

Découvrez vos opportunités circulaires en quatre étapes

30 septembre 2020, 02:00

Thomas Vandenhaute

*Le nouveau **Cesar Tool** vous apprend quelles sont les opportunités dont vous profitez déjà et où vous pouvez trouver une valeur ajoutée en utilisant pleinement l'économie circulaire. Nous avons opté pour un processus en quatre étapes.*

Cet outil est-il pour vous ?

Le Cesar-Tool se concentre sur les entreprises qui ont un impact sur un produit physique. Il s'agit d'un groupe cible très large composé de concepteurs de produits, de producteurs, de vendeurs et de distributeurs, de prestataires de services d'entretien et de réparation, de collecteurs et de revendeurs de produits ou de composants, de démonteurs de produits mis au rebut et de recycleurs.

Dans un **premier temps**, nous vous demandons de choisir le produit ou le groupe de produits pour lequel vous souhaitez effectuer l'exercice. Par exemple, une entreprise qui possède des machines fixes et mobiles dans son portefeuille doit choisir un des deux types de machine, car les opportunités circulaires peuvent être très différentes pour les deux. Pour un produit mobile, la location, l'utilisation partielle ou la revente peuvent avoir un potentiel pertinent, tandis que les machines fixes peuvent avoir plus de valeur grâce à la refabrication et à la récolte de pièces. Le

segment de clientèle peut également différer selon le groupe de produits. Chaque segment de clientèle peut avoir des besoins différents, et donc une stratégie particulière adaptée sera d'application. Par exemple, les produits destinés à des secteurs tels que l'automobile, les soins de santé ou la construction bénéficieront d'une approche adaptée à leurs besoins.

Quelle perspective convient le mieux à votre entreprise ?

La nature des activités, des produits et des services de votre entreprise détermine naturellement aussi la marge de manœuvre dans l'économie circulaire. Toutes les entreprises ne devraient ou ne peuvent pas être le moteur d'une nouvelle chaîne de valeur circulaire. La marge de manœuvre d'une entreprise manufacturière qui fournit aux équipementiers et qui a donc peu d'impact sur la conception des produits est différente de celle d'une entreprise qui construit, place et maintient sa propre conception de produits autonome. Néanmoins, chaque entreprise peut jouer un rôle dans l'économie circulaire.

C'est pourquoi nous utilisons le Cesar Tool pour rechercher les opportunités qui correspondent le mieux à vos activités commerciales. Dans un **diagramme en araignée**, nous montrons l'importance relative des opportunités sur six axes :

1. Conception du produit, production et efficacité de la production, distribution, y compris l'impact de la sélection des matériaux, technologie de production, délai de livraison, temps d'arrêt de la production, ...
2. Utilisation des produits, y compris le suivi et le traçage des produits, la surveillance des conditions, les profils d'utilisation, les analyses de données, ...
3. Entretien et réparation, y compris la vente et l'installation de pièces d'usure, la modernisation de produits (matériel et logiciels), les services périodiques de nettoyage, de lubrification, ...
4. Réutilisation et redistribution, y compris la vente de produits d'occasion, la revente, le retour de produits, de sous-systèmes et de plateformes, ...
5. Remise à neuf et reconditionnement, y compris la valorisation des produits en fin de vie, le reconditionnement des produits en nouveaux produits, la réutilisation des pièces, ...
6. Recyclage, y compris la séparation des matériaux de valeur, les cycles de fermeture, la décontamination des matériaux, les matières premières secondaires de valeur, ...



Que faire maintenant ?

L'**étape suivante** consiste à identifier toutes les bonnes pratiques que vous utilisez déjà. En vous concentrant davantage sur cet aspect et en le combinant avec de nouvelles perspectives et opportunités, vous pouvez prendre un bon départ. Les questions qualitatives vous donneront une vue d'ensemble des aspects qui comptent pour votre entreprise.

Le simple fait de réfléchir à toutes ces questions vous permettra d'acquérir de nouvelles connaissances et d'établir de nouveaux liens entre toute la valeur comprise de votre entreprise et les objectifs et opportunités circulaires associés. De cette façon, votre connaissance détaillée de vos produits, processus et services peut potentiellement être d'une grande valeur pour les autres acteurs de la chaîne de valeur circulaire. Après tout, aucune entreprise ne peut réaliser à elle seule l'économie circulaire.

Par exemple, la connaissance des produits et l'approvisionnement en composants seront essentiels pour les processus de reconditionnement. D'autre part, la refabrication peut fournir beaucoup d'informations très utiles pour la conception des produits.

Comment un rapport sur mesure contribue à augmenter votre base de soutien

Après avoir répondu à toutes les questions, nous rassemblons toutes les informations dans un **rapport sur mesure**. Bien entendu, le rapport contient la mesure dans laquelle votre entreprise tire parti des opportunités circulaires (diagramme en étoile). Plus importantes encore que votre score sont les questions sur les suggestions de stratégie. Pas uniquement pour vous orienter dans la bonne direction, mais pour faire avancer la conversation au sein de votre organisation et pour vous fixer des objectifs circulaires attrayants.

Pour vous aider, nous vous proposons également une série de conseils et astuces basés sur les réponses que vous avez données. Vous obtiendrez ainsi les informations les plus pertinentes que vous pourrez utiliser pour planifier votre action de suivi.

Enfin, nous vous donnons également quelques 'termes à la mode' que vous pouvez utiliser pour harmoniser la terminologie utilisée au sein de votre entreprise et avec vos partenaires. Après tout, il est très important de parler le même language pour comprendre les attentes des uns et des autres.

Conseil : laissez un certain nombre de collègues remplir l'outil César de manière indépendante, puis discutez des similitudes et des différences. De cette façon, vous vous impliquerez davantage au sein de l'organisation et vous surmonterez les différentes perspectives, opportunités et bonnes pratiques. Tirez-en l'énergie nécessaire pour mettre en place des mesures de suivi.

Acceptez les cookies marketing pour regarder cette vidéo. Pour les utilisateurs de FireFox, désactivez la « protection renforcée contre le suivi » de votre navigateur pour visionner cette vidéo.

Vous rencontrez encore des obstacles difficiles à surmonter ou vous préférez une approche sur mesure ? Avec vous, nous pouvons déterminer quel support vous convient le mieux : une



]]>

Auteurs



Thomas Vandenhaute