accélérer l'acte d'achat.

Avec *Vracard*, le client se sert au distributeur grâce à une carte de fidélité sans contact. La machine indique la quantité et le prix des produits prélevés en temps réel. Toutes les informations sont enregistrées sur la carte : au passage en caisse, il suffit de scanner le code-barres pour payer. En plus, ce comptoir s'accompagne d'une identité visuelle forte qui donne une image plus moderne et attractive du vrac.

POINTS FORTS

- La possibilité de commander sa carte.
- L'application pour suivre ses achats.
- L'ergonomie du comptoir.



**Jeanne Lallemand
Corentin Martin**
1^{RE} ANNÉE CRÉATION
INDUSTRIELLE —
ENSCI LES ATELIERS
PARIS



**Marine Chiron
Alissia Dolo**
3^E ANNÉE
D'ARCHITECTURE
D'INTÉRIEUR & DESIGN
LISAA — NANTES

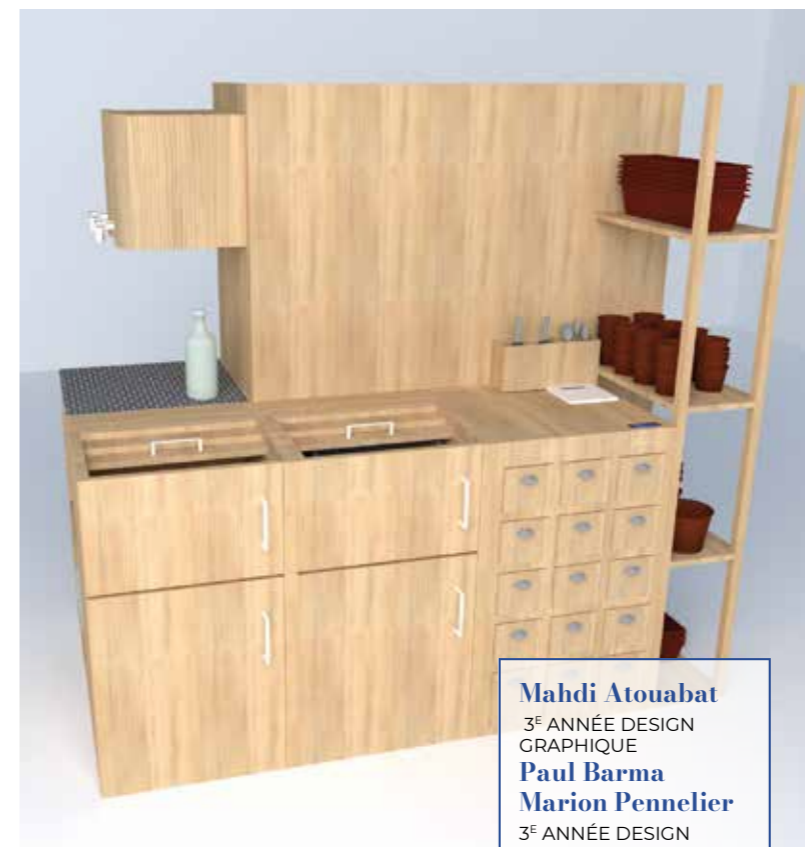
NI PLUS NI MOINS

Un récipient pour doser ses achats alimentaires.

Ni plus ni moins permet au client de connaître directement le poids et le prix des produits qu'il souhaite acheter. Le vendeur fixe le dispositif aux trémies et colle des étiquettes où sont renseignés les grammages et les prix. Pour se servir, le client fait tomber les aliments dans le récipient jusqu'à la quantité désirée, avant de les réceptionner dans son contenant.

POINTS FORTS

- La facilité d'installation et de maintenance.
- La lutte contre le gaspillage alimentaire.
- L'utilisation de matériaux recyclés et/ou recyclables.



**Mahdi Atouabat
Paul Barma
Marion Pennelier**
3^E ANNÉE DESIGN
GRAPHIQUE
3^E ANNÉE DESIGN
D'ESPACE
AUTOGRAF — PARIS

TERRE & GRAINE

Un présentoir modulable pour acheter ses produits de jardinerie en vrac.

Le présentoir *Terre & Graine* propose de nombreux produits de jardinerie en vrac : terreaux, graines, engrais, pousses... En plus de limiter les emballages plastiques, il offre des quantités adaptées aux citadins. **Le meuble comprend un module de terreau, des tiroirs à graines, une colonne de jeunes pousses ainsi qu'un module d'engrais.**

POINTS FORTS

- La fabrication du meuble avec des matériaux de récupération.
- L'adaptabilité du présentoir à toutes les boutiques.
- La vente des graines au poids, en sachet ensemencé ou en mélange prêt à l'emploi.

RE !

Une valorisation du vrac dans les supermarchés pour séduire plus de clients.

RE ! redéfinit le parcours client et l'emplacement des rayons vrac dans les supermarchés. Il valorise les produits sans emballage dans un module central implanté au cœur du rayon fruits et légumes, ainsi qu'en tête de gondole des autres rayons. Cet espace vrac s'accompagne d'une identité visuelle forte, avec une signalétique plus moderne et attractive.

POINTS FORTS

- La campagne d'affichage pour promouvoir le vrac hors des grandes surfaces.
- La rupture avec la linéarité des autres rayons.
- Les informations ludiques sur les aliments.



**Yanis Cheriguene
Sofiane Loutis**
2^E ANNÉE
Alexandre Seigné
3^E ANNÉE
DESIGN D'ESPACE
AUTOGRAF — PARIS

MILY

Un bar à vrac de protections périodiques.

En France, on estime que 201 500 000 boîtes en carton et sachets plastiques, contenant les serviettes et tampons, sont jetés chaque année. **Mily élimine ces emballages secondaires superflus grâce à un bar à vrac.** Chaque marque dispose de sa propre structure chez le distributeur, et propose ses protections périodiques en libre-service avec leur seul emballage primaire essentiel.

POINTS FORTS

- La facilité d'implantation dans toutes les structures.
- Le partenariat imaginé avec le Club Périodes.
- Le mode d'emploi intégré au distributeur.



**Valentine Darmon
Justine Guichard**
2^E ANNÉE DNMADE
ÉVÈNEMENT
LYCÉE MAXIMILIEN-VOX
PARIS

CAD'PACK

Un service 2-en-1 pour les clients de supermarchés.

Cad'Pack est un chariot adapté aux courses sans emballage, grâce à un système de rotation de paniers inspirés des anciens laitiers. Pour un usage optimal, il fonctionne en complément d'un automate pour louer des contenants consignés. **Il limite ainsi les efforts et les pertes de temps traditionnellement liés aux achats en vrac.**

POINTS FORTS

- La gamme de contenants consignés adaptée à tous les produits.
- Le fonctionnement avec l'appli « Mon scan Inter » pour payer sans passer en caisse.
- La conception du chariot avec des matériaux durables.



Amélie Galas
1^{RE} ANNÉE
Arion Spyrou
2^E ANNÉE
DNMADE OBJET
LYCÉE FRANÇOIS-
MAGENDIE — BORDEAUX

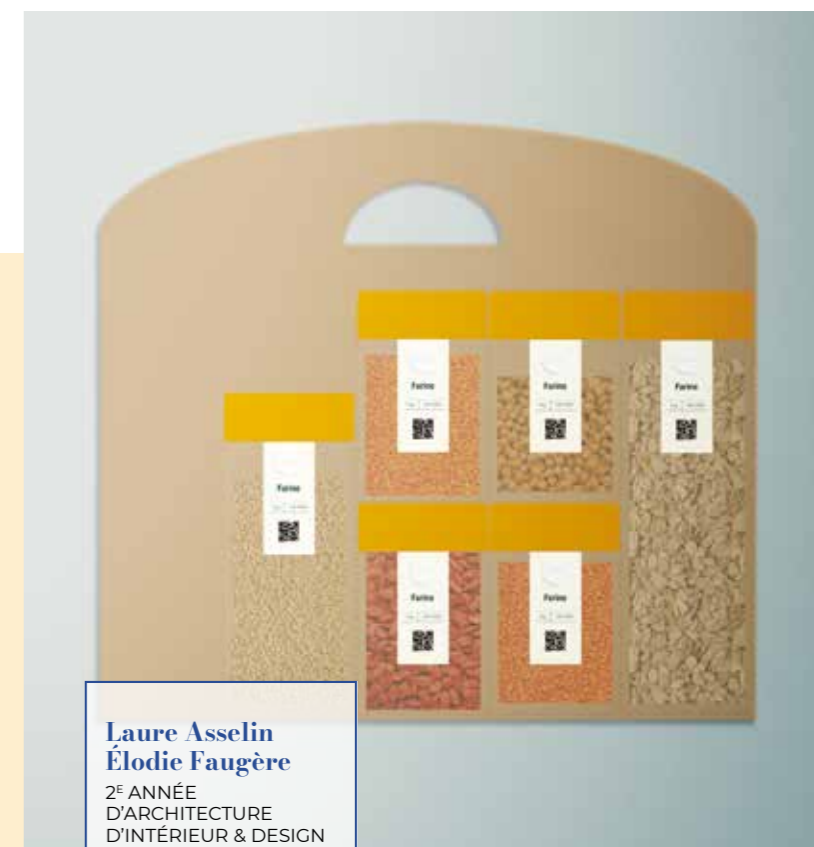
IVIBOX

Une box normalisée pour les courses en ligne.

Ivibox permet d'acheter ses produits en vrac lors des commandes en Drive des supermarchés. Elle comprend une gamme de contenants gradués, consignés et réutilisables, associée à un porte-contenant spécifique. **Ce dispositif permet à la fois au client de passer moins de temps à ranger ses courses, mais aussi de simplifier le travail des préparateurs de commandes.**

POINTS FORTS

- Les 3 tailles de contenants : S, M et L.
- L'étiquette avec QR code pour disposer des informations sur les produits.
- La fabrication en France et en thermoplastique sans PBA.



**Laure Asselin
Élodie Faugère**
2^E ANNÉE
D'ARCHITECTURE
D'INTÉRIEUR & DESIGN
LISAA — PARIS

PULP

Un système de distribution pour faciliter le transport et le rangement.

Pulp est un distributeur d'aliments en vrac couplé à des récipients en carton réutilisables et refermables. Le client pose sa boîte sur le socle du distributeur, équipé d'une balance. Après pesée et impression de l'étiquette sur la « pulp box », il ferme le couvercle et passe en caisse. **Les produits ainsi conditionnés sont transportés sans accident et facilitent le rangement des courses à domicile.**

POINTS FORTS

- Les 3 tailles de contenants : S, M et L.
- La conception du distributeur en acier et bioplastique.
- L'intuitivité de l'interface.



Martin Belz
4^E ANNÉE
Audrey Catena
3^E ANNÉE
DESIGN EN INNOVATION
DURABLE THE SDS
NICE

MATERIA

Un même big bag pour transporter et vendre le terreau en vrac.

Materia s'inspire du mode de vente habituellement réservé aux professionnels : le big bag utilisé pour le transport du terreau est suspendu à un palonnier sur roulettes afin de le transformer en distributeur. **Le client choisit ainsi la quantité de terreau dont il a besoin grâce à la goulotte de vidange.** Une fois vide, il repart chez le fournisseur pour être réutilisé.

POINTS FORTS

- La conception en matériaux durables ou recyclables.
- L'alerte électronique pour prévenir les vendeurs lorsque le sac est vide.
- La personnalisation du motif.



Gaëlle Beuzit
1^{RE} ANNÉE
Gaëtan Delamare
Annabelle Jacquet
2^E ANNÉE
DNMADE OBJET
LYCÉE FRANÇOIS-
MAGENDIE — BORDEAUX

DOZ'EAT

Un distributeur doseur pour acheter juste ce qu'il faut.

Le distributeur Doz'eat garantit au consommateur de n'obtenir que la juste quantité de produit souhaitée. Le client appuie sur le bouton « + » de l'aliment sélectionné pour pré-remplir le sas doseur, juxtaposé sous le réservoir. Ensuite, il n'a plus qu'à positionner son contenant et récupérer ses produits avant de poursuivre ses achats.

POINTS FORTS

- La graduation exprimée en grammes ou en portion (par personne)
- La disponibilité en 3 tailles selon le produit à vendre : petit, moyen ou grand.
- La conception en verre et bambou cultivé en France.

Maud Grand
Maud Noizet
3^E ANNÉE
D'ARCHITECTURE
D'INTÉRIEUR & DESIGN
LISAA — PARIS



Alice Échelard
Léna Fossey
Marion Moalic
3^E ANNÉE
D'ARCHITECTURE
D'INTÉRIEUR & DESIGN
LISAA — RENNES

L'OUTDOOR SET

Un set pour emporter ses rations en vrac à destination des sportifs.

L'Outdoor Set est un set en tissu imperméable et étanche, **facilitant le transport de produits en vrac lors de la pratique de sport en extérieur.** Il est garni de petites poches pour stocker des aliments secs ou lyophilisés en vrac, et peut contenir l'équivalent de 3 repas pour une personne sur 24 heures.

POINTS FORTS

- La taille et le poids du set optimisés pour le transport.
- Le motif inspiré de la carte du lac Titicaca.
- La possibilité de l'utiliser pour des activités quotidiennes : pique-nique, snack, goûter...

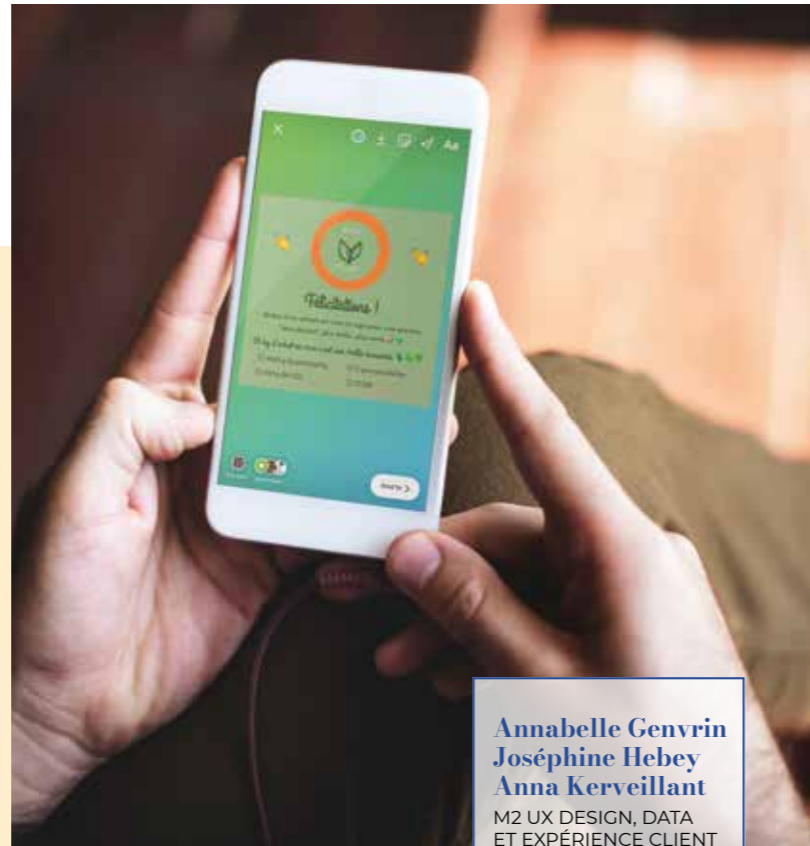
BULK CLUB

Une application pour partager son engagement écologique.

Bulk Club est une application de conseil dédiée à la consommation en vrac. Ses utilisateurs peuvent se fixer des objectifs à atteindre, suivre leurs achats effectués en vrac et visualiser les économies réalisées, que ce soit en euros ou en émissions de CO₂... **Grâce à ses fonctionnalités de partage sur les réseaux sociaux, elle marque l'engagement éco-responsable de ses utilisateurs et crée ainsi un réseau d'ambassadeurs.**

POINTS FORTS

- Le système de récompenses.
- L'utilisation de la théorie du « nudge ».
- La création de trafic en magasin.



**Annabelle Genvrin
Joséphine Hebey
Anna Kerveillant**
M2 UX DESIGN, DATA
ET EXPÉRIENCE CLIENT
ISCOM — PARIS

LE COIN VRAC

Des produits en vrac disponibles dans tous les rayons.

Avec *Le Coin Vrac*, les étagères à silos contenant les produits en vrac s'implantent directement dans les rayons « classiques », et ne sont plus installées dans un rayon à part. **Ce réaménagement, accompagné d'une publicité sur lieu de vente (PLV) rend visible ce mode de consommation à tous les clients**, en les incitant à acheter des produits complémentaires en vrac dans chaque rayon.

POINTS FORTS

- La personnalisation de la PLV.
- La facilité d'installation du dispositif.
- La conception en carton pour un recyclage facile.



Célia Birek
2^E ANNÉE
DNMADE OBJET
LYCÉE ALAIN-COLAS
NEVERS

CATTIE

Un meuble organisé pour optimiser le rangement des produits en vrac.

Le meuble *Cattie* est équipé de caissettes transportables en magasin et remplies de contenants. **Le client fait ainsi ses achats en vrac en rangeant directement les produits dans leur boîte de stockage.** Il n'a plus besoin d'utiliser de sachets en papier ou de sacs à vrac, ni de transvaser les aliments dans un contenant hermétique chez lui.

POINTS FORTS

- Les ardoises pour noter le nom des produits.
- La graduation des contenants.
- La solidité des boîtes pour un transport sans accident.

Morgane Pottier
3^E ANNÉE DESIGN
PRODUIT ET
INNOVATION
CREAPOLE — PARIS



SLOW CARE

Une nouvelle offre de produits d'hygiène en vrac.

Slow Care propose une gamme de produits d'hygiène solides à conserver dans un coffret. Dentifrice, déodorant et démaquillant sont solidifiés et vendus sous forme de tablettes, pains ou granules. **À la maison, ils trouvent leur place dans un coffret de rangement élégant qui invite l'utilisateur à savourer son rituel de soin au quotidien.**

POINTS FORTS

- L'aspect ludique du coffret.
- La fabrication en bambou et céramique.
- La personnalisation des produits de soin selon ses besoins.



Garance Corteville
2^E ANNÉE DNMADE
OBJET — ENSAAMA
OLIVIER DE SERRES
PARIS

DU PROTOTYPE À LA CONCRÉTISATION

Certains projets de l'édition 2021, sélectionnés par le Sycotm ou un partenaire, pourront demain être accompagnés en vue d'un développement (essais, prototypage, production). D'année en année, voici quelques exemples de projets qui ont fait du chemin !

1

GLEAN

3^E PRIX DZD 2016

Erika Cupit

LYCÉE FRANÇOIS-MANSART
LA VARENNE-SAINT-HILAIRE

Glean est un banc public qui se transforme en table les jours de marché. L'objectif ? Permettre aux associations locales de distribuer les invendus des étals et de ranger leur matériel. Devant l'intérêt de nombreuses collectivités, le projet a été inauguré à Vitry-sur-Seine le 21 septembre 2019, après trois ans de travail avec le designer Franck Magné.

— Mon projet était complexe, englobant tout un écosystème et mobilisant beaucoup d'acteurs. Sa concrétisation était une belle surprise et une belle récompense ! —

2

FELTO

1^{ER} PRIX DZD 2017

Charles Saade

LISAA — PARIS

Felto est un dispositif de blocs de feutre empilables et modulables, fabriqués à partir de textiles recyclés. Ces cloisons autoportantes permettent ainsi d'agencer et d'isoler les espaces collectifs. Après la création d'un 1^{er} prototype pour la Paris Design Week 2018, le projet poursuit sa R&D en vue de présenter un nouveau modèle prochainement...

— Le concours m'a permis de traiter un projet de façon globale, mais aussi de me rendre compte de la responsabilité du concepteur quant à l'impact de sa création. —



1



2



3



4

4

LA CABANE

1^{ER} PRIX DZD 2020

Elliott Pananceau

LYCÉE FRANÇOIS-MANSART
LA VARENNE-SAINT-HILAIRE

Ce mobilier urbain, destiné à rejoindre les halles du Marché de Rungis, simplifie les dons d'invendus par les grossistes. Il permet de protéger les denrées, de les comptabiliser et de faciliter de ce fait l'obtention de déductions fiscales. Le projet est actuellement en cours de concrétisation avec la SEMMARIS, partenaire du concours DZD 2020.

— La Semmaris va choisir un designer professionnel qui prendra en charge la suite du projet, et j'interviendrai également comme designer indépendant. Cette opportunité est une chance ! —

3

BIOSAC

PRIX DU SYCTOM DZD 2016

Sandie Traverse

LYCÉE FRANÇOIS-MANSART — LA VARENNE-SAINT-HILAIRE

Pliable et étanche, ce sac simplifie le tri des biodéchets à domicile et facilite leur transport jusqu'au composteur. En 2017, le projet a été développé en partenariat avec l'entreprise Plastic Omnium. Après un prototypage concluant, expérimenté par des usagers en 2018, *Biosac* est aujourd'hui distribué sur l'ensemble du territoire du Sycotm.

— Par le biais du concours DZD et grâce à la concrétisation de mon projet, j'ai gagné en assurance et j'ai pu obtenir une première expérience professionnelle. —

UN ACCOMPAGNEMENT DES ÉCOLES TOUTE L'ANNÉE

Au fil des éditions, et grâce à l'ouverture du dispositif à l'échelle nationale, le concours Design Zéro Déchet a tissé des relations privilégiées avec des écoles d'art, de design ou de communication.

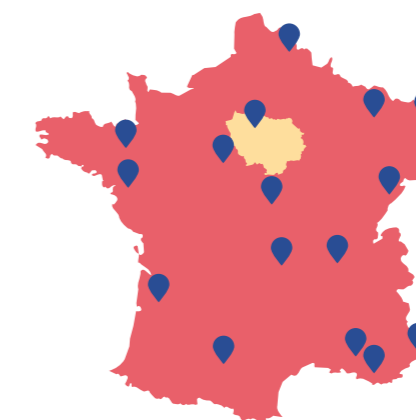
Le Sycatom accompagné de son prestataire, l'agence spécialisée THEMA DESIGN, réalise les séminaires à la demande des écoles, avec l'appui de designers professionnels. Ces moments sont l'occasion de présenter la démarche et la thématique de l'année, mais aussi de nourrir la réflexion des étudiants et de leurs professeurs.

— **Les séminaires d'introduction** proposent une immersion dans les enjeux de la prévention et de la gestion des déchets, les principes de l'éco-conception et la thématique du concours, vidéos et documentation à l'appui.

— **Les ateliers de suivi de projets** accompagnent les étudiants dans l'avancement de leurs projets en veillant à ce qu'ils s'inscrivent bien dans la thématique et les objectifs du concours et en les aidant à estimer les impacts environnementaux tout au long du cycle de vie.



En 2021, 32 écoles ont ainsi participé dont 20 ont bénéficié d'un accompagnement toute l'année.



PARIS

- Autograf
- CREAPOLE
- ENSAAMA Olivier de Serres
- ENSCI - Les Ateliers
- Institut Sainte-Geneviève
- ISCOM
- LISAA
- Lycée Maximilien-Vox

Séminaire d'introduction (2019)

ÎLE-DE-FRANCE

- Lycée François-Mansart (La Varenne-Saint-Hilaire)
- Strate (Sèvres)
- Université d'Évry

HORS ÎLE-DE-FRANCE

- École de Condé Lyon
- École de Condé Nice
- École de design Nantes Atlantique
- École des Mines (Nancy)
- ESAAT (Roubaix)
- ESADMM (Marseille)
- ESDAC Aix-en-Provence
- ImmaConcept (Bordeaux)
- IMT Atlantique (Nantes)
- ISCID (Toulouse)
- ISD Rubika (Valenciennes)
- LISAA Nantes
- LISAA Rennes
- Lycée Alain-Colas (Nevers)
- Lycée Camille-Claudel (Blois)
- Lycée François-Magendie (Bordeaux)
- Lycée Godefroy-de-Bouillon (Clermont-Ferrand)
- Lycée Le Corbusier (Illkirch)
- Lycée Léonard de Vinci (Valbonne)
- The SDS (Cagnes-sur-Mer)
- Université de technologie de Belfort Montbéliard



Émilie Baroz

LYCÉE FRANÇOIS-MAGENDIE – BORDEAUX
Professeure agrégée DNMADe « Design et innovation sociale »

— Ce concours est intéressant car il s'adresse spécifiquement aux étudiants, et propose un accompagnement adapté au cadre de la formation publique qu'est le DNMADE. La production durable et la gestion des déchets constituent un des volets des thématiques de notre formation. Ce sont d'ailleurs les élèves qui ont demandé de participer à DZD ! —



Jean-Christophe Laprée

CREAPOLE – PARIS
Responsable du département Design Produit et Design de Rupture

— Pendant le séminaire de suivi, chaque étudiant a eu un entretien individuel pour échanger sur ses premières pistes créatives. C'est rassurant pour eux qui, dans ce type de challenge, cherchent à sécuriser l'énergie investie et se donner les meilleures chances. Le concours DZD, avec une dotation, les projette dans les conditions d'une étude réelle. —



Julien Zorzin

LISAA – RENNES
Designer et professeur

— DZD est pertinent par la multitude d'applications possibles. Les réponses aux thématiques touchent la stratégie, l'organisation sociale et territoriale, la sémiologie... De nombreux aspects que j'ai pu aborder en cours et qui ont été un bon levier d'apprentissage pour sortir de la caricature du designer trop souvent intégrée par les étudiants. —



| l'agence
| métropolitaine
| des déchets
| ménagers

86 rue Regnault, 75013 Paris
01 40 13 17 00
sycdom-paris.fr
concoursdzd@sycdom-paris.fr