



L'économie circulaire apparaît comme une source d'opportunités économiques, environnementales et sociales sans limite.

Néanmoins, lorsqu'il s'agit de passer à l'action, les entreprises ont des difficultés à identifier les marges de progression et les leviers activables.

Éco-concevoir son *business model* en prenant en compte son écosystème, c'est exactement pour cela que nous avons créé le Circulab board. Suite à vos observations et expériences, vous allez être en mesure de synthétiser les principaux flux, acteurs et ressources nécessaires au bon fonctionnement du *business model* mais aussi les impacts générés.



Rassemblez vos collègues autour d'une table. Préparez stylos et *post-it* pour chacun puis suivez les différentes étapes pour remplir le Circulab board.

1. Choisissez l'activité de la structure à étudier ou reprenez votre problématique du moment.

2. Rassemblez les parties prenantes où les différents représentants de l'entreprise. À l'aide de *post-it*, remplissez les cases blanches en démarrant par la case fonction. Les questions en bas de chaque case doivent vous guider.

3. Une fois les 10 cases blanches remplies, remplissez les rangées jaunes, puis les rangées vertes en respectant les correspondances avec la colonne indiquée.

4. Votre Circulab board est prêt, vous avez réussi à synthétiser la complexité de votre *business model*.



Une fois rempli, il existe de multiples façons d'utiliser le Circulab board, voici quelques autres configurations pour faciliter la coopération et la créativité de vos équipes.

> Faites disparaître l'ensemble des éléments d'une case pour trouver des alternatives et anticiper les changements induits.

> À travers des choix différents dans les cases blanches, tentez de faire disparaître l'ensemble de vos impacts négatifs.

> En repartant d'un impact négatif, tentez de le transformer en nouveaux revenus ou en diminution de coûts.

> À plusieurs entreprises, repartez du Circulab board vide puis ajoutez vos compétences respectives dans la colonne **Partenaires** puis vos ressources non valorisées ou non optimisées dans les colonnes **Ressources**. Ensemble, tentez de trouver des valorisations ou des mutualisations.

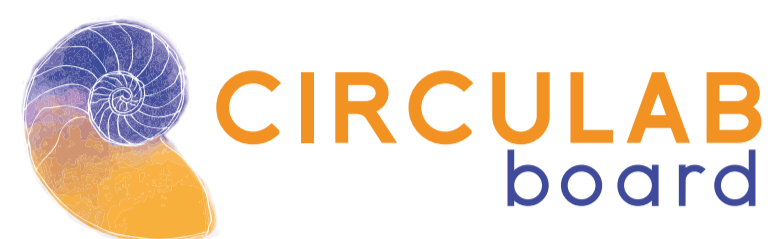
IMPACTS POSITIFS				
IMPACTS NEGATIFS				
CIRCULAB BOARD	ACTIVITES CLES	RESSOURCES NATURELLES	PROPOSITION DE VALEUR	VALORISATION
EQUIPE				
PROBLEMATIQUE		RESSOURCES TECHNOLOGIQUES		
FONCTION	PARTENAIRES	RESSOURCES ENERGETIQUES	CLIENTS & CONTEXTES	DISTRIBUTION
REVENUS				
COÛTS				

IMPACTS POSITIFS

Quels sont les impacts économiques, sociaux et environnementaux positifs pour votre organisation, la société, la planète ?

IMPACTS NEGATIFS

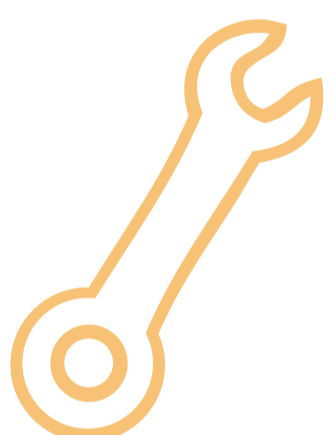
Quels sont les impacts négatifs de votre organisation ? Quels sont les déchets générés, les conséquences sur la santé et la nature ?



ÉQUIPE

PROBLÉMATIQUE

FONCTION



Quelle est la fonction essentielle de l'offre ?
Quels sont les besoins essentiels satisfaits par cette offre ?

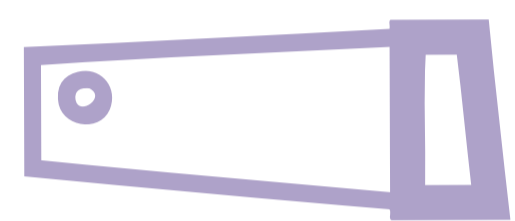
REVENUS

Quels sont les sources de revenus existantes ou potentielles ?

COÛTS

Quels sont les coûts et investissements nécessaires ?

ACTIVITES CLES



Quelles sont nos activités clés pour la création de valeur ?
Quelles expertises avons-nous ?
Lesquelles pouvons-nous acquérir ?

PARTENAIRES



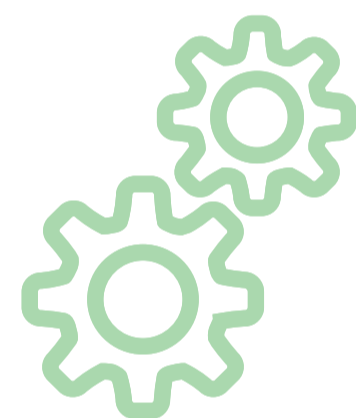
Quels sont nos partenaires & fournisseurs clés pour la création de valeur ?
Quelles activités et expertises apportent-ils ?

RESSOURCES NATURELLES



Quelles ressources naturelles sont nécessaires ?
Permet-on une circularité des matières ?
Permet-on leur biodégradabilité ?

RESSOURCES TECHNOLOGIQUES



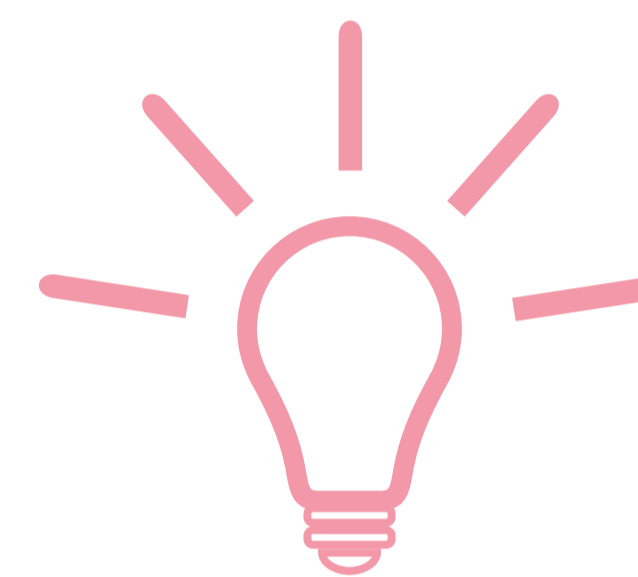
Quelles ressources technologiques sont nécessaires ?
Quels composants, machines ou autres matières composites sont utilisés ?

RESSOURCES ÉNERGÉTIQUES



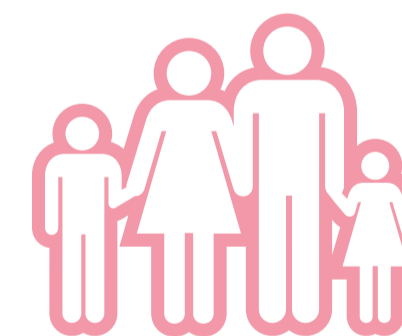
Quelles sont les énergies nécessaires ?
Sont-elles d'origine fossiles ou renouvelables ?
L'indépendance énergétique est-elle possible ?

PROPOSITION DE VALEUR



Quels problèmes permet-on de résoudre ?
Quelle valeur proposons-nous à nos clients ?
À quoi ressemble l'expérience proposée ? Comment cela fonctionne ?
Quelles sont les caractéristiques clés ?

CLIENTS & CONTEXTES



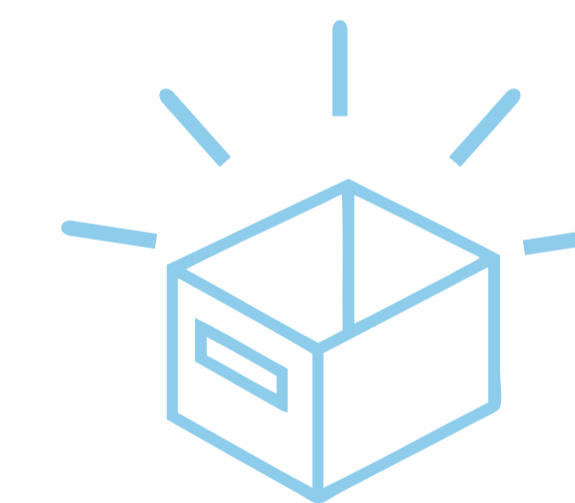
Pour qui créons-nous de la valeur ? Quel est le coeur de la clientèle ?
Dans quels contextes pertinents pouvons-nous résoudre le problème ?
Quelles sont les situations liées à notre proposition de valeur ?

VALORISATION

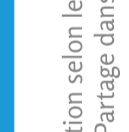
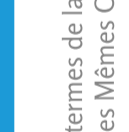
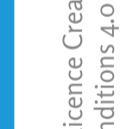
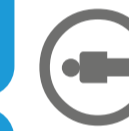


Que se passe-t-il à la fin de vie du produit et de chacun de ses composants ?
Est-ce réutilisable, réparable ou recyclable ? Comment atteindre le zéro déchets ?
Peut-on impliquer l'utilisateur ou les partenaires pour atteindre cet objectif ?

DISTRIBUTION



Quelles sont les occasions de penser à notre proposition de valeur ? Comment faire connaître l'offre ? Comment se concrétise la vente ? Quelle relation client est mise en place ? Comment la développer ? Comment le produit/service est-il livré ou mis à disposition ?



Cette création est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution-NonCommercial-Partage dans les Mêmes Conditions 4.0 International.

WIITHAA
design + économie circulaire