

L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE, LA CLÉ D'UN MONDE DURABLE



Visitez notre site web
www.groupeelan.fr

Sommaire

- ▶ Introduction
- ▶ Le modèle économique d'upcycling
- ▶ Le modèle économique basé sur le reconditionnement
- ▶ Le modèle économique de seconde main
- ▶ Le modèle économique local
- ▶ Le modèle économique de notation
- ▶ Le modèle économique d'usage
- ▶ Conclusion



1. Introduction

2024.

Cette époque où **réparer coûte plus cher que d'acheter neuf.**

Cette époque où chaque année nous voulons tout changer.

De la télévision au téléphone, du travail à la région de vie.

Toujours plus de produits, toujours plus de besoins, toujours plus de consommation.

C'est l'époque de l'opulence. Pourquoi pas, après tout ?

À quelques détails près. Cela implique des conséquences environnementales et sociétales dramatiques.

En effet, cette économie que l'on appelle linéaire nécessite des tonnes et des tonnes de matières premières, des tonnes de déplacements à travers le monde, des tonnes de déchets, et des millions de personnes sous esclavage pour maintenir un rythme de production à la hauteur des attentes de cette économie.

Cette économie que l'on appelle linéaire ne peut plus durer.

Cette économie basée sur l'extraction, la production, la consommation et les déchets doit prendre fin.

L'avancée des progrès industriels allié à un besoin de production de masse afin de diminuer les coûts de production nous ont amené à un monde dominé par une économie linéaire qui n'est pas sans conséquence.

Toujours plus, encore plus vite, encore moins cher ont provoqué d'énormes dégâts environnementaux et sociétaux.

Environnement, par une planète accumulant des millions de produits en fin de vie, épuisée par l'extraction de matières premières et la pollution du transport ; sociaux, avec une exploitation à la limite de l'esclavagisme dans les pays de production et la normalisation de la consommation rapide et pas chère.





Allons-nous continuer cette dynamique ?

Allons-nous continuer à accumuler les déchets, détruire la planète et fermer les yeux sur les conditions de travail dans les pays de production ?

Jusqu'où allons-nous aller dans cette direction qui ne mène qu'à des scénarios dramatiques ?

Y a-t-il une solution pour, d'une part, assouvir ces besoins de changement permanent et, d'autre part, préserver la planète et les droits humains de chacun ?

La réponse est **OUI**. L'alternative existe, comme la science l'a prouvé : **tout se transforme**

Une nouvelle voie est possible.

Notre monde actuel est en perpétuel mouvement, nous sommes tous concernés par ce qu'il se passe autour de nous.

La préservation de la planète, combinée à la préservation des droits de l'homme, nous donne indirectement une réponse aux différents **ODD mis en place par l'ONU**.

Nous sommes tous concernés, nous sommes tous sensibilisés à l'obligation mondiale face à laquelle nous sommes censés revoir notre manière d'agir et de penser. Pour ce faire, nous devons tous repenser notre façon de vivre, de consommer et cela passe par des entreprises innovantes capables de repenser leur modèle économique.

Les modèles économiques traditionnels, communément basés sur la production de masse, la consommation rapide et une économie de l'éphémère, sont progressivement remis en question.

Désormais, des approches innovantes émergent, réorientant les pratiques commerciales vers plus de responsabilité, de circularité et de proximité.

Parmi ces nouvelles pratiques, nous avons défini comme nouveaux modèles économiques ceux qui, selon nous, apporteront des solutions durables répondant aux nouveaux enjeux environnementaux et sociaux de notre époque.

Nous retrouvons les modèles suivants qui forment la nouvelle économie circulaire :

L'upcycling

Le reconditionné

Le local

La seconde main

La notation

L'usage

Chacun de ces modèles offre des perspectives uniques pour repenser la manière dont les entreprises produisent, vendent et interagissent avec les consommateurs et les autres entreprises. Voyons ensemble comment.

2. Le modèle économique d'upcycling

a. Principes fondamentaux

L'upcycling, également connu sous les termes de surcyclage ou d'upcyclage, peut être défini comme un processus de "recyclage par le haut". Il s'agit d'une pratique de plus en plus populaire dans le domaine de l'économie circulaire, où l'objectif est de donner une seconde vie à des matériaux ou des produits qui seraient autrement considérés comme des déchets.

L'idée fondamentale de l'upcycling est de créer du neuf à partir de l'ancien, sans altérer la matière première, tout en améliorant la qualité et la valeur du produit final. En d'autres termes, il s'agit de réutiliser intelligemment. Mais surtout, il s'agit de réinventer l'objet pour lui donner une nouvelle vie, souvent bien loin de sa première utilisation. En effet, dans la plupart des cas, le produit d'origine est transformé pour lui donner une nouvelle fonctionnalité ou une esthétique différente. C'est cette transformation qui distingue l'upcycling du simple réemploi.



b. Mise en œuvre et avantages pour les entreprises

Pour les entreprises, l'adoption de l'upcycling présente plusieurs avantages significatifs :

Différenciation sur le marché : À travers des produits upcyclés, l'entreprise se démarque de ses concurrents et offre des solutions uniques et innovantes tout en répondant aux attentes croissantes du consommateur en matière de durabilité et d'originalité.

Créativité et innovation : un processus de conception créatif et innovant est indispensable dans l'upcycling. Il stimule la créativité au sein d'une entreprise tout en encourageant le développement de nouvelles idées pour de nouveaux produits.

Réduction des coûts de production : À travers l'upcycling, l'utilisation des matériaux récupérés permet de réduire les coûts de production d'une entreprise. En évitant l'achat de nouvelles matières premières et en minimisant les dépenses liées à l'extraction et à la transformation de ces dernières, l'entreprise réduit considérablement ses coûts.

Gestion des déchets : Grâce à l'upcycling, l'entreprise réduit son empreinte environnementale et évite l'envoi de matériaux ou de produits à la décharge. Cela contribue à améliorer son image de marque en tant qu'acteur responsable et engagé dans la lutte contre les déchets et la pollution.

Valorisation de la marque : En prônant l'upcycling, l'entreprise adopte des pratiques durables et renforce son image de marque en tant qu'entreprise respectueuse de l'environnement et responsable socialement. Ainsi, elle attire et fidélise une clientèle soucieuse des enjeux environnementaux et sociaux.

c. Exemples d'entreprises

Description :

Bic est une entreprise française spécialisée dans la fabrication de stylos, briquets et rasoirs. Fondée en 1945, Bic est devenue une marque emblématique reconnue à l'échelle mondiale pour sa qualité, sa fiabilité et son engagement envers la durabilité.



Approche de l'économie d'upcycling :

Bic adopte une approche proactive en cherchant à réduire son empreinte environnementale et à promouvoir la réutilisation et le recyclage de ses produits.

Bic met en avant la conception de produits durables et réutilisables, la réduction de l'utilisation de plastiques à usage unique et l'intégration de matériaux recyclés dans ses produits.

Ils ont également mis en place un système de collecte de produits usagers accompagné de la création d'une machine pensée pour démonter les briquets, cela permet de collecter une matière vraiment pure qui peut être recyclée et revalorisée ailleurs.

Avantages pour le consommateur et l'entreprise :

Avec ses produits durables et réutilisables, **Bic** apporte aux consommateurs des options écologiques et économiques. Conçus pour durer plus longtemps, ces produits permettent au consommateur de réaliser des économies sur le long terme tout en contribuant à la réduction des déchets.

L'entreprise, quant à elle, renforce son engagement envers la durabilité et la responsabilité sociale et améliore son image de marque.

De plus, en intégrant des matériaux recyclés dans ses produits et en encourageant la réutilisation, Bic réduit ses coûts de production et minimise son impact environnemental.



Exemple 2 :

Description :

Saint-Gobain conçoit, produit et distribue des matériaux et services pour les marchés de l'habitat et de l'industrie. Ces solutions se trouvent partout dans notre vie quotidienne : bâtiments, transports, infrastructures, ainsi que dans de nombreuses applications industrielles. Elles apportent confort, performance et durabilité tout en répondant aux défis de la décarbonation du monde de la construction et de l'industrie, de la préservation des ressources et de l'urbanisation rapide.

Approche de l'économie d'upcycling :

L'entreprise Saint-Gobain s'engage dans une démarche responsable visant à prévenir et à gérer efficacement les déchets, dans le but ultime d'atteindre son objectif : parvenir à un état de "zéro déchet non valorisé". En favorisant la collaboration entre ses différents secteurs d'activité dans l'industrie et la distribution, l'entreprise Saint-Gobain s'engage à développer des solutions innovantes et à exploiter les opportunités liées à la gestion responsable des matières et à la transformation efficace des déchets.



Avantages pour le consommateur et l'entreprise :

À travers l'utilisation de produits et matériaux recyclés, Saint-Gobain permet au consommateur de s'engager avec des options durables et respectueuses de l'environnement dans ses projets de construction ou d'aménagement. De la même manière, l'entreprise peut diversifier son offre de produits et renforcer sa position sur le marché grâce à des solutions innovantes et écologiques. L'entreprise, de la même manière, réduit sa dépendance aux matières premières et optimise la disponibilité des ressources déjà présentes. De ce fait, elle réduit ses coûts de production et démontre son engagement envers la durabilité, ainsi que sa responsabilité sociale.

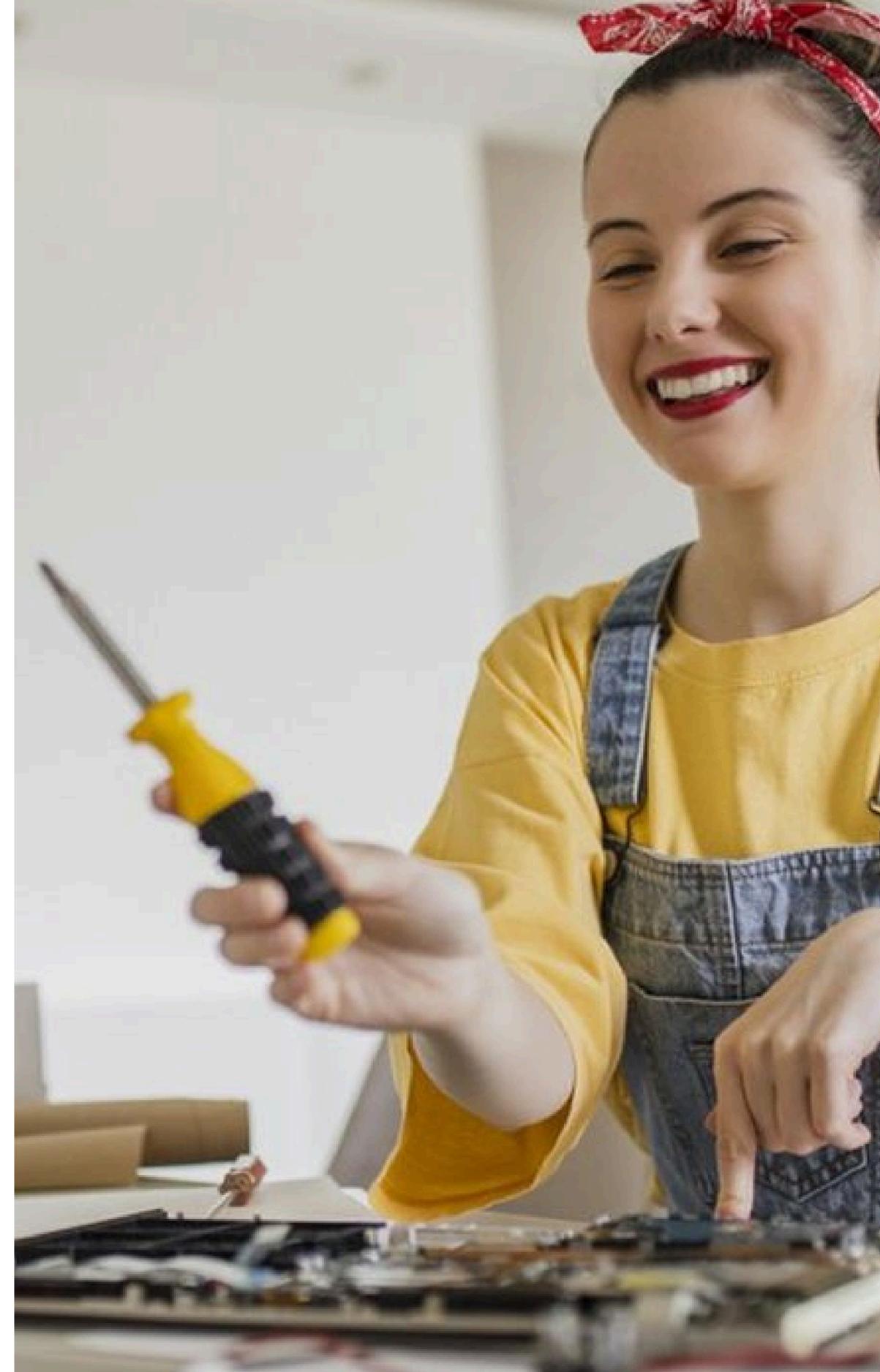


3. Le modèle économique basé sur le reconditionnement

a. Définition et principes fondamentaux

Le modèle économique reconditionné, met en avant la remise en état d'un produit usagé avant sa revente. Il ne s'agit pas de simplement réparer le produit, il s'agit avant tout de faire une révision complète afin de le remettre à un niveau de qualité comme neuf pour le remettre sur le marché.

C'est une approche qui est particulièrement reconnue dans le secteur de l'électronique, des équipements industriels et des véhicules mais qui tend de plus en plus à s'adapter à de nouvelles catégories de produits.



b. Avantages et opportunités pour les entreprises

Adopter le modèle économique du reconditionné, c'est bénéficier de différents avantages et opportunités pour son entreprise.

DURABILITÉ ENVIRONNEMENTALE

Le marché du reconditionné permet de réduire la quantité de déchets, de diminuer la demande en ressources neuves et de minimiser l'empreinte carbone des différents produits.

Ces pratiques sont en alignement direct avec les ODD et permettent de répondre à une demande croissante des consommateurs avec des options bien plus écologiques.

ACCESSIBILITÉ ÉCONOMIQUE

Généralement, les produits reconditionnés sont vendus à un prix inférieur à celui du marché lorsqu'il est neuf ce qui les rend beaucoup plus accessibles à un éventail de consommateur bien plus large. De cette manière, le marché cible de l'entreprise peut-être élargie et ainsi bénéficier d'une stimulation des ventes en attirant des clients qui seront plus sensibles au prix.

RENFORCEMENT DE LA MARQUE

Enfin, les entreprises qui adoptent le reconditionnement peuvent renforcer leur image de marque et devenir des leaders responsables et engagés pour l'environnement. De cette manière, ils amélioreront la fidélité de leurs clients et pourront attirer de nouveaux consommateurs qui, eux-mêmes, sont préoccupés par tous les enjeux écologiques qui nous entourent.

c. Exemples d'entreprises

Description :

Underdog est une start-up française expert de l'électroménager reconditionné. Pour encourager une consommation responsable et économique, Underdog, propose sur www.underdog.shop des lave-vaisselles, lave-linges, sèche-linges, réfrigérateurs, congélateurs et fours reconditionnés jusqu'à -50% du prix du neuf, livrés & installés partout en France en quelques jours et garantis 2 ans.

Underdog

Approche du reconditionnement

Leur processus de diagnostic, réparation, tests et nettoyage est très détaillé et soigneusement suivi. Ils ne se contentent pas de simplement remplacer les pièces défectueuses, mais ils remplacent également toutes les pièces d'usure pour garantir que les appareils fonctionnent de manière optimale, sans aucun compromis sur la performance ou la durabilité.

Avantages pour le consommateur et l'entreprise :

Pour le consommateur, acheter chez Underdog, c'est limiter son empreinte et préserver la nature en stoppant les déchets liés à l'électroménager qui représentent 2 tonnes jetés chaque minute en France.

Pour l'entreprise, c'est contribuer à une économie circulaire, qui reconditionne en France pour lutter contre la pollution des déchets et l'empreinte carbone du recyclage.



Exemple 2 :

Description :

Back Market est une plateforme en ligne française spécialisée dans la vente de produits électroniques reconditionnés. La plateforme propose une large gamme de smartphones, tablettes, ordinateurs portables et autres appareils électroniques, rénovés et certifiés par des professionnels.

BackMarket

Approche du reconditionnement

Back Market est là pour proposer une alternative aux appareils neufs. Plus abordable, meilleure pour la planète mais tout aussi performante. Grâce à un processus de vérification rigoureux, et une charte qualité exigeante, seuls les meilleurs reconditionneurs peuvent vendre sur leur site. Ils travaillent main dans la main avec des reconditionneurs professionnels pour garantir que chaque appareil a été testé et remis en parfait état de fonctionnement. Et pour un prix moins cher que celui d'un appareil neuf.

Avantages pour le consommateur et l'entreprise :

Le consommateur gagne une accessibilité de produits à prix réduits qu'il n'est pas forcément en mesure d'obtenir à prix neuf.

L'entreprise, quant à elle, permet de limiter l'empreinte carbone, les matières premières (des métaux extraits de la terre aux combustibles fossiles brûlés pendant le processus d'extraction), la consommation d'eau et la production de déchets électroniques.



4. Le modèle économique de seconde main

a. Concept et essor du marché de seconde main

Le modèle économique de la seconde main se traduit par la revente ou l'achat de produits qui ont déjà été utilisés par quelqu'un d'autre. Loin d'être nouvelle, cette pratique a gagné un regain de popularité grâce à une prise de conscience profonde de l'impact environnemental de la consommation et l'appréciation croissante pour la valeur durable d'un produit.

Avec l'évolution constante des technologies et des plateformes numériques, le commerce de seconde main est devenu plus accessible, facilitant ainsi les transactions entre particuliers en offrant une nouvelle vie à des milliers de produits.

Tout ce qui n'est plus utilisé peut désormais être revendu avec comme mot d'ordre la seconde main.



b. Impact sur la consommation et l'environnement

Adopter le modèle économique de la seconde main, c'est répondre à différents avantages.

Réduction de l'empreinte écologique : L'achat ou la revente de produits de seconde main permet de réduire grandement la demande de production de nouveau bien, cela permet de diminuer l'utilisation des ressources naturelles, la consommation d'énergie, et essentiellement l'augmentation des émissions à gaz à effet de serre. À travers la seconde main, la lutte contre le changement climatique s'accroît. L'objectif est de maximiser l'usage des produits et de minimiser le gaspillage de ces derniers. Grâce au prolongement de la durée de vie de chaque produit, le marché de seconde main permet de boucler la boucle de consommation. Elle met en avant la réduction des déchets, la réduction des matières premières, et l'augmentation de l'utilisation.

Démocratisation de l'accès aux biens : Grâce à la seconde main, les produits sont plus abordables et le marché permet à des populations plus larges d'accéder à des biens de qualité sans passer par le coût prohibitif souvent associés aux produits neufs. L'accès au bien est ainsi démocratisé et offert à un plus large public.

c. Stratégies d'intégration pour les entreprises

En optant pour le modèle économique de la seconde main, différentes stratégies d'intégration peuvent s'offrir aux entreprises.

PLATEFORMES EN LIGNE

Les entreprises peuvent créer ou s'associer à des plateformes en ligne spécialisées dans la vente de produits de seconde main. Cela permet de toucher un large public et de faciliter les échanges sécurisés entre acheteurs et vendeurs.

PROGRAMMES DE REPRISE

Mettre en place des programmes de reprise où les consommateurs peuvent retourner leurs produits usagés en échange de remises ou de crédits sur des achats futurs. Ces programmes renforcent la fidélité des clients et augmentent la fréquence des interactions avec la marque.

GARANTIES ET CERTIFICATIONS

Offrir des garanties ou des certifications sur les produits de seconde main peut aider à surmonter la méfiance des consommateurs concernant la qualité et la durabilité des produits achetés.

d. Exemples d'entreprises

Description :

Vinted est une plateforme de vente et d'achat de vêtements et d'objets de seconde main. Accessible sur ordinateur ou disponible en format application, les utilisateurs et utilisatrices peuvent négocier les prix des objets ou habits qu'ils souhaitent acheter, créer des lots, poser des questions aux vendeurs et vendeuses...

The logo for Vinted, featuring the word "Vinted" in a large, teal, cursive script font.

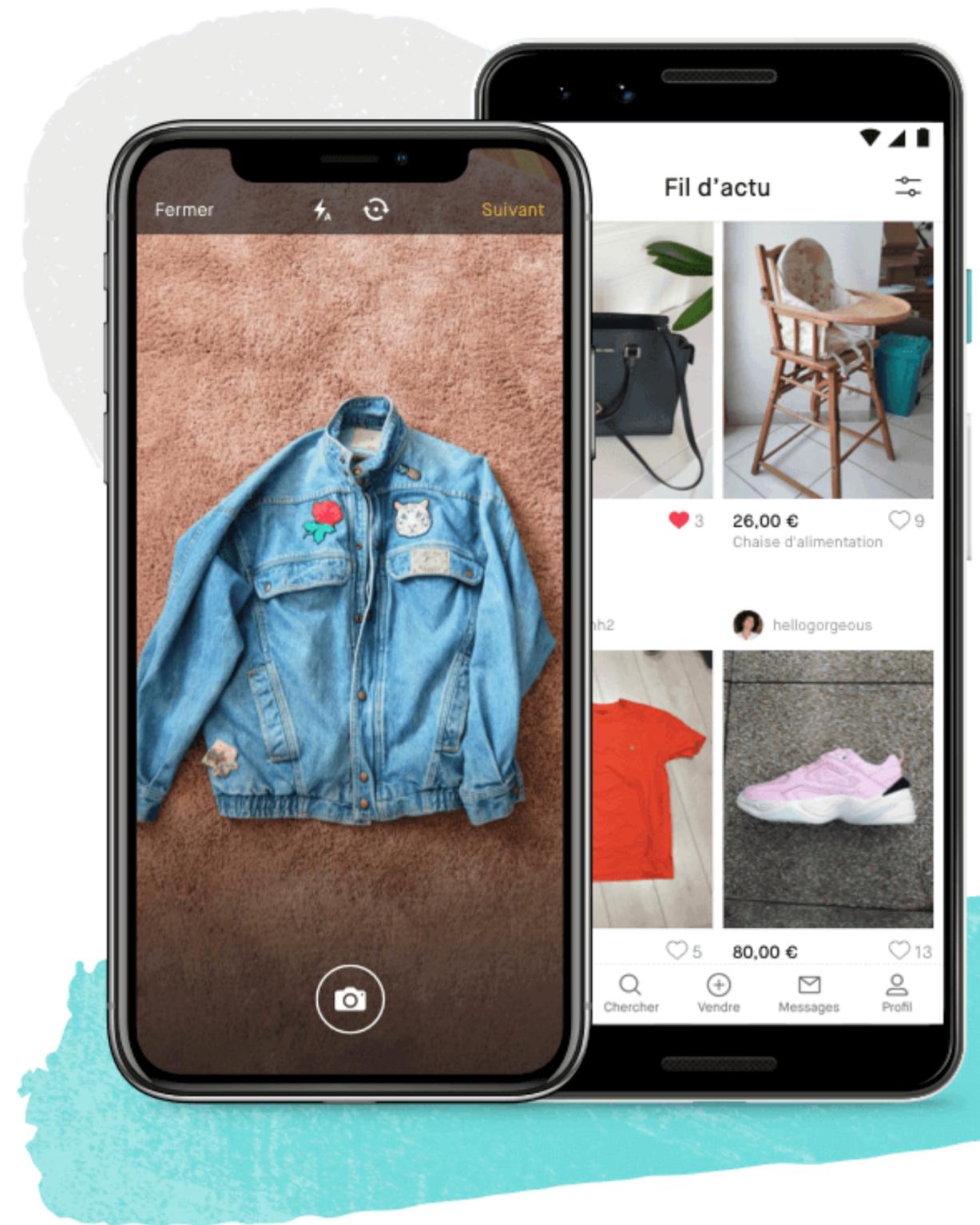
Approche de la seconde main :

Vinted centralise tout type de produits, allant des vêtements aux objets vintage en passant par des chaussures de la maroquinerie ou encore des accessoires de modes et propose une alternative à "l'achat neuf" en proposant une "ré-utilisation" de ces derniers.

Avantages pour le consommateur et l'entreprise :

Le consommateur peut acheter ou revendre d'occasion des produits en tous genres et à prix attractif tout en ayant la possibilité.

L'entreprise y gagne en mettant en place des formules payantes ou des commissions sur les ventes.



Exemple 2 :

Description :

LeBonCoin est une plateforme de petites annonces en ligne française, où les utilisateurs peuvent acheter, vendre et échanger une grande variété de produits d'occasion, allant des biens immobiliers et des véhicules aux meubles et aux vêtements.

The logo for Leboncoin, featuring the brand name in a bold, orange, lowercase sans-serif font.

Approche de la seconde main :

Approche de la seconde main : Le BonCoin offre une plateforme où les utilisateurs peuvent acheter et vendre des produits d'occasion à travers des petites annonces. Cette approche favorise la réutilisation des produits existants, réduisant ainsi la demande de nouveaux produits et contribuant à prolonger leur cycle de vie.

Avantages pour le consommateur et l'entreprise :

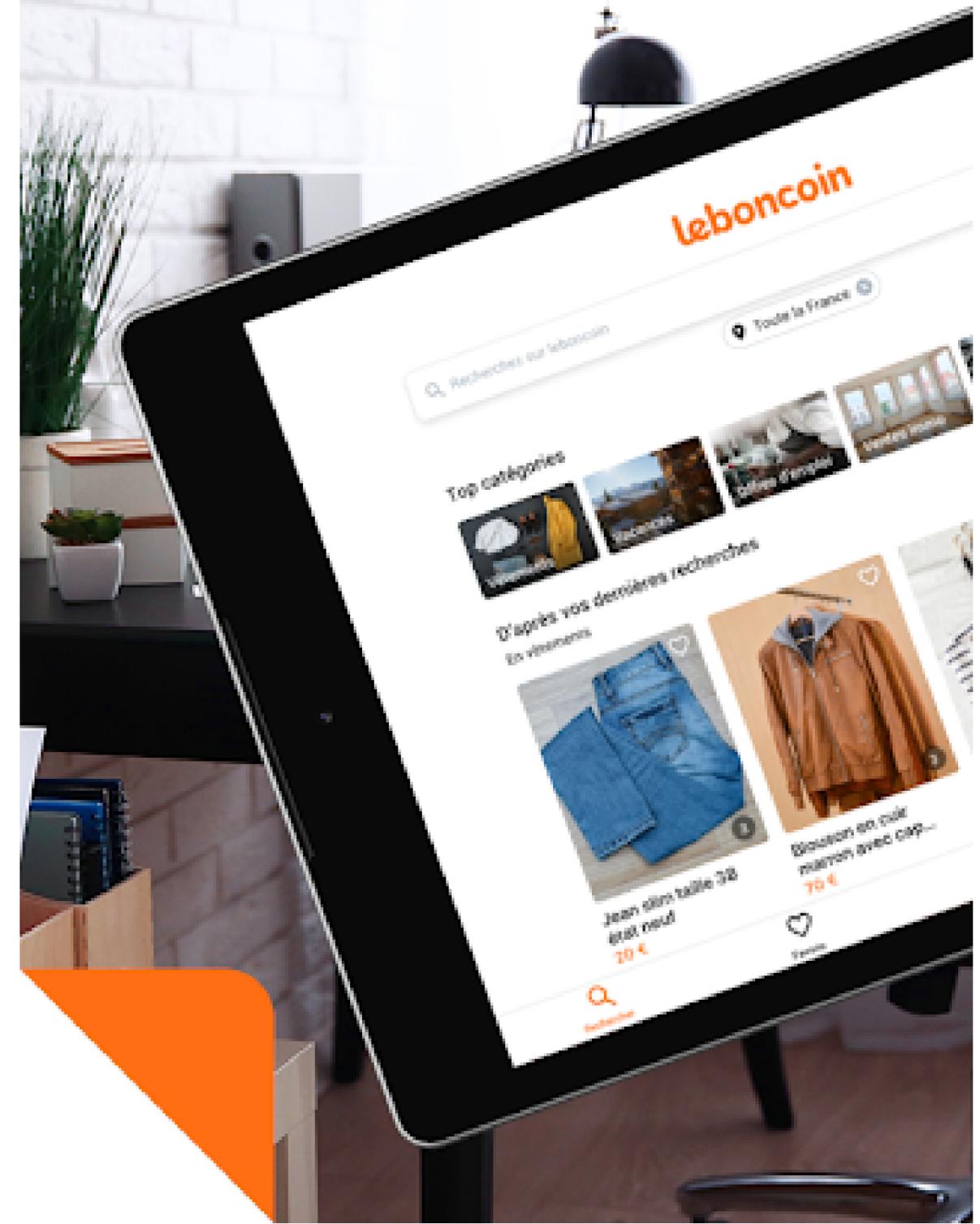
Permettant de donner une nouvelle vie à certains produits, elle est aussi l'occasion, dans un contexte d'inflation, de capter une nouvelle clientèle plus soucieuse de ses dépenses.

D'autre part, l'occasion permet de réinjecter de nombreux produits dans un cycle de consommation plutôt que de les jeter.

Un geste écologique qui plaît aux acheteurs désireux d'agir contre l'urgence climatique.

Cela ne se limite évidemment pas au marché de la mode. High-tech, électroménager, meubles, livres, de nombreux secteurs sont concernés par cette tendance.

leboncoin



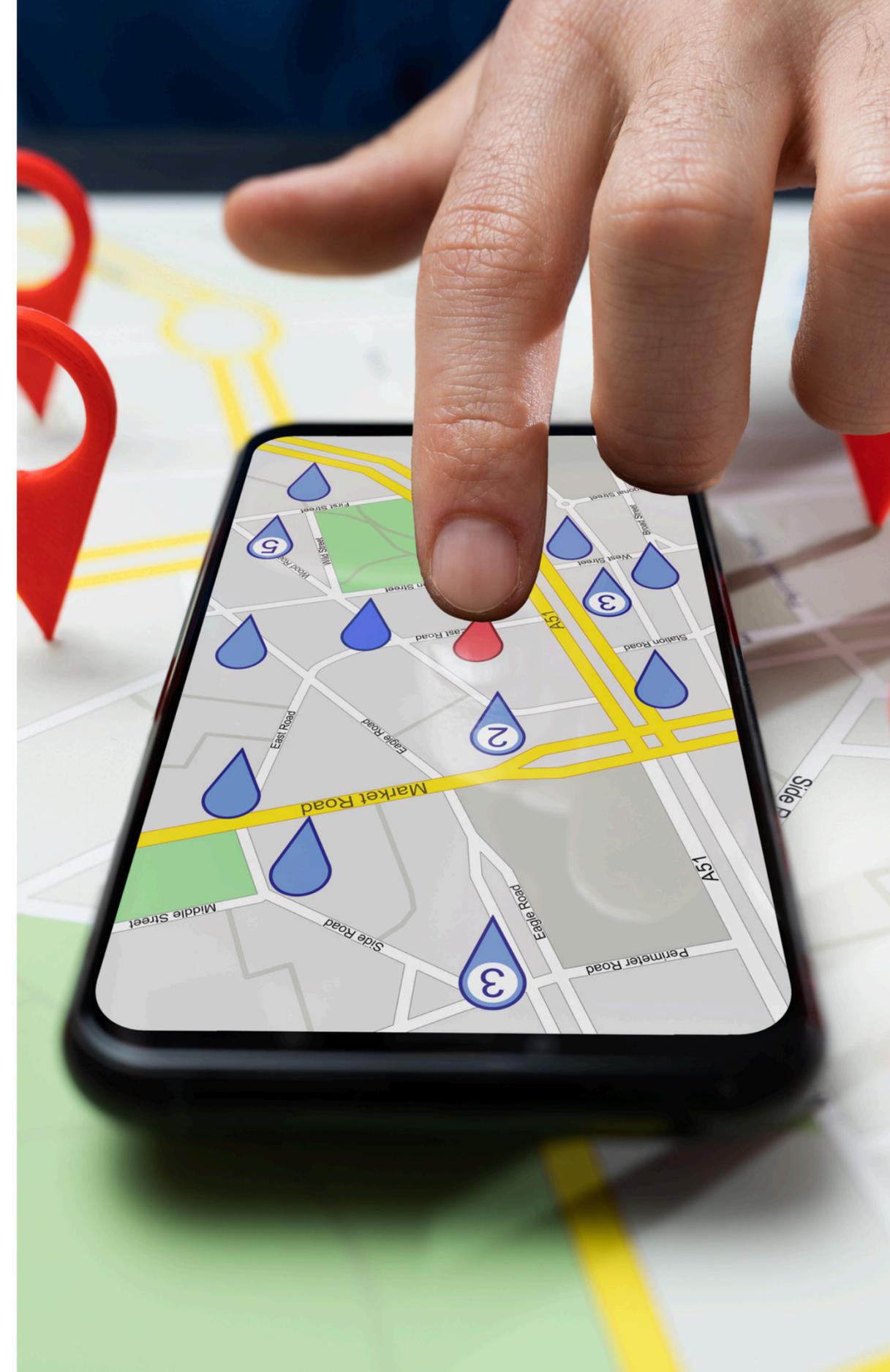
4. Le modèle économique local

a. Valorisation de la production locale

La promotion et l'utilisation des ressources disponibles à un niveau local, voilà ce qu'est le modèle économique local.

Plutôt que d'utiliser des chaînes d'approvisionnement mondial qui engendrent un impact négatif sur l'environnement lié au transport, désormais les entreprises locales cherchent à produire, à consommer et à vendre des biens et des services qui seront produits localement.

Favorisant le développement économique des communautés locales, cette approche crée également des emplois en stimulant des échanges commerciaux et en renforçant des liens sociaux à une échelle beaucoup plus proche du consommateur.



b. Renforcement des liens communautaires

Adopter le modèle économique local, c'est répondre à différents avantages :

Création d'emplois locaux : La production et la consommation locale ouvre la porte à la contribution de la part des entreprises à créer des emplois dans leur communauté et de se fait, à réduire le chômage grâce à un renfort réel de la stabilité économique qui les entoure à leur niveau géographique.

Soutien aux petits producteurs : Grâce au modèle économique local, les opportunités pour les petits producteurs et les artisans augmentent et ainsi leur permettre de commercialiser leurs produits localement tout en ayant une certaine possibilité de concurrencer les grandes entreprises et de préserver les savoir-faire traditionnels.

Engagement des consommateurs : Avec ce modèle économique, les consommateurs vont être encouragés de plus en plus à privilégier les produits locaux et ainsi permettre de renforcer le lien entre les producteurs et les consommateurs. De cette manière, ils favorisent la transparence dans une chaîne d'approvisionnement proche. Cela encourage à une plus grande échelle la responsabilité sociale et environnementale du consommateur.

c. Défis et opportunités pour les entreprises

Lorsque l'on se base sur un modèle économique local, la concurrence avec les grandes entreprises devient féroce et parfois très difficile.

Le défi pour les dirigeants d'entreprises locales est la gestion de ces chaînes d'approvisionnement. La mise en place des chaînes d'approvisionnement local peut parfois être complexe et nécessite des ajustements dans le processus de production et de distribution.

La clé sera de réussir à éduquer le consommateur et à le sensibiliser aux avantages des produits locaux tout en changeant leurs habitudes d'achat pour pouvoir offrir une opportunité d'engagement et de fidélisation de ces derniers.

d. Exemples d'entreprises

Description :

Biocoop, c'est un modèle coopératif unique dans lequel chaque partie prenante, des producteurs aux sociétaires magasin, partagent un objectif commun : défendre une alimentation bio exigeante, socialement responsable, et respectueuse de l'environnement comme des consommateurs. Fondé en 1986, Biocoop compte aujourd'hui des centaines de magasins à travers la France, qui proposent une large gamme de produits biologiques, respectueux de l'environnement et issus de l'agriculture locale.



Approche de l'économie locale :

La charte du réseau Biocoop donne la priorité aux approvisionnements certifiés bio, locaux et de saison. Objectifs : développer la production locale, respecter les cycles de production, limiter les transports et l'impact sur l'environnement. Chaque magasin travaille en direct avec des producteurs ou des transformateurs installés à moins de 150 km du point de vente. C'est parfois jusqu'à 70 fournisseurs locaux qui sont sollicités.

Avantages pour le consommateur et l'entreprise :

Avec Biocoop, les consommateurs bénéficient d'une diversité de produits biologiques et locaux. Ils ont une alimentation saine et responsable tout en soutenant l'économie locale et en réduisant l'empreinte carbone. L'entreprise, quant à elle, privilégie les circuits courts et le commerce équitable. Elle travaille directement avec des producteurs locaux pour garantir la traçabilité et la qualité de ses produits.



Exemple 2 :

Description :

La Ruche qui dit oui ! est une entreprise française issue de l'économie collaborative. Elle met à la disposition des agriculteurs et des transformateurs alimentaires une plateforme internet pour faciliter la vente en circuit-court. Ce service est destiné à la commercialisation des productions agricoles alimentaires et de transformations agroalimentaires.

LA RUCHE  **QUI DIT OUI !**

Approche de l'économie locale :

En favorisant les échanges directs entre le producteur et le consommateur, La Ruche qui dit oui ! répond parfaitement au modèle économique local. L'entreprise met en avant l'utilisation de produits locaux et encourage les circuits courts sans oublier l'appui à l'économie locale.

Avantages pour le consommateur et l'entreprise :

Le consommateur a un accès facilité à une variété de produits alimentaires locaux, frais et de saison. Il consomme alors de manière responsable et soutient les producteurs régionaux. L'entreprise, elle, bénéficie d'une plateforme rentable qui permet aux producteurs locaux de se faire distribuer. Elle génère des revenus grâce à ses services de mise en relation et de distribution tout en prônant une consommation locale qui lui permet de renforcer son image de marque pour une consommation durable et responsable.



5. Le modèle économique de notation

a. Fonctionnement et importance de la notation

Le modèle économique de la notation représente un avenir prometteur basé sur la transparence des entreprises.

À l'exemple de **Yuka** ou de **Clear Fashion**, les modèles de notation répondent à un besoin croissant des consommateurs de tout savoir sur les produits qu'ils achètent, aussi bien les aspects positifs que négatifs.

Dans le nouveau monde de l'économie circulaire, ce modèle est crucial pour valider ou contredire certaines informations. Les consommateurs exigent des preuves, des contrôles et des labels qui garantissent la véracité des informations fournies ou dissimulées par les entreprises. C'est pour cette raison que les modèles de notation comme Yuka ou Clear Fashion auront un rôle essentiel dans l'économie circulaire des prochaines années.



b. Influence sur le comportement des entreprises

Avec ce nouveau modèle économique, les entreprises sont alors influencées dans leur manière de faire.

Incitation à la qualité et à l'innovation : Les entreprises sont contraintes de maintenir un niveau élevé de qualité et de service pour s'assurer de préserver leur réputation et l'attrait constant d'une nouvelle clientèle. Elles mettent alors en avant leur innovation et leur différenciation sur le marché.

Responsabilité sociale et environnementale : les aspects sociaux et environnementaux sont particulièrement pris en compte dans ce modèle économique de notation. Les entreprises doivent répondre de leur responsabilité sociale et environnementale et prendre en compte les préoccupations de leurs parties prenantes.

Transparence et confiance : Le système de notation permet d'accroître une certaine transparence dans les pratiques commerciales tout en fournissant au consommateur des informations toujours fiables et objectives sur les performances des entreprises. La confiance et la fidélité des clients sera alors renforcée et apportera un attrait plus fort pour une nouvelle clientèle.

c. Exemples d'entreprises

Description :

Yuka est une application mobile qui permet de scanner les produits alimentaires et cosmétiques en vue d'obtenir des informations détaillées comme l'impact qu'il peut avoir sur la santé. L'objectif est d'aider le consommateur à choisir des produits jugés bons pour la santé et également d'inciter les industriels à améliorer la composition de leurs produits.

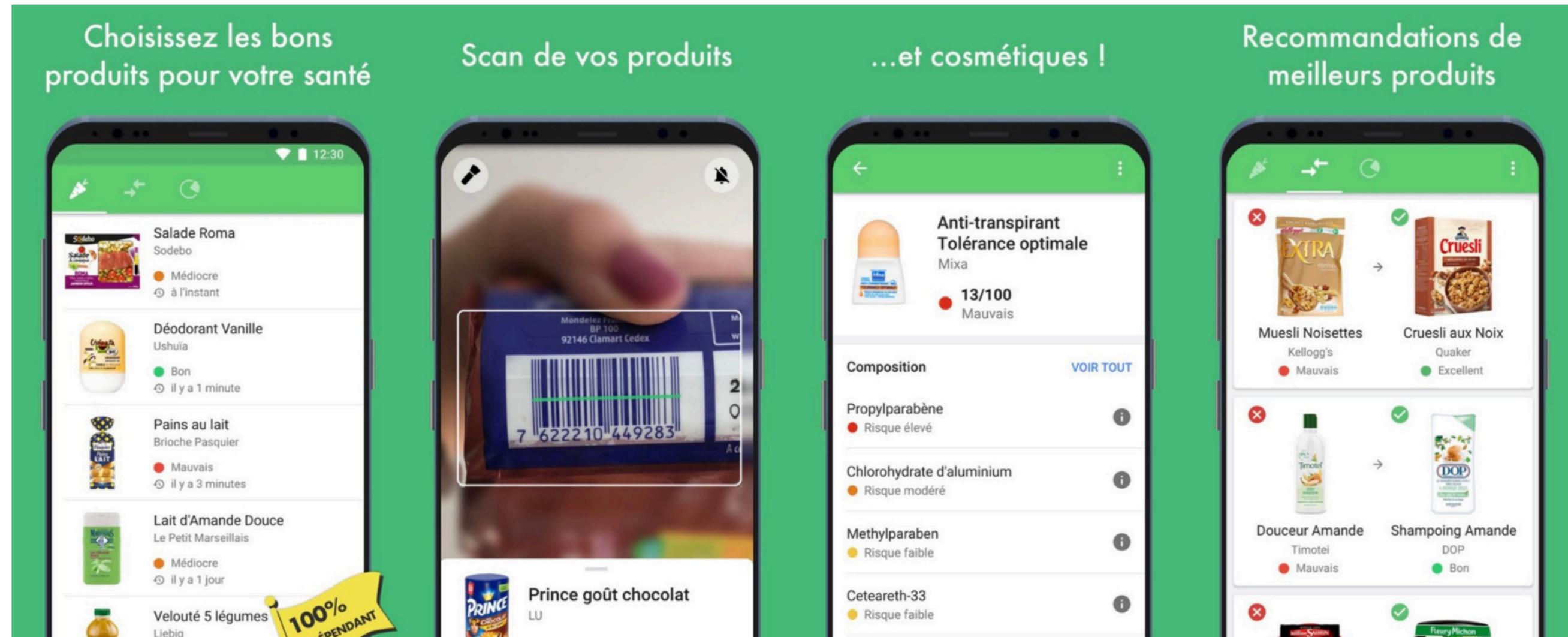


Approche de l'économie de notation :

L'application donne une note de qualité et permet d'indiquer au consommateur si ce produit est bon pour lui ou non. La notation est totalement transparente et aucune marque ne peut "acheter" sa note. "Aucune marque ni groupe industriel ne peut influencer la notation et les recommandations proposées."

Avantages pour le consommateur et l'entreprise :

Le consommateur sait ce qu'il consomme. Il connaît son degré de qualité et choisit de l'acheter avec un œil averti. L'entreprise, elle, renforce la confiance des utilisateurs et leur fidélité à l'application, tout en encourageant les entreprises à améliorer la qualité de leurs produits pour répondre aux attentes des consommateurs soucieux de leur santé.



Exemple 2 :

Description :

ClearFashion est une plateforme indépendante qui informe sur les pratiques des marques et leurs impacts. Grâce à une méthodologie fondée sur des travaux scientifiques, ils évaluent les marques et leurs vêtements selon 150 critères classés en 4 thématiques : l'environnement, l'humain, la santé, et les animaux.



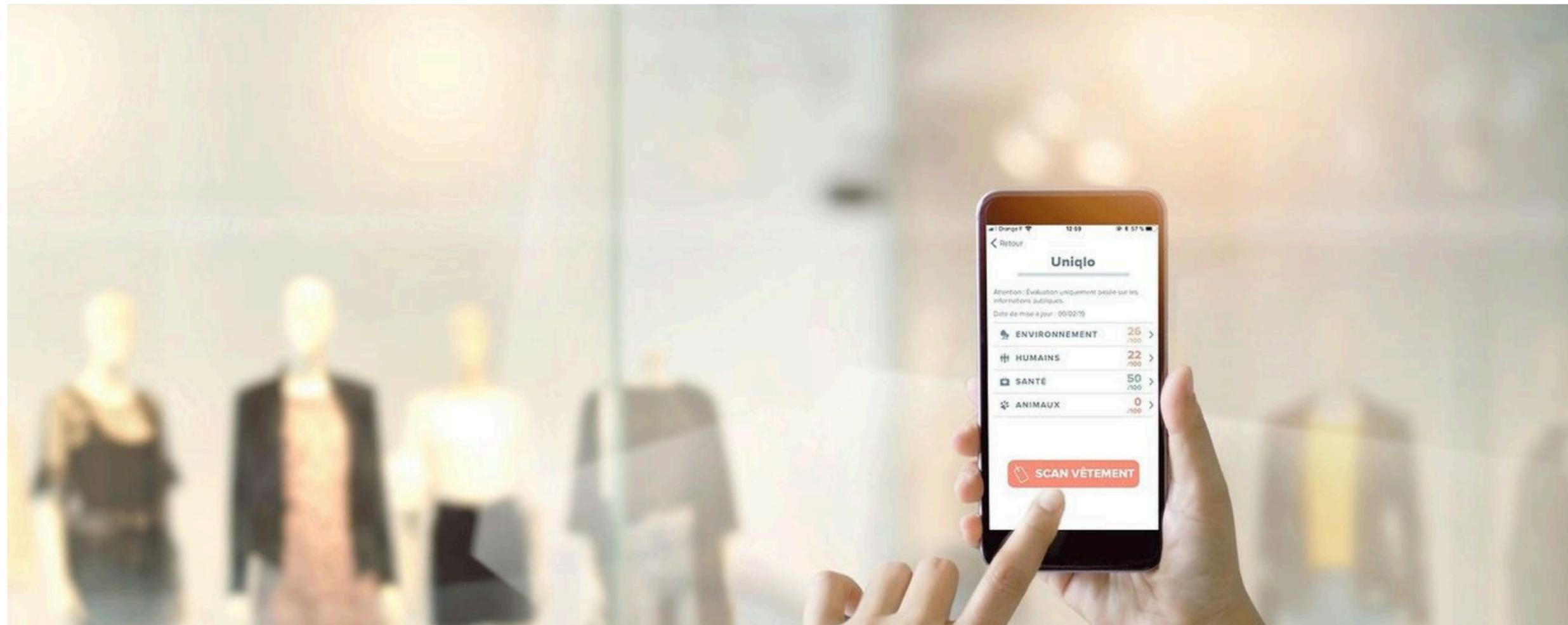
Clear Fashion

Approche de l'économie de notation :

Connaître la note des vêtements que le consommateur achète d'un simple coup de téléphone sur l'étiquette, voici la promesse de Clear Fashion. Ainsi les marques et les produits obtiennent une note. Plus les marques jouent le jeu, plus l'analyse est riche et plus la méthodologie s'améliore.

Avantages pour le consommateur et l'entreprise :

Le consommateur peut estimer l'impact de son achat à différentes échelles et évaluer l'impact environnemental et social des vêtements, l'aidant ainsi à faire des choix plus durables et responsables. L'entreprise, elle, renforce la confiance des utilisateurs en les encourageant à privilégier des marques éthiques. Grâce à elle, les marques sont contraintes d'améliorer leurs pratiques pour être en phase avec le consommateur en matière de durabilité.



6. Le modèle économique d'usage

a. Transition vers une économie basée sur l'usage

Le modèle économique d'usage connu également sous le nom d'économie de la fonctionnalité, oriente son fonctionnement sur la fourniture d'un service ou d'un produit en tant que service à travers une location par exemple, plutôt que sur la vente de bien matériel.

Pour mieux cerner ce modèle économique, il faut comprendre que le consommateur paie pour une utilisation ou un accès à un produit ou un service plutôt qu'un achat pour l'utilisation. Plus simplement, c'est de la location à la place de l'achat.

Le paradigme de la possession est alors remis en question à travers une utilisation des ressources beaucoup plus réfléchie et pensée.



b. Impacts sur la conception des produits et des services

Adopter le modèle économique d'usage, c'est répondre à différents avantages :

Conception orientée vers la durabilité : Désormais, la conception des produits et des services doit être durable, modulaire et facile à entretenir. En effet, le plus important dans un système de modèle économique d'usage est de faire en sorte que la durée de vie soit maximisée contre une minimisation des coûts de maintenance.

Focus sur la performance et la qualité : la performance et la qualité des produits et des services doit alors être optimisée car elle est directement liée à la satisfaction et la fidélisation des clients. Les entreprises se doivent de garder ça en tête lors de la conception si elles ne veulent pas perdre leur place sur le marché tout en gagnant constamment une nouvelle clientèle.

Innovation continue : À travers ce modèle économique dit d'usage, l'innovation continue est encouragée afin de répondre aux besoins changeants constants des clients. Pour introduire de nouvelles fonctionnalités et améliorer constamment les produits et les services, l'innovation continue est indispensable pour une meilleure réponse à la demande.

c. Exemples innovants et perspectives d'avenir

Avec l'arrivée grandissante du modèle économique d'usage, plusieurs perspectives d'avenir et exemples innovants commencent à apparaître dans notre société. Voici les deux principaux :

Mobilité en tant que service (MaaS) : Les services de MaaS, tels que les applications de covoiturage et les services de location de vélos électriques, offrent une alternative à la possession de véhicules personnels, en permettant aux utilisateurs de payer pour l'utilisation plutôt que pour la propriété.

Électroménagers en tant que service : Certains fabricants d'électroménagers proposent des modèles de location où les clients paient un abonnement mensuel pour l'utilisation des appareils, tandis que l'entreprise se charge de l'entretien et des réparations.

d. Exemples d'entreprises

Description :

Michelin a développé une large gamme de produits vendus en France pour les voitures, 4x4 et camionnettes, les Poids-Lourds, les engins de génie civil, les tracteurs et engins agricoles, les deux-roues et même les avions. Renommé dans le secteur des pneumatiques, Michelin offre une large gamme de produits et de services liés à la mobilité, allant des pneus pour automobiles et camions aux solutions de mobilité durables.



Approche de l'économie d'usage :

Michelin propose des solutions de mobilité répondant aux besoins des consommateurs en matière de performance, de durabilité et d'efficacité énergétique. Pour ce faire, ils offrent des services tels que la location de pneus, des abonnements à des programmes d'entretien et de réparation mais aussi à des solutions de mobilité partagée.

Avantages pour le consommateur et l'entreprise :

Le consommateur bénéficie de pneus de haute qualité sans supporter les coûts initiaux élevés d'achat, tout en assurant une performance optimale grâce aux services d'entretien et de réparation inclus dans les abonnements. Cela garantit la sécurité et la fiabilité des déplacements. Michelin de son côté diversifie son offre de produits et de services, tout en générant de nouvelles sources de revenus récurrents grâce aux abonnements et aux services associés. En offrant des solutions de mobilité innovantes et durables, Michelin renforce sa position sur le marché en tant que leader dans le domaine de la mobilité intelligente et durable.



Exemple 2 :

Description :

Decathlon est une entreprise française spécialisée dans la vente d'articles de sport et de loisirs. Fondée en 1976, Decathlon est présente dans de nombreux pays à travers le monde et propose une large gamme de produits pour une variété d'activités sportives, allant du cyclisme et de la randonnée à la natation et au fitness.



Approche de l'économie d'usage :

Decathlon adopte une approche axée sur la fourniture de produits et de services qui répondent aux besoins des consommateurs en matière d'usage plutôt qu'en matière de possession. Cette approche se traduit par des initiatives telles que la location d'équipements sportifs, les abonnements aux services de coaching et les programmes de reprise et de recyclage des produits usagés.

Avantages pour le consommateur et l'entreprise :

Les consommateurs ont un accès flexible à des équipements sportifs de haute qualité sans avoir à acheter mais juste à louer. Cela permet aux consommateurs d'essayer de nouveaux sports ou de changer d'équipement en fonction de leurs besoins, tout en réduisant les coûts initiaux et l'encombrement lié à la possession d'équipements. Ce modèle permet également à Decathlon de diversifier son offre de produits et de services tout en répondant aux besoins changeants des consommateurs. En proposant des solutions flexibles et économiques, l'entreprise peut augmenter sa clientèle et la fidéliser, pour une augmentation des revenus et une amélioration de sa rentabilité à long terme. De plus, en encourageant la reprise et le recyclage des produits usagés, Decathlon contribue à la réduction des déchets et à la préservation de l'environnement.



7. Conclusion

Vous l'aurez compris à travers cet ebook, il est possible de maintenir la croissance et de répondre aux besoins évolutifs des consommateurs tout en préservant la rentabilité et l'environnement. Allier économie et écologie est non seulement faisable, mais cela permet également de rester au plus proche des tendances du marché. Dans un monde où clients et collaborateurs réclament des preuves tangibles d'engagement de la part des entreprises, adopter un nouveau modèle économique basé sur l'économie circulaire offre une opportunité de changement pour la pérennité de l'entreprise et constitue une preuve concrète et significative de cet engagement, ainsi que de la volonté de contribuer à la construction d'un monde durable et souhaitable.

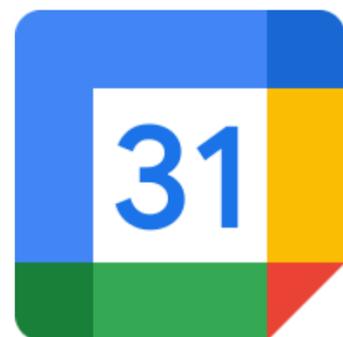
Lorsque l'entreprise prend conscience des opportunités cachées dans le changement et des dangers du modèle linéaire, alors s'ouvre la voie vers un capitalisme responsable. Accompagner les dirigeants vers cette prise de conscience et vers des modèles économiques à la fois souhaitables, rentables et durables est la mission que nous nous sommes confiée au sein du Groupe Élan. Nous vous remercions pour votre lecture.



Contact

Si vous cherchez à évaluer l'efficacité de votre modèle économique, faites ce [test](#) et prenez rendez-vous sur notre [agenda](#) ou contactez-nous directement via [WhatsApp Business](#).

Cliquez ici :



Ici :



Ou scannez :



Suivez-nous :

