

TABLE DES MATIÈRES

CONTRIBUTIONS.....	5
PRÉFACE.....	6
INTRODUCTION.....	8
ILLUSTRATIONS.....	10
COLLOQUE & TRAVAUX.....	11
1. Interventions : Perspectives des Universités Françaises dans l'économie circulaire.....	11
a) Economie circulaire & communication : des facteurs techniques & humains.....	11
b) Industrie 4.0 versus Entreprise 4.0 dans une économie circulaire : Comment maintenir le capital humain au cœur des systèmes de gestion et pourquoi est-ce important ?.....	23
c) L'économie circulaire comme alternative à l'économie linéaire dans la logistique des retours du matériel électronique usagé : le cas GÉODIS.....	42
2. Tables rondes : Retours d'expériences du monde de l'entreprise.....	62
SESSION 1 : Mythes et réalités de l'économie circulaire.....	68
SESSION 2 : Regards sur les mutations de l'économie circulaire.....	72
SESSION 3 : L'économie circulaire, une réalité dans l'industrie.....	93
SESSION 4 : L'économie circulaire, une histoire de services.....	96
SESSION 5 : La société française est-elle sur la voie de l'économie circulaire ?...103	
SESSION 6 : Présentation de projets sur l'économie circulaire par deux groupes d'étudiants d'INSEEC U.....	106
CONCLUSION DU COLLOQUE.....	108
POSTFACE.....	109

ILLUSTRATIONS

1. Symbiose industrielle et modèles d'interaction des TIC	13
2. Modèle de comportement planifié d'Ajzen	15
3. De l'industrie 1.0 à l'industrie 4.0.....	24
4. Comment sauvegarder le potentiel d'une industrie 4.0 durable	34
5. le concept de l'entreprise 4.0 (E4.0).....	38
6. Évolution de l'empreinte écologique de la population mondiale.....	46
7. Retour sur les prévisions du modèle « <i>business-as-usual</i> »	47
8. Logistiques vertes.....	50
9. Les avantages de la chaîne d'approvisionnement verte	51
10. Modèle classique d'économie linéaire	52
11. Production de déchets en France en 2010.....	53
12. L'économie circulaire.....	54
13. Les avantages de l'économie circulaire dans la logistique	55
14. L'inspection du matériel médical.....	56
15. Les tablettes sont reconditionnées.....	57
16. Les tablettes sont reconfigurées	57
17. Le démantèlement du matériel informatique.....	58
18. Les coulisses d'un circuit court	71
19. Création d'une filière de collecte et recyclage pour emballages et papiers	72
20. L'économie circulaire de la connaissance	78
21. La RSE de plus en plus encadrée (a).....	89
22. La RSE de plus en plus encadrée (b)	89
23. La RSE de plus en plus encadrée (c).....	90
24. Norme AFNOR en soutien aux projets d'économie circulaire	91
25. Label AFAQ Économie Circulaire pour toute entreprise sensibilisée.....	92
26. Parcours de solutions du groupe AFNOR en faveur de l'Économie Circulaire	92
27. La réaffectation dans les territoires	95
28. Veganbottle > de la terre à la terre	101
29. Les avantages de la solution veganbottle	101

CONTRIBUTIONS

Présidente d'honneur :	Sylvie Faucheux
Organisateurs :	Serge Guérin Jean-Louis Martinez
Intervenants :	Jean-Philippe Arnoux Anne Benady Jacques Brégeon Sandy Beky Alessandro Biscaccianti Alina Cazacu Béatrice Clément Caroline Darmon François Domergue Dominic Drillon Sylvie Faucheux Morgane M. C. Fritz Hélène de La Moureyre Serge Guérin François-Michel Lambert Jean-Louis Martinez Benjamin Péri Anne-Claire Poirson Mathieu Rimbert Clara Seligmann Souâd Taïbi Sylviane Villaudière Arnaud Zegierman

LES DÉFIS DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE POUR UN DÉVELOPPEMENT DURABLE

Cet ouvrage, né d'un colloque Green Metric organisé par Innov Inseec, propose un tour du monde de l'économie circulaire qui prône la transition énergétique pour la croissance verte.

Tout au long de ce voyage, on notera combien les démarches entreprises redonnent de la place à l'autonomie et au jeu des acteurs, permettent à des collectivités, des associations et des personnes, d'agir en faveur de l'environnement, mais aussi pour la préservation de l'emploi et du lien social. Puisque l'économie circulaire s'inscrit dans une démarche de recyclage qui existe depuis toujours, qu'est-ce qui en fait sa force ?

La capacité à inscrire l'essence de l'écologie non pas dans une politique du moins et de la contrainte, mais dans une ouverture vers un renouvellement du désir, vers une conquête de l'autonomie, vers la possibilité de redonner du sens à un objet existant. Elle engendre une vraie dynamique et, plus essentiel encore, peut s'exercer tant au niveau macro qu'au niveau micro, artisanal et même hyper-individualisé.

En outre, elle constitue un processus de pensée, un renouvellement des rapports sociaux à la consommation. Finalement chacun peut, à son niveau et à sa manière, agir en économiste circulaire. Economiste et économe, car le ressort de l'économie circulaire consiste d'abord à... économiser. Ensuite, dans son imaginaire, la capacité d'agir offre une jouissance de soi, un plaisir de se sentir membre de la collectivité humaine.

C'est aussi une passerelle vers le passé, les racines, les expériences des aînés. Quelle satisfaction de contribuer, même de façon exotique, à la préservation de la terre, tout en étant un mode d'expression de sa créativité et de son plaisir ! Ainsi, pour poser des jalons autour de l'économie circulaire, cet ouvrage veut montrer son étendue, son foisonnement d'initiatives, le lien avec l'esprit d'entreprendre et le goût du risque...

Car il n'y a pas qu'une (bonne) manière de la pratiquer, mais des milliers. Ainsi, l'économie circulaire propose une façon d'aborder le monde, de se réapproprier son présent et son avenir.



Sociologue et consultant, **Serge Guérin** est professeur HDR à l'INSEEC.U Paris où il dirige le MSc Directeur des établissements de santé.

Précurseur et spécialiste des questions liées aux enjeux du vieillissement et de l'intergénérationnel, il travaille aussi sur les dynamiques et les formes d'action et de solidarité au sein de la société. Il a publié une trentaine d'ouvrages.



Après des études à l'EDC et l'ESSEC, **Jean-Louis Martinez** a exercé des fonctions de direction marketing et commerciale au sein d'entreprises avant de devenir consultant en stratégie marketing et commerciale auprès de PME et TPE.

Aujourd'hui professeur de marketing à l'INSEEC Paris, l'auteur a publié plus de 300 études de cas marketing - à la CCMPP, ainsi que chez ECCH en Grande-Bretagne et aux Etats-Unis.

Retrouvez-nous sur www.edipro.info

suivez-nous sur  et  @edipro



isbn : 978-2-87496-412-1

**EDI
PRO** corporate copyright