



WAOUUP

En route vers des modèles circulaires, Pourquoi ? Comment ?

Carnet stratégique

Nos axes de réflexion

- 1** La boucle la plus simple est toujours la meilleure p.4
- 2** Pas de circularité sans profitabilité p.8
- 3** La circularité comme booster de valeur perçue p.12
- 4** La circularité est un modèle d'entreprise à part entière p.15
- 5** Anticiper le scale-up de la circularité dès le départ p.19
- 6** Sans objectif ni dynamique collective, on tourne carré p.23
- 7** Gestion des flux : circulation optimale p.27

Notre industrie traverse **une période charnière**, marquée par des bouleversements environnementaux, sociaux, économiques et numériques qui **modifient profondément nos pratiques** d'approvisionnement, de production, de distribution et de gestion des produits en fin de vie.

Le modèle linéaire (extraire, produire, consommer, jeter) n'est pas assez résilient pour faire face aux défis d'aujourd'hui : vulnérabilité des approvisionnements, coût de l'énergie, rigidité des supply chains, exigences des consommateurs finaux etc...

Chez Waoup, nous pensons que c'est l'opportunité de se réinventer en faisant **pivoter nos modèles vers des modèles économiques circulaires**.

C'est pourquoi ce carnet stratégique a pour ambition de donner des clés, pistes de réflexion et bonnes pratiques pour bifurquer vers un modèle circulaire. L'économie circulaire vise à créer des systèmes de production durables, augmentant la durée de vie des produits et services tout en réduisant l'impact environnemental, la consommation de ressources et la génération de déchets.

Des modèles plus vertueux à plusieurs niveaux :

- **environnemental** : moins d'émission de CO₂, préservation des ressources naturelles ...
- **social** : création d'emplois dans de nouvelles filières de collecte, de réparation, de recyclage,
- **économique** : réduction de la facture énergétique, sécurisation de l'approvisionnement
- **territorial** : l'ancrage local pour réduire ses distances et dynamiser un territoire

Êtes-vous prêts à révolutionner vos chaînes de valeur ? À générer de nouvelles sources de revenus ? À renforcer votre compétitivité et votre responsabilité envers la planète et les générations actuelles et futures ?

Alors rentrons dans le vif du sujet grâce à notre analyse sur des cas concrets d'industriels !

Une équipe d'entrepreneurs engagés

+ de 100 projets concrétisés
5 start-up Studios créés
des dizaines de start-up lancées

Qui a défini

7 piliers

identifiés pour pivoter vers un modèle circulaire

Confrontés à

7 industriels interviewés pionniers de la circularité

qui nous font part de leur expérience, bonnes pratiques et pièges à éviter

1

 **La boucle la plus simple est toujours la meilleure**



La boucle la plus simple est toujours la meilleure

Les boucles circulaires :

Le modèle circulaire repose sur des boucles permettant réutilisation de la matière ou du produit avant sa destruction finale. Un produit doit être rapidement et frugalement orienté vers la bonne boucle circulaire : sourcing, éco-conception & modularité, optimisation des processus de fabrication pour minimiser les pertes de matières, la durabilité & réparation de ses produits, le reconditionnement potentiel et in fine le recyclage de ses composants & matières

Identifier la bonne boucle :

Choisir la bonne boucle de régénération dans un objectif de rétention de valeur est primordial.

La boucle la plus simple, permettra de s'approprier une démarche circulaire tout en limitant les risques d'échec. Comme pour les méthodes des petits pas et de l'effectuation, démarrer avec les ressources disponibles et démarrer petit, permet de prendre confiance, un apprentissage progressif et favorise le test and learn.

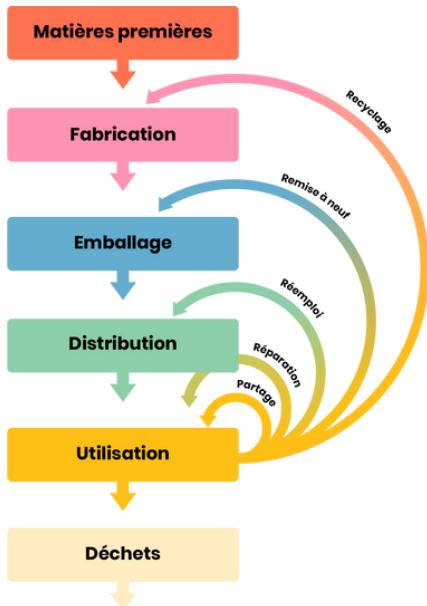
La circularité implique de nouvelles façons de travailler, un nouveau mindset et la mise en place de nouveaux objectifs tout au long de la chaîne de valeur. Plus les boucles sont larges, plus les acteurs concernés sont nombreux et interdépendants, plus les investissements sont importants, plus l'inertie et les risques sont présents, et plus les réticences aux changements sont grandes.

Commencer par une boucle simple fait monter en compétences, sensibilise le Comex, les employés et les parties prenantes à la démarche et favorise l'adhésion pour enclencher par la suite des chantiers plus importants.

Chaque entreprise est différente, et trouvera sa propre boucle.

Voici quelques exemples de boucle :

- **Boucle d'éco-conception** d'une offre plus responsable, éthique, modulaire, réparable. L'allongement de la durée d'utilisation de la matière réduit fortement la quantité de déchets produits (80 % des incidences des produits sur l'environnement sont déterminées lors de la phase de conception)
- **Boucle de sourcing et de transformation** des matières plus responsables, plus locales, réutilisables, triables et recyclables
- **Boucle de production** du produit et de son packaging de manière plus sobre, plus locale
- **Boucle de distribution** plus responsable, plus locale : transport vers les entrepôts & stockage moins énergivore, idem pour la distribution aux détaillants plus locale
- **Boucle de fin de vie :** reconditionnement, upcycling, recyclage



Choisir une boucle circulaire simple à mettre en place - Actions concrètes et pistes de réflexion :

- Éviter la complexité et se concentrer sur une activité qui apporte de la valeur** (pour les utilisateurs, la société, l'entreprise) avec des actions concrètes et réalisables à court terme.

Comment ? : analyser l'ensemble de sa chaîne de valeur pour identifier les points critiques et les opportunités potentielles (approvisionnement, valorisation des chutes de production, réparation, recyclage etc...)

-
- Trouver les pistes de transformation** des opérations en plaçant les étapes en face de chaque opportunité potentielle : circuits courts, réemploi, éco-conception, mutualisation etc.
-

- Se concentrer sur un périmètre défini** (une région, un pays, une ligne de produits, un partenaire etc.) pour gagner en agilité et minimiser les risques des nouvelles pratiques. C'est un bon moyen pour rassurer les partenaires internes et externes, favoriser la conduite du changement et embarquer plus facilement de nouveaux sponsors.
-

- Tester à petite échelle** permet d'évaluer et de valider l'attractivité et la viabilité du modèle, pour ensuite convaincre et étendre la circularité plus largement

Retour d'expérience avec Marie Blanchard Brunel

Directrice Marketing Innovation & RSE
et Louise NADOBNY IMBERTON,
Responsable RSE & Communication Corporate

Chez ADDEV Materials, les équipes se sont engagées dans une démarche d'économie circulaire en adoptant de nombreux principes, notamment l'éco-conception et la réutilisation des déchets de production. L'un des derniers projets phares consiste à récupérer les chutes de matières provenant des rouleaux d'adhésif, afin de les réutiliser, et les réintroduire dans le circuit de distribution, processus qui tend à se généraliser.

Identification de la boucle circulaire

La première étape pour ADDEV a consisté à identifier les coproduits issus de sa chaîne de production. Les chutes d'adhésif, en particulier, se sont révélées significatives. L'entreprise a donc mis en place un système de collecte afin de les réutiliser pour des échantillons de démonstration et de les valoriser sur un nouveau marché B to C, notamment via Amazon.

Cette initiative est née d'une volonté déterminée de transitionner vers une économie circulaire, concrétisée par l'adoption de l'éco-conception.

Pour passer à l'action, trois leviers ont été activés :

- Les équipes sur le terrain identifient et remontent les ressources et déchets tout au long de la chaîne de production.
- La collaboration avec les clients, intégrant leurs retours et répondant à leurs besoins.
- La réalisation des gains de coûts potentiels.

Plus qu'une boucle, une philosophie circulaire

Au-delà de cette boucle circulaire, ADDEV MATERIALS a identifié des « quick wins » : « nous impliquons les fournisseurs dans un approvisionnement plus éthique via des accords, nous réutilisons et retraitons les emballages, et enfin nous améliorons notre impact en repensant nos solutions ». Ces actions clés contribuent significativement à l'économie circulaire.

« Nous avons la volonté de prendre des initiatives en matière de circularité, mais il est impératif que tous les acteurs impliqués assument leur responsabilité afin de maximiser l'impact. »

Ces efforts ne sont pas sans difficulté, et la commercialisation de ces produits circularisés exige :

- de nouvelles compétences en marketing, commerce et web,
- une connaissance approfondie de la nouvelle cible,
- une maîtrise de la logistique et de la gestion des stocks de ces produits.

Les équipes ADDEV Materials ont su développer leurs compétences en écoconception, expérimenter des boucles circulaires, et initier un mouvement global auprès d'autres acteurs.



Pour aller plus loin by Waoup

Tout part d'un diagnostic terrain

- Analysez vos pratiques et identifiez les opportunités de boucles circulaires (même les boucles cachées comme les emballages secondaires et tertiaires).
- Projetez plusieurs boucles, évaluez les externalités positives et négatives potentielles et identifiez les points de bascule pour vous assurer de l'intérêt environnemental.

Priorisez et choisissez la bonne boucle, les analyses de cycle de vie peuvent vous orienter sur le choix du périmètre de la chaîne de valeur et de la bonne ligne de produits. Les critères à prendre en compte :

- Valeur créée pour l'environnement, la société et l'économie,
- Ressources disponibles
- Opportunité économique : réduction de coûts et / ou nouvelle source de revenu

Pour passer à la mise en oeuvre, découpez vos objectifs en plusieurs sous-objectifs

Suivez la méthode des petits pas, un principe qui permet de prendre confiance dans la circularité, de monter en compétences et de maximiser les succès. Par exemple, si votre boucle est la réutilisation de chute de production, les sous-objectifs pourraient être :

- mise en place du circuit de collecte des chutes et d'évaluation des potentiels (localisation, quantités, composition, taille, etc...)
- Arbre de décision pour orienter la matière au bon endroit (service couture, associations, partenaires, recyclage, etc...)
- Production de nouveaux accessoires fabriqués à partir des chutes
- Mise en place du / des circuits de distribution : vente au personnel, vente en direct online, distributeurs partenaires ...
- Évaluation de chaque étape avec des KPI d'impact, business et de faisabilité

2



Pas de circularité sans profitabilité



Pas de circularité sans profitabilité

Circularité et performance économique :

Pour être durable, une entreprise doit être économiquement performante. Pivoter vers l'économie circulaire n'est pas une fin en soi, ni un idéal inatteignable. La circularité doit dégager une marge suffisante pour soutenir les activités et la mission de l'entreprise.

Mise en pratique :

Une gestion efficiente des ressources est primordiale : maximiser l'utilisation de ses ressources en minimisant le gaspillage, en réduisant sa consommation et en favorisant la réutilisation de ses matériaux recyclés et la valorisation ses déchets.

L'entreprise peut trouver des opportunités pour réduire ses coûts : l'achat de nouvelles matières (en alternative aux matières pétro-sourcées, réutilisables, recyclables), l'optimisation de sa supply chain, la mutualisation de ressources communes avec d'autres acteurs du territoire, la mise en place d'une symbiose industrielle ainsi que la réduction des fonctionnalités inutiles, de ses déchets et de ses dépenses énergétiques contribuent à améliorer sa rentabilité économique.

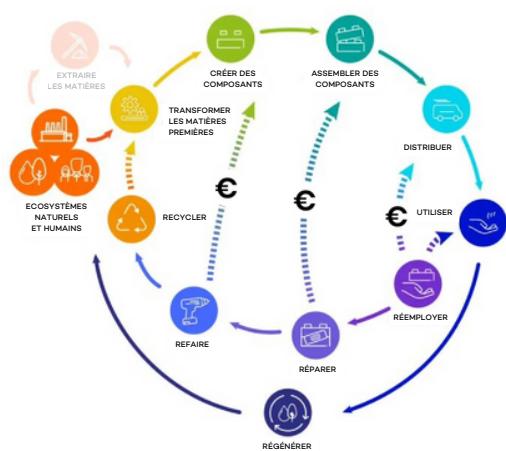
De nouvelles sources de chiffre d'affaires sont à identifier. Pour ce faire, l'entreprise doit être particulièrement connectée aux usages et besoins du marché et à l'évolution de son écosystème. L'innovation entre en jeu car l'entreprise peut innover sur les usages de la matière et sur de nouvelles formes de valeur.

Exemples d'opportunités à analyser :

La valorisation & la vente de ses coproduits et de ses déchets, l'importance du marché de la seconde main, la réparation et le reconditionnement de ses produits, l'attrait pour la location vs la possession (product as a service), un circuit de distribution plus court etc...

Prenons l'exemple de la réparation et du reconditionnement. Tous les produits ont des grades de détérioration différents et nécessitent plus ou moins d'interventions. Le process doit être adapté aux différents états des retours. Si les réparations sont trop coûteuses, le produit n'est pas à réparer car il difficile d'avoir des gains économiques conséquents sur les produits à faible coût. Les produits les plus chers sont les meilleurs candidats pour les boucles de circularité.

La clé est d'apporter une valeur supplémentaire identitaire à la marque.



Coupler circularité et profitabilité, quelques actions et pistes de réflexion :

Réduire ses coûts de réparation en utilisant ses propres pièces détachées d'occasion, en changeant le moins de pièces possible lors de la réparation avec des produits toujours plus démontables

Réduire ses coûts de stockage et de destruction en remettant sur le marché des produits dormants : retournés par les consommateurs, invendables en l'état dans le circuit classique, avec un léger défaut

Se connecter aux ressources territoriales : matières, acteurs, partenaires, dispositifs, outils de production, politiques publiques etc...

Optimiser ses ressources et ses déchets : ses emballages, ses packagings, mise en place des éco-recharges, de consignes, palettes réutilisables

Générer de nouveaux flux monétaires avec de nouveaux business models basés sur le partage, la location, la mutualisation des ressources, l'économie de la fonctionnalité

Retour d'expérience avec Chloé NEYRIA,

Directrice E-commerce DtoC - Initiatrice et pilote de l'activité de reconditionnement de Babymoov

Origine du projet :

“Tout a démarré il y a 4 ans, nous avons vu que le marché de la seconde main en puériculture était en pleine croissance” L'enjeu pour Babymoov a été de se positionner sur ce nouveau marché en répondant à la problématique suivante : comment apporter de la valeur tout en réduisant leur empreinte carbone ?

“Créer un C to C ne faisait pas sens, alors nous avons décidé de créer une boucle de reconditionnement en créant de la valeur : récupérer des produits usagés, les nettoyer, les réparer, les remettre à neuf avec une garantie de 1 an et un respect des normes.”

Cette démarche est venue de quelques salariés du groupe, très motivés pour accroître l'impact environnemental de leur entreprise. La clé du succès pour Chloé ? La culture intrapreneuriale a permis au projet d'être initié, testé et développé à grande échelle.

Les étapes clés :

“La première opportunité était de récupérer les retours B to B des magasins (rétractations des clients, retours, problème SAV), cela a très bien marché. Par la suite nous avions besoin de plus de

stock de produits usagés, d'où le lancement de notre plateforme de rachat auprès de nos consommateurs qui a permis de massifier les flux.” La marque s'est appuyée sur ses atouts : les produits Babymoov étant garantis à vie, ils ont eu une force de frappe au niveau de la communication sur l'offre de reprise grâce à leur CRM.

Chloé nous a fait part de 3 points d'attention pour lancer une boucle de reconditionnement à grande échelle :

- “s'assurer de la disponibilité des pièces détachées pour pouvoir réparer rapidement en professionnalisant le stock de pièces. Nos pièces ne sont pas universelles comme avec un téléphone par exemple, elles sont liées à nos propres fournisseurs. C'est une nouvelle gymnastique à mettre en place : faire rapatrier les pièces au bon volume et au bon moment, et aussi collecter les pièces encore utilisables des appareils usagers que nous démontons.”
- “avoir assez de produits à reconditionner et à revendre. C'est important de faire connaître l'offre de reprise de Babymoov, d'embarquer les acteurs de notre distribution, d'ouvrir des points de collecte, de faire connaître notre plateforme de rachat avec rétribution financière.”
- “avoir la bonne capacité de réparation : c'est difficile de recruter des réparateurs, nous avons fait une campagne en partenariat avec « France Travail » car il n'y a pas vraiment d'école qui forme à ces métiers de réparateurs. Il nous faut les bonnes personnes avec les bonnes compétences”

“Notre ambition avec ce projet n'a pas été de dégager tout de suite de la marge, mais plutôt d'installer cette activité pour apporter de la valeur pour notre consommateur et œuvrer d'un point de vue environnemental.”

Pour aller plus loin by Waoup

Se questionner sur la valeur que l'on souhaite créer.

Elle doit être identitaire pour les consommateurs et peut se décliner sous plusieurs formes : matérielle, servicielle, territoriale, environnementale ou sociale. Un moyen de booster l'attractivité d'une offre, d'une marque et de se différencier des concurrents.

Mise en pratique :

1. Lister ses ressources disponibles (matérielles, servicielles, data, compétences, partenaires etc.), identifier des ressources locales sur lesquelles s'appuyer (gisement local, déchets disponibles, partenaire local ...) un moyen de minimiser ses investissements et de capitaliser sur ses atouts et son écosystème.
2. Se connecter rapidement aux services internes supports (RSE, supply chain, les achats et le commerce) et aux partenaires déjà connus (fournisseurs, associations, livreurs, recycleurs...) pour être plus efficace et trouver des raccourcis
3. Capter de nouveaux flux monétaires en commercialisant en Direct to Consumer pour maximiser ses marges
4. Changer / adopter de nouveaux métiers : proposer des services de maintenance, de réparation, fabriquer ses propres pièces détachées & composants.

3



La circularité comme booster de valeur perçue



La circularité comme booster de valeur perçue

Circularité et éthique :

Chaque acte d'achat a un impact éthique, perception amplifiée par l'accès instantané à l'information. **La circularité ouvre le champ à de nouvelles propositions de valeur, car un produit circularisé apporte une valeur différente d'un produit issu d'un modèle linéaire.**

Proposer d'autres promesses et d'autres narratifs permet d'augmenter la valeur du produit.

64% des consommateurs ont essayé d'avoir un impact positif sur l'environnement par leurs actions quotidiennes en 2023 (Euromonitor).

Proposer des produits responsables n'est pas une contrainte mais une opportunité d'apporter de nouveaux bénéfices :

- un produit plus écologique et éthique (éco-conçu) : économe en ressources naturelles
- un produit de meilleure qualité et donc plus durable dans le temps
- plus de services : réparabilité, reprise du produit usagé, accès à une communauté
- un produit plus performant et ergonomique : co-construit avec des consommateurs
- un produit à impact territorial : fait en France ou localement : crée de l'emploi local, valorisation des savoir-faire, plus de proximité avec la marque
- un produit à impact social : partenariat avec des associations, emploie de femmes et des hommes en insertion professionnelle

L'enjeu est de ne pas tomber dans le greenwashing, en restant humble sur ce que l'entreprise sait faire et ce qu'elle ne sait pas encore faire. Tout est histoire de transparence et d'authenticité.

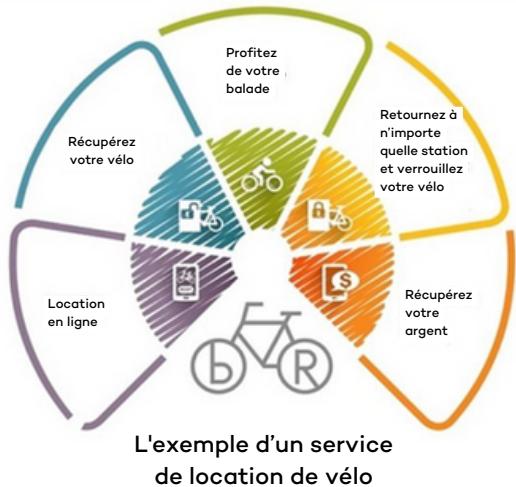
✖️ Les dont's :

- une promesse disproportionnée en ce qui concerne le bénéfice environnemental du produit ou du service.
- L'absence ou l'insuffisance d'information ou de preuve : l'avantage écologique ou la démarche ne sont pas expliqués ou trop évasifs.
- un label non certifié.
- une fausse exclusivité.

✓ Les do's :

- Plus qu'expliquer, montrer sa démarche : reportages, vidéos, articles, tutos, visites d'usine ...
- Incarner sa démarche : expliquer ce que l'entreprise ne sait pas encore faire, pourquoi et les prochaines étapes.
- Mobiliser son écosystème : faire parler les partenaires, ambassadeurs, clients
- Faire preuve de cohérence et d'alignement à toutes les étapes : au sein de son entreprise, avec ses partenaires, auprès de ses clients.

Tip's



Quelles actions concrètes pourraient être mises en place ?

Recruter et engager une communauté de bêta testeurs pour comprendre les vérités terrain et parler vrai !

Créer un parcours expérientiel et cohérent, au-delà du produit (s'informer, s'équiper, réparer, collecter, recycler...)

Initier un maillage de l'écosystème pour que les acteurs s'engagent avec nous (communauté de consommateurs, distributeurs, partenaires...)

Définir les bons messages à transmettre avec un ton de voix qui inspire la transparence, le lien émotionnel et la proximité

Élaborer une stratégie de commercialisation impactante qui joue sur la désirabilité d'un produit exclusif

4



La circularité est un modèle d'entreprise à part entière



La circularité est un modèle d'entreprise à part entière

Pivoter vers des modèles circulaires :

L'économie circulaire prend pour fondement l'allongement de la durée de vie des matières. Les entreprises peuvent intégrer la circularité dès leur création (elles sont nativement circulaires) ou post-création dans le but de pivoter ce qui implique une transformation des modèles économiques franche et progressive. La circularité est un modèle à part entière qui nécessite de repenser sa chaîne de valeur de l'extraction des ressources jusqu'à la deuxième vie du produit / service, le choix de ses parties prenantes et la nature de ses interactions. Un modèle qui s'appuie sur la réduction de son empreinte environnementale et sur l'aspect régénératif de ses activités : matière, énergie, eau, sol, biodiversité ... Un changement de paradigme plus facile à mettre en place via une activité indépendante.

Un modèle indépendant permet une liberté d'expérimentation et une indépendance de gestion, facteurs clés pour :

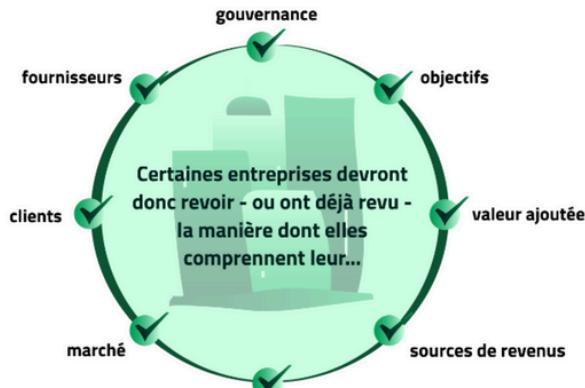
- stimuler l'innovation, l'équipe dédiée travaille hors des process classiques ce qui lui donne plus de créativité, d'initiative et une adaptation rapide face aux changements
- maximiser les chances de réussite : en portant le projet comme un business à part entière, l'entreprise se concentre sur la vision à long terme de l'économie circulaire sans être entravée par les contraintes opérationnelles quotidiennes du "business as usual"

Le modèle circulaire est vu sous un prisme systémique

Il ne suffit pas d'ajouter un seul service en bout de chaîne, il impacte toutes les composantes : le couple proposition de valeur / cible, les services associés, le sourcing, la production, la distribution, les partenaires, coûts et sources de revenus.

Concrètement la chaîne de valeur doit être passée au crible pour sortir d'une supply chain clusterisée et faire circuler le plus localement possible les flux tangibles et intangibles. Pour se faire, la traçabilité et les datas à chaque étape de la chaîne sont indispensables.

Modèle économique dédié, équipe autonome, expérimentation agile et frugale, pilotage par la vision d'abord, par la rentabilité ensuite, budget basé sur une « perte acceptable » : c'est penser son modèle en mode start-up.



Pour intégrer la circularité dans votre modèle,
il faut revoir toute votre chaîne de valeur

Quelles actions concrètes pourraient être mises en place ?

- Créer une structure dédiée avec ses propres activités :
 - de production, de réparation
 - de collecte de chutes, de co-produits, et de produits en fin de vie,
 - de distribution
-
- Outiliser une équipe dédiée :
 - dotée d'un fort leadership et un mindset d'entrepreneurs pour mettre en place des nouvelles solutions avec des pratiques plus agiles
 - câblée pour concrétiser un business à impact
 - drivée par une gouvernance réactive et décentralisée
-
- Piloter le projet par l'impact : les indicateurs environnementaux et sociaux sont priorisés vs les indicateurs business.
-
- Entreprendre en perte acceptable. Les risques encourus ne mettent pas en péril les activités cœur de l'entreprise.

Retour d'expérience avec Alain Pautrot

VP Consumer Satisfaction, a initié, développé et pilote REPARSEB,

Présentation de RepareSeb :

C'est une coentreprise (joint-venture-sociale), fruit d'une collaboration entre une association qui apporte son accompagnement social (Le Groupe Ares) et du Groupe SEB qui apporte son expertise industrielle, avec un but commun : aider les personnes éloignées de l'emploi en développant un modèle d'économie circulaire basé sur une boucle de reconditionnement de petits appareils d'électroménager.

Origine du projet : Dès le début du projet il y avait cet enjeu : changer de paradigme pour le groupe SEB "monter et investir dans une structure indépendante appartenant à l'ESS qui délivre une réussite sociale avant tout, donc sans recherche de gain économique à court terme."

Une activité indépendante : En sortant cette activité du groupe SEB, le projet a pu avoir ses propres objectifs et indicateurs (insertion professionnelle, formation, recrutement, allongement de la durée de vie des produits, impact environnemental ...) et l'acceptation de pertes limitées et non pas de bénéfices. Si ce projet avait été initié dans le groupe SEB via les process et indicateurs classiques, il n'aurait pas pu voir le jour. Au delà des objectifs et des KPI,

l'activité est différente : réparation et reconditionnement de produits, "nous avons construit une quasi-usine dédiée à ces 2 activités, avec une nouvelle gestion des flux, des outils spécifiques, des compétences et une équipe de réparateurs dédiée."

Une mission unique : "Les femmes et les hommes qui entrent dans le parcours évolutif REPARSEB bénéficient d'un accompagnement socioprofessionnel individualisé et d'une formation technique à la réparation afin de jouir d'une expérience qualifiante dans le secteur de l'économie circulaire et de retrouver, au bout de 18 à 24 mois, un emploi stable."

Une réussite pour l'industriel qui a su collaborer avec son partenaire, qui valorise son utilité dans la sphère sociale, sa stratégie RSE, sa marque employeur et développe son vivier de techniciens & réparateurs.

Les facteurs clés de succès : "Pouvoir expérimenter hors "process". "Au début on appelait ce projet le labo de l'économie sociale et circulaire, le fait de pouvoir tester en sortant de ses activités, ses process industriels, ses KPI, c'est indispensable".

"C'est d'embarquer ou d'initier le projet avec l'équipe dirigeante, avec seulement quelques personnes en mode "side project". Le projet s'est très rapidement lié à une collectivité, la Ville de Paris, ce qui a été un accélérateur."

Le prochain enjeu : "Internaliser les activités de réparation & reconditionnement au sein des activités cœur du groupe SEB" un moyen de capter plus de valeur, d'embaucher les salariés à la fin de leur parcours et de massifier le poids du reconditionné dans l'offre globale du groupe.



Pour aller plus loin by Waoup

Débuter avec une toute petite équipe en s'appuyant sur la culture entrepreneuriale, permet de développer un nouveau business model en mode "Start-up" :

- Rechercher le "WHY" de son modèle circulaire : pourquoi voulez-vous pivoter vers du circulaire, la finalité ultime de ce changement de modèle ? (personnellement, économiquement, sociologiquement, etc...)
- Identifier le "WHAT" quelle est votre proposition de valeur ? à qui s'adresse-t-elle ? En quoi elle est différente de votre "business as usual" ?
- Définir le "HOW" ce qui sera indispensable pour mettre en place votre circularité : quels partenaires ? Quels process ? Quels KPI ? Quelle gouvernance ?
- Piloter votre projet par le "faire", en test & learn. L'échec est bénéfique et sera accepté dès lors que vous travaillez dans une "structure" nativement pilotée en perte acceptable, en dehors de vos activités core business traditionnelles

5



Anticiper le scale-up de la circularité dès le départ



Anticiper le scale-up de la circularité dès le départ

Anticiper pour lever les risques :

Pivoter d'un modèle linéaire à un modèle complètement circulaire n'est pas facile à mettre en place. Pour arriver à se transformer, certes la boucle la plus simple est la plus pertinente, mais il est indispensable d'anticiper la massification des flux et l'industrialisation des opérations, en s'appuyant notamment sur le digital.

Pourquoi ?

- Maximiser l'effet de levier : l'équipe pilote dessine une organisation qui pourra être évolutive et extensible.
- Inspirer le CHANGE : en anticipant, on sensibilise et crée l'adhésion de tous les acteurs internes et externes à différents niveaux, qui seront le cas échéant motivés et préparés au passage à l'échelle.
- Gagner du temps : trouver des raccourcis dès le début pour anticiper les bonnes conditions et réagir rapidement au moment voulu

Anticiper c'est s'assurer de la fluidité des opérations en s'appuyant sur le digital :

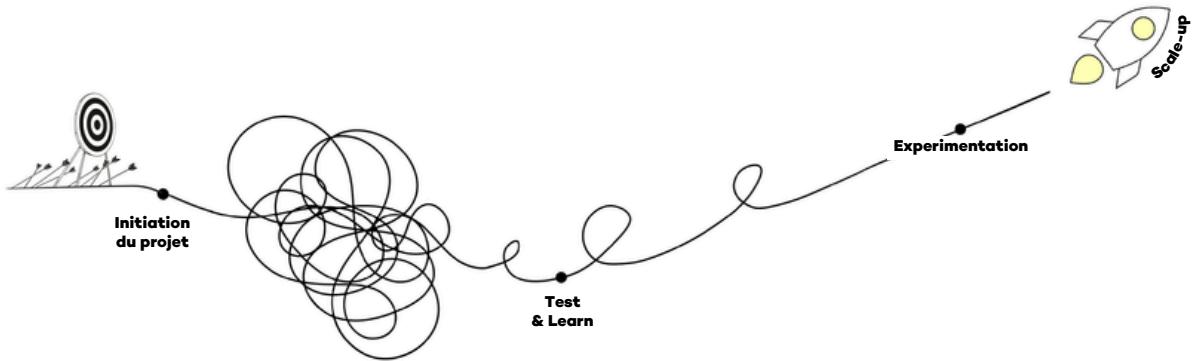
- Simplifier le shift circulaire : fluidifier les opérations via les bons logiciels, simplifier la pluralité des flux et des interactions avec les parties prenantes et le bon parcours des datas.
- Industrialiser les opérations : chiffrer, estimer, tracer les bonnes datas au bon moment, atténuer les risques, et maximiser les externalités positives.
- Se réinventer. Faire évoluer ses outils numériques contribue à la résilience opérationnelle, un moyen de mieux gérer les défis et les perturbations potentielles à grande échelle.

Les nouvelles technologies sont nécessaires dans deux scénarios :

- l'internalisation des modèles circulaires au cœur de plus grands groupes.
- le passage à l'échelle d'une activité nativement circulaire.

Les clés pour y arriver :

- traçabilité, interopérabilité des données, big data et machines connectées pour intégrer des services tout au long de la chaîne de valeur
- plateforme mutualisée accessible à une diversité de parties prenantes (fournisseur, distributeur, réparateur, consommateur, recycleur etc...)
- risque et valeur partagée : ne pas dépendre d'un seul acteur de la chaîne mais diversifier et partager ses ressources entrantes et la valeur créée



Quelles actions concrètes pourraient être mises en place ?

Définir des objectifs clairs, timés et mesurables pour le scale up

Développer les compétences, les ressources et les capacités nécessaires: technologies, digitalisation, process, personnel qualifié.

Standardiser les processus et les pratiques opérationnelles pour garantir leur reproductibilité et leur efficacité à grande échelle tout en gardant une souplesse d'améliorer les outils en continu

Établir des partenariats stratégiques avec d'autres acteurs pour renforcer ses capacités de scale up : collecteur, recycleur, réparateurs, fournisseurs d'outils numériques

Mettre en place des mécanismes d'évaluation pour suivre les progrès, identifier les obstacles potentiels et ajuster les stratégies en conséquence



Retour d'expérience avec William Avignon

directeur des opérations

Recyc matelas leader français du recyclage de matelas, leur donne une seconde vie, du démantèlement à la valorisation finale des matières, ils transforment un déchet encombrant en ressource précieuse pour d'autres industries (ameublement, secteur agricole, construction, automobile ...).

En parallèle, la société a pu faire l'acquisition d'Ecomatelas, spécialiste dans le matelas reconditionné. Elle vient donc boucler la boucle de l'économie circulaire en profitant d'un nouveau savoir-faire et répondant donc à une autre demande : celle du réemploi des matelas.

Origine du projet :

Tout a commencé en 2010, les fondateurs souhaitaient sauver les matelas de l'enfouissement pour recycler les matériaux qui pouvaient resservir. La mise en place de REP (responsabilité élargie du producteur), avec la filière déchet d'ameublement éco-maison, a été indispensable. En 2021, le financement de l'entreprise a été boosté en vue de passer l'activité à plus grande échelle sur le marché européen

Enjeux du projet :

La complexité est liée à la multitude d'acteurs qui doivent avancer au même rythme pour passer à

plus grande échelle. Le scale-up est dépendant de la garantie d'un gisement de matelas suffisant grâce aux éco-organismes, la garantie d'un nombre d'industriels suffisants acheteurs de la matière première secondaire et du cadre législatif français.

Bien organiser sa croissance :

Pour bien préparer son scale up, il y a une première étape organisationnelle qui vise à standardiser les process, les usages, les bonnes pratiques pour garder un bon niveau de professionnalisme et de qualité tout au long de la chaîne de valeur. Cela passe par l'évolution des outils, notamment les logiciels.

La deuxième étape c'est de pouvoir répondre et travailler main dans la main avec les clients qui achètent la matière première secondaire. "parfois ils demandent une matière supplémentaire, une qualité de mousse différente, des attributs spécifiques aux produits qu'on ne peut pas toujours atteindre, alors plus que des clients on travaille avec eux pour leur faire changer leur process de production, pour qu'il soit davantage adapté à nos matières". Pour ces clients industriels, c'est une manière d'optimiser les coûts de revient finaux et de se différencier de leurs concurrents.

La troisième étape c'est de s'assurer de la capacité de production " le développement de l'activité ne peut se faire sans les bonnes ressources humaines, les bonnes compétences"

Les facteurs clés de succès du scale up :

- organiser des filières
- s'ancrer territorialement avec les acteurs locaux
- pouvoir financer les investissements et les coûts au bon rythme pour suivre un bon équilibre de croissance.



Pour aller plus loin by Waoup

Il est primordial de bien se préparer en projetant son modèle circulaire à plus grande échelle. En équipe pluridisciplinaire, anticiper les pires scénarios :

- panne IT
- démission de compétences clés
- manque d'accès aux gisements locaux
- pas assez de clients

Puis formaliser les outils, les process et la gouvernance du modèle, un book qui pourront guider votre scale up et que vous mettrez à jour avec les nouvelles opportunités en temps voulu.

Il est stratégique de corréler sa croissance, sa capacité de financement et sa trésorerie en ayant une projection temporelle. Une façon d'anticiper le bon rythme et d'échelonner ses investissements pour viser la rentabilité et un business plus durable.

6

 **Sans objectif ni dynamique collective, on tourne carré**



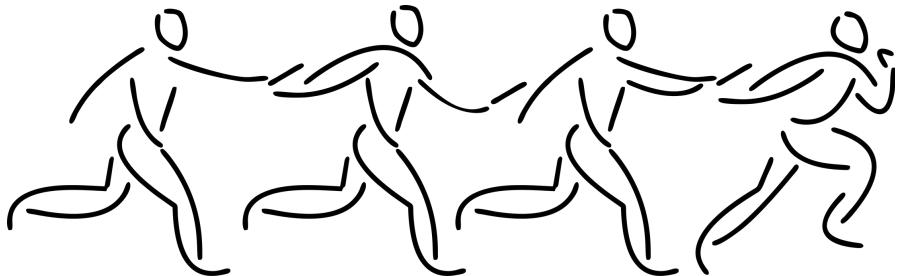
Sans objectif ni dynamique collective, on tourne carré

Le modèle circulaire, un levier d'engagement :

Les modèles circulaires peuvent être le tremplin d'un (ré)engagement des collaborateurs au sein des entreprises. Afin de fidéliser et d'attirer de nouveaux talents, les entreprises doivent aujourd'hui afficher une ambition claire, des objectifs précis et un impact mesurable pour démontrer leur démarche circulaire. De nombreuses initiatives émergent en dehors du cadre traditionnel du "core business", explorant de nouveaux modèles.

Les super-pouvoirs de l'intrapreneuriat :

- **Créativité et prises d'initiatives** : les collaborateurs osent innover, agissent concrètement et vont chercher les bons partenaires internes et externes, pour tester, itérer, valider et massifier.
- **Efficacité et productivité** : l'intrapreneur ne travaille jamais seul, une équipe multidisciplinaire, composée de designers, d'ingénieurs matériaux, de techniciens de production et de spécialistes du recyclage, crée une dynamique collective bien orchestrée. Un moyen de maximiser l'utilisation des ressources et de renforcer les talents de chacun pour relever les défis de conception, de fabrication et de mise sur le marché.
- **Engagement des collaborateurs** : ce processus collaboratif renforce le sentiment d'appartenance, la motivation et (ré)engage les équipes dans un projet commun, propulsant ainsi l'entreprise vers un futur plus désirable.
- **Pilotage en mode perte acceptable** : et non pas au regard de la profitabilité, ceci permet d'avoir les moyens de tester et de rater, tout en s'affranchissant d'indicateurs de performance souvent contraignants.



Quelles actions concrètes pourraient être mises en place ?

Travailler en intrapreneurs en s'appuyant sur le design thinking, l'effectuation et un fort leadership.

S'appuyer sur la direction ou l'embarquer le cas échéant pour assurer un accès aux ressources nécessaires (financement, compétences, sponsoring etc.).

Assurer une communication transparente et un partage des connaissances à tous les étages de l'entreprise pour inspirer et mobiliser tout en favorisant la collaboration et la coopération.

Définir une gouvernance, des objectifs clairs et mesurables, des indicateurs de performance pour évaluer les progrès et les résultats obtenus .

Retour d'expérience avec Sabine Mariton

PDG de Mariton

Origine du projet :

"Nous proposons des produits de protection solaire pour les habitats (stores, volets, moustiquaires...), notre activité est intrinsèquement liée aux enjeux environnementaux. Au sein de mes équipes les préoccupations des collaborateurs évoluent, avec notamment une forte sensibilité pour l'écologie. Au-delà des actions RSE que nous menons depuis toujours, ils attendent que l'entreprise se structure avec de vrais projets, et se transforme sans tomber dans le greenwashing." À partir de ce constat, et suite à sa participation au parcours de la CEC, Sabine a construit une feuille de route, a formalisé une vision claire, et a défini des défis à relever pour atteindre ses objectifs environnementaux.

Dynamique collective :

Embarquer rapidement les équipes, en amont, est clé : "on ne peut pas convaincre tout le monde tout de suite. Sur 8 mois j'ai pris le même processus que pour la CEC, j'ai informé et formé car la première étape c'est d'avoir la même base de connaissances, le même langage, avec par exemple des ateliers sur les limites planétaires, la fresque du climat, des sessions de débat. L'important c'est de créer du dialogue, alerter pour que les personnes comprennent mieux les enjeux. J'ai lancé en interne le concept d'éco-ambassadeurs, sur la base du volontariat. Une équipe de 7 personnes s'est constituée,

indépendante, avec du temps dédié et un budget annuel alloué. Ils choisissent eux-mêmes les actions à mener pour pivoter vers un modèle plus résilient. Le point d'attention c'est l'éco-anxiété, ce sont des sujets qui touchent aussi la vie perso, il faut savoir rebondir sur une vision positive avec la méthode des petits pas, fêter les petits succès et garder en ligne de mire le scénario ultime pour 2050."

Gouvernance et plan stratégique :

Le suivi des actions RSE et circulaires se fait à plusieurs niveaux, au Comex tous les mois et avec l'équipe des cadres tous les trimestres. "Nous arrivons à la fin d'un cycle de 3 ans et maintenant nous démarrons un nouveau plan circulaire avec des indicateurs plus précis, quantitatifs afin d'améliorer les points de bascule identifiés lors du bilan carbone." La priorité est de limiter l'extraction de ressources, notamment l'aluminium en mettant en place des boucles retour de réemploi, réparation, voire reconditionnement.

Le véritable enjeu :

"C'est d'embarquer les équipes. Une fois embarquées, l'intelligence collective est magique, mettre tous les cerveaux, de tous les services, dans une pièce toute une journée, c'est se donner les moyens de réfléchir, de faire participer d'imaginer des solutions facilement actionnables mais aussi, des solutions incroyables à mettre en place". Enfin le rythme nécessaire pour pivoter vers un modèle circulaire est très important, il faut se donner du temps pour collectivement bien comprendre le problème, puis agir en profondeur et garder une vision systémique. La sauce secrète c'est de pouvoir actionner rapidement des chantiers circulaires issus de la phase d'idéation avec les moyens dont on dispose et en parallèle de développer des projets plus ambitieux, plus complexes, qui vont demander un peu plus de temps / de moyens.



Pour aller plus loin by Waoup

Pour pouvoir mettre en mouvement ses équipes et faire évoluer ses pratiques, il y a une première étape : la prise de conscience des points de tension actuels. Faire en sorte que chaque collaborateur ait le même niveau de connaissance, mais aussi une vision commune à moyen et long terme pour ne pas qu'ils se sentent démunis.

Le design fiction est une méthode très pertinente pour faire prendre conscience des irritants, de leurs conséquences à court et long terme, et pour pouvoir imaginer un futur souhaitable. Comment s'y prendre ?

1. L'immersion : apporter une base de connaissance commune avec des faits marquants.
2. Laisser place à une créativité libérée de toutes contraintes : la mise en scène de scénarios plausibles mobilise des codes communs pour se projeter dans un avenir « croyable » sans aucune contrainte technique ou de faisabilité.
3. La matérialisation des scénarios entre fiction et innovation pousse à constater au préalable les impacts positifs comme négatifs. Les participants sont faiseurs et visualisent les conséquences sur la vie sociale, l'économie, l'environnement, la société au global. Et si elles sont négatives, le design fiction met le doigt dessus pour penser autrement et embarquer un collectif dans une même direction.

Retour d'expérience avec Xavier Meyer

Responsable de l'économie circulaire au sein de l'entreprise

Dans un contexte où la pression sur les ressources naturelles et la quantité de déchets augmentent, le groupe Saint-Gobain se positionne comme leader des solutions durables et légères pour la construction, avec un accent sur les solutions circulaires. Cela inclut la réduction de l'intensité en ressources de ses produits et systèmes sur l'ensemble de leur cycle de vie. L'objectif est de s'engager de manière responsable, mais aussi de promouvoir de nouveaux modèles conciliant responsabilité environnementale et compétitivité.

Les ambitions du groupe :

“Ce sujet concerne tous les secteurs économiques, notamment le monde de la construction, qui est un grand consommateur de ressources et producteur de déchets. Nous œuvrons pour fournir des solutions durables et légères pour que les bâtiments d'aujourd'hui deviennent la banque de matériaux pour les bâtiments futurs. En 2024, le groupe a publié un livret sur l'économie circulaire, présentant ses actions en France.”

Des objectifs fixés autour de la circularité :

Pour 2030 : augmentation de l'utilisation de ressources alternatives aux ressources vierges non renouvelables, diminution des déchets de process non valorisés et augmentation du contenu recyclé ou biosourcé des emballages. Présent dans plus de 75 pays, la coordination des actions, souvent régionales ou locales, est essentielle dans un contexte de réglementation et d'attentes de marché variées.

 **Pour aller plus loin** by Waoup

A l'échelle d'un grand groupe, les modèles circulaires sont intrinsèquement liés aux secteurs d'activité, géographiques, techniques, réglementaires et aux attentes clients.

Le groupe a le pouvoir de donner l'élan circulaire, diffuse une philosophie, des “guidelines” à respecter et met en place des actions concrètes, des moyens pour atteindre des objectifs ambitieux. Une façon de faire bouger les règles du marché.

Les marchés / activités du groupe se saisissent de cette dynamique circulaire pour opérer localement et opérationnellement des boucles circulaires en fonction de leurs propres objectifs.

Comment amorcer la dynamique :

- décliner sa mission circulaire “groupe” en objectifs contributeurs
- balayer sa chaîne de valeur et identifier à chaque étape : les principales externalités négatives, les risques pour l'entreprise et les nouvelles opportunités clés
- prioriser les chantiers à concrétiser en prenant en compte les résultats de bilans carbone, d'ACV et les opportunités d'éco-conception
- embarquer les pilotes de vos activités dans vos marchés

Le groupe agit sur l'ensemble du cycle de vie des produits, en allégeant les produits, en substituant les matières vierges, en développant des systèmes démontables, réemployables, réparables et recyclables, en adaptant les procédés industriels pour utiliser plus de matière recyclée et en déployant des filières de recyclage en partenariat avec des acteurs externes.

En pratique, le groupe a diminué ses déchets non valorisés de 46 % par rapport à 2017 et vise une réduction de 80 % d'ici 2030.

Le groupe a initié dans beaucoup de pays des filières de recyclage pour les déchets à base de plâtre. Aujourd'hui près d'une 20aine de pays a développé sa filière, permettant ainsi aux usines de remplacer du gypse vierge par du gypse recyclé issu de déchets de chantiers, pour un volume total qui a dépassé 350 000t en 2023 au niveau mondial. Dans le verre plat, les laines minérales, les céramiques, les meules abrasives, mais aussi les parebrises automobiles, les dalles de plafond acoustiques, les moules en plâtre pour des usages industriels, les bardeaux PVC, etc., des filières se mettent en œuvre aux 4 coins du monde.

Les services associés :

Services de collecte et de recyclage pour ses clients, fourniture de plaques de plâtre découpées à la dimension finale pour réduire les déchets sur chantier et des solutions technologiques pour le recyclage de produits complexes.

Les obstacles à anticiper :

“Ils incluent les coûts associés au recyclage, les disparités des coûts et contraintes d'enfouissement selon les pays, les habitudes des acteurs et la diversité des marchés. Cela implique des solutions locales adaptées à chaque contexte géographique. En résumé, nous pourrions dire qu'il n'y a pas une économie circulaire, mais DES économies circulaires qui ne demanderont pas toutes les mêmes investissements R&D, logistiques, organisationnels”.

7



Gestion des flux : Circulation optimale



Gestion des flux :

circulation optimale

La gestion efficace des flux de matériaux, d'informations et de produits est cruciale pour la réussite d'un modèle circulaire. Ce pilier met l'accent sur l'importance de la fluidité des flux au bon moment, avec les bons acteurs, pour maximiser l'efficacité et minimiser les déchets. Une chaîne logistique bien orchestrée permet de coordonner les processus de production, de distribution, de récupération, de réemploi, de réparation et de recyclage de manière optimale.

Comment bien orchestrer ses flux sur toute sa chaîne logistique ?

Coordination des partenaires : il faut pouvoir travailler avec ses parties-prenantes qui deviennent de véritables partenaires. Au delà de la collaboration, il s'agit de créer de véritables partenariats stratégiques pour développer des processus, des lignes de production, des savoir-faire, des lignes de transport sur-mesure, adaptées spécifiquement aux besoins de chaque partenaire et aux exigences de la circularité. Chaque acteur de la chaîne devient à la fois contributeur et bénéficiaire : ses fournisseurs, ses clients qui deviennent aussi des fournisseurs de produits / matières usagés, ses transporteurs, les centres de collecte, de tri de réparation, de recyclage, les associations locales et les collectivités.

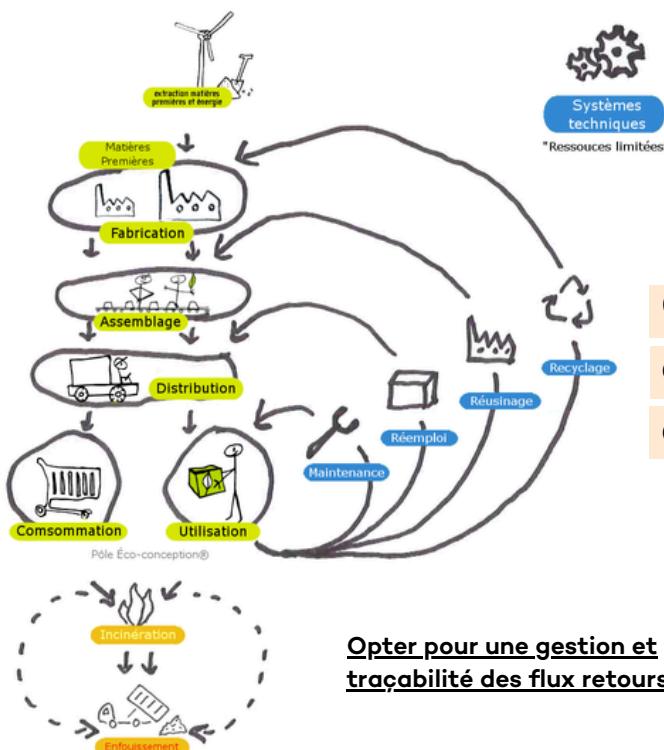
Technologies de traçabilité : Utiliser des technologies avancées comme l'Internet des objets (IoT), la blockchain et les systèmes de gestion des ressources d'entreprise (ERP) pour tracer les flux de matériaux, de produits à chaque étape du cycle de vie, y compris les étapes de réparation et de recyclage. Cela permet de donner la bonne data aux bons partenaires et de garantir la transparence pour tous et d'allonger la durée de vie des produits.

Optimisation des retours, du réemploi et de la réparation : Mettre en place des systèmes efficaces pour la récupération des co-produits, des déchets de production, des produits en fin de vie, leur réemploi et leur réparation. Cela revient à concrétiser une logistique inversée : centres de collecte, ateliers de réparation, processus de tri, de reconditionnement et de réutilisation.

Réduction de l'Empreinte Carbone : Optimiser les flux logistiques pour réduire l'empreinte carbone des opérations. Cela peut inclure l'utilisation de modes de transport moins polluants, la mutualisation des envois, la réduction des distances parcourues, l'économie du partage et des symbioses industrielles.

En résumé, chaque acteur des boucles circulaires doit avoir accès à la bonne information, au bon moment en temps réel pour une coordination optimale.

Stratégie



Quelles actions concrètes pourraient être mises en place ?

Opter pour une gestion et traçabilité des flux retours

Analyser vos flux actuels : cartographier vos flux de matériaux, d'informations et de produits neufs, usagés, réparés ... et localiser les points de bascule et les points à améliorer.

Embarquer vos partenaires : une responsabilité et des bénéfices partagés avec des objectifs précis.

Améliorer la traçabilité des flux et notamment des boucles retours en vous appuyant sur des solutions digitales mutualisées.

Anticiper divers scénarios pour garder une agilité de la chaîne logistique en cas d'imprévus.

Retour d'expérience avec Pauline Jaillant

CEO, en charge de déterminer la stratégie d'entreprise et de créer des partenariats

La solution des Raccommodeurs s'adresse aux enseignes de mode (textile, cordonnerie, maroquinerie). Elle permet de fluidifier les boucles circulaires avec une meilleure gestion des flux, la centralisation de données, l'automatisation des opérations, l'optimisation d'une logistique intégrée, et la mise en relation avec les bons partenaires métiers pour réparer les vêtements.

Les modèles circulaires (la seconde main, la réparation, le réemploi), se basent sur la durabilité des produits. L'éco-conception est clé, un produit pour être réparé, doit être bien conçu. "Le nerf de la guerre de la durabilité c'est la réparation : on répare pour porter un vêtement plus longtemps, on répare pour revendre un vêtement, on répare pour louer un vêtement davantage. C'est l'acte qui redonne de la valeur à un produit. Mais la réparation est une activité qui semble aujourd'hui peu attractive du fait des faibles marges."

Les enjeux du projet :

Pour les offres circulaires, (seconde-main, réparation, location), il est crucial de désiloter les activités. Les entreprises sont silotées, avec leur propre objectif et P&L. La circularité offre l'opportunité d'adopter un nouveau paradigme où le neuf enrichit la seconde main, et de nouvelles opérations cross-services pour gérer les flux retours.

"Pour la réparation en tant que telle, les entreprises doivent prendre en compte d'autres éléments que celui de la valeur financière immédiate : le trafic en magasin, la satisfaction du client, le maintien d'un contact long-terme avec son client, la connaissance de ses produits et du comportement de ses consommateurs..."

La circulation des flux est clé :

Le modèle linéaire domine toujours : "on achète un produit avec une forte marge (flux financier et physique) et après il n'y a plus de flux retour. Avec l'arrivée il y a quelques années du e-commerce, le flux retour s'est ajouté, puis maintenant apparaissent les flux multiples de seconde main / reconditionnement. On voit les flux C to C, même C to B se développer car les entreprises souhaitent capter ces transactions. La supply chain et la circulation des flux sont clés, la traçabilité des flux est compliquée, c'est une nouvelle façon de penser, de vendre, de distribuer, de communiquer avec de nouveaux pricing. Le modèle circulaire crée de nouveaux métiers."

Facteurs clés de succès :

- **Savoir s'entourer** : travailler en collaboration avec des start-ups et d'autres partenaires de la chaîne circulaire pour maîtriser la traçabilité et les différents flux
- **Savoir s'outiller** : travailler avec les bons outils, adaptés à son secteur d'activité pour intégrer le bon niveau de service, de qualité et de responsabilité.
- **Savoir évaluer** : le marché crée la demande : «l'équation économique est aujourd'hui compliquée dans la circularité, mais apporte différentes valeurs et métriques à prendre en compte ». Penser chaîne de valeur globale, désiloter les mindsets, services, pratiques pour trouver d'autres indicateurs communs : customer lifetime value, image de marque, création d'emplois, des KPI à impact qui sont boostés par l'environnement législatif qui s'accélère en faveur de l'économie circulaire .



Pour aller plus loin by Waoup

La mise en place de solution de réparation est fortement liée aux secteurs d'activité. Embarquer un acteur important de la filière est fondamental, car toutes ses parties prenantes amont et aval devront pivoter avec lui. Le chef d'orchestre de la filière doit pouvoir leader la démarche circulaire avec les bons outils, les bons logiciels.

Comment optimiser sa gestion des flux collaborativement avec les acteurs de sa filière :

- R&D collaborative en partageant des initiatives et des objectifs communs avec vos parties prenantes (valeur partagée)
- Mutualisation des flux : mutualiser les ressources et les infrastructures de logistique inversée : points de collecte, transport, tri etc.
- Une plateforme digitale de données partagées, accessible pour l'ensemble des acteurs d'une filière
- Suivi des KPIs spécifiques pour la logistique inversée : taux de retour, le temps de réparation, le coût par unité réparée, etc.



À vous de jouer !

Grille d'auto-évaluation

Une première étape pour vous auto-évaluer sur les différents piliers de la circularité.

#1 Complexité des boucles

Est-ce que vous pouvez identifier une boucle accessible ? Petite ? Locale ?

1 pt
Oui 0,5 pt
Partiellement 0 pt
Non

Est-ce que vous pouvez la simplifier en changeant votre périmètre ? (réduire le scope géographique, organisationnel, le nombre d'usines ou de produits concernés...)

Est-ce que vous avez tracé votre boucle de flux et positionné vos partenaires clés ?

#2 Profitabilité des boucles

Est-ce que vous avez identifié toutes les optimisations de coûts sur l'amont de votre chaîne de valeur ? (packaging, réduction de fonctionnalités, démontabilité du produit, sourcing de vos propres matières recyclées, réutilisation de vos déchets)

Oui Partiellement Non

Avez-vous imaginé toutes les sources de valeur potentielles sur l'aval de votre chaîne (l'ajout de services au-delà du produit, la location vs la vente, la distribution en direct, la revente / transformation, l'upcycling de vos déchets ...) ?

Avez-vous imaginé la vente de vos co-produits, ou de vos déchets à d'autres industriels ?

#3 La valeur perçue des boucles

Est-ce que vous avez rencontré et interviewé vos parties prenantes pour parler et les faire parler de vos offres ?

Oui Partiellement Non

- vos clients / futurs clients pour de vrai
- les bons partenaires

Avez-vous élaboré votre stratégie éditoriale et votre stratégie de commercialisation pour être sur les bons points de contact avec le bon contenu ?

Est-ce que vous avez pensé un parcours expérientiel sur la durée du produit plus que fonctionnalités du produit ?

#4 Circularité, un modèle indépendant

Est-ce que vous avez identifié vos KPI spécifiques à ce projet circulaire ?

Oui Partiellement Non

Est-ce que vous avez bien défini : votre proposition de valeur et sa différenciation vs votre "business as usual" ?

Est-ce que vous avez choisi / créé la structure dédiée à ce projet ?


~~~~~

## #5 Scalabilité des boucles

Est-ce que vous avez découpé vos objectifs en sous-objectifs spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et temporellement définis ?

Oui Partiellement Non

Est-ce que vous avez acquis les compétences & ressources nécessaires pour massifier les flux ? Et le cas échéant avez-vous trouvé les bons partenaires ?

Est-ce que vos processus sont suffisamment rodés pour garantir une bonne reproductibilité ?

~~~~~

#6 Mobilisation du collectif

Est-ce que votre projet est porté au niveau de l'équipe dirigeante ?

Oui Partiellement Non

Est-ce que vous avez donné assez de liberté à l'équipe pour s'affranchir des codes & process classiques de votre entreprise ? Est-ce que vous avez des objectifs clairs, et timés, du temps dédié et un leader projet ?

Est-ce que vous êtes assez transparent sur la démarche à tous les étages et départements de votre organisation ?


~~~~~

## #7 Gestion des flux : circulation optimale

Avez-vous mis en place un process de traçabilité de chacun de vos flux sur vos boucles retours ?

Oui Partiellement Non

Avez-vous en interne ou en externe avec des partenaires, un process de logistique inversée ?

**Vous pouvez maintenant comptabiliser vos bonnes réponses :**

Oui - 1pt Partiellement - 0,5pt Non - 0pt

20

**Un mouvement dédié à l'entrepreneuriat innovant à impact, qui accélère le pivot des entreprises, des institutions et des hommes vers des modèles plus vertueux,**



**Nous accélérerons le pivot des entreprises, des institutions, des hommes et des femmes vers un modèle vertueux**

Entreprendre des projets en mode startup, transformer les individus par l'entrepreneuriat et concrétiser des modèles économiques circulaires.

## **Notre rôle dans l'accompagnement des entreprises :**



**Eco-diagnostic** : évalue la maturité de vos activités & organisation au regard de nos piliers circulaires en apportant des pistes de solutions concrètes



**Design de la bonne proposition** de valeur aux bonnes cibles avec le bon écosystème et le bon business model



**Tests et expérimentation** : concrétisation du modèle avec la bonne équipe et les bonnes compétences sur un périmètre donné. Mesurer, évaluer et préparer votre scale up



**Amélioration continue et coaching** pour s'assurer de la bonne appropriation de la circularité pour l'ensemble de vos équipes et partenaires

**POUR PLUS D'INFORMATIONS, PARLONS-EN ENSEMBLE +33 (0)7 88 46 44 96**



**Juliette Fabre**

juliette.fabre@waoup.com



**Victoria Kleczewski**

victoria.kleczewski@waoup.com



**François Fauritte**

francois.fauritte@waoup.com



**Clara Foddis**

clara.foddis@waoup.com