

10 leçons tirées de 10 ans de Circular Economy Connect

06 juillet 2026, 13:00
Thomas Vandenhaute

Dix ans d'expérience au service des modèles d'affaires circulaires

L’économie circulaire est souvent présentée comme un enjeu de conception. Développer des produits qui durent plus longtemps. Utiliser moins de matériaux. Faciliter la réparation et le recyclage.

Ces principes sont essentiels. Mais lorsqu’on s’intéresse aux entreprises qui expérimentent depuis des années des modèles économiques circulaires, un autre constat s’impose. Dans toutes ces entreprises, les principaux obstacles sont rarement d’ordre technique. Il s’agit de convaincre les clients. De mettre en place de nouveaux partenariats. De garder le contrôle sur des produits qui restent en service pendant des années. De collecter des données. De développer de nouveaux modèles de revenus. D’adapter les processus internes.
Et surtout, **d’apprendre à penser autrement.**

C’est l’un des principaux enseignements tirés de **dix années de Circular Economy Connect,** le réseau d’apprentissage de Sirris et d’Agoria. Pendant dix ans, des entreprises issues de secteurs

très divers y ont partagé leurs expériences en matière de circularité. Leurs produits sont fondamentalement différents. Leurs marchés le sont tout autant. Pourtant, elles se retrouvent étonnamment souvent confrontées aux mêmes questions.

Nous avons rassemblé ces enseignements dans un livre blanc : Votre guide vers l'économie
e publication
ux modèles

marquantes





L'économie circulaire : des produits différents, les mêmes défis

Atlas Copco développe des compresseurs industriels. Samsonite commercialise des valises. Proximus gère des équipements de télécommunication. Signify fournit des solutions d'éclairage. Daikin fabrique des pompes à chaleur et des systèmes de refroidissement. À première vue, ces entreprises ont peu de points communs. Pourtant, au cours de leur transition vers des modèles circulaires, elles se heurtent très souvent aux mêmes défis.

- Comment maintenir le contact avec les clients une fois le produit vendu ?
- Comment organiser la réparation, la maintenance et la reprise des produits ?
- Comment déterminer la valeur d'un produit après cinq ou dix ans d'utilisation ?
- De quels partenaires avez-vous besoin pour remettre les matériaux et les produits en circulation ?
- Comment mettre tout cela en place sans perturber vos activités existantes ?

Ce qui frappe, c'est que ces questions concernent les modèles économiques, la relation client, la collaboration et l'organisation. C'est précisément pour cette raison que, dans de nombreuses entreprises, la circularité évolue d'un simple projet d'innovation vers un véritable enjeu stratégique.

La circularité répond souvent d'abord à un enjeu d'entreprise

Cela peut sembler surprenant, tout en étant finalement assez logique. De nombreuses entreprises n'entament pas leur transition vers des modèles circulaires dans une optique de durabilité, mais pour répondre à un défi concret :

- Comment construire une relation client qui dure au-delà de la vente ?
- Comment créer des sources de revenus nouvelles et/ou plus stables ?
- Comment réduire notre dépendance vis-à-vis des matières premières, notamment les plus rares ?
- Comment prolonger la durée de vie de nos produits sans compromettre leur qualité ?

Ces questions ne sont pas propres à l'économie circulaire. Ces dernières années, les entreprises ont dû faire face à une succession de défis. Les chaînes d'approvisionnement se sont révélées plus vulnérables qu'on ne l'imaginait. Les matières premières sont devenues plus coûteuses et leur disponibilité plus incertaine. Les clients attendent davantage de flexibilité, davantage de services et davantage de garanties. Dans le même temps, la pression en faveur d'une production plus durable ne cesse de s'intensifier.

Dans ce contexte, l'économie circulaire prend une autre dimension : elle constitue non seulement une réponse aux défis environnementaux, mais aussi une stratégie permettant aux entreprises de rester compétitives et résilientes.

L'économie circulaire exige un autre type de leadership

Un autre enseignement majeur tiré de dix années de pratique concerne le leadership. De nombreuses entreprises lancent leur démarche circulaire au sein des équipes chargées de l'innovation, de l'ingénierie ou de la durabilité. Mais à mesure que le projet prend de l'ampleur, d'autres départements sont amenés à s'impliquer. Les équipes commerciales, les achats, la logistique, le service, les finances et la direction doivent évoluer ensemble, ce qui suppose des choix clairs.

Investissez-vous dans des produits conçus pour durer plus longtemps ? Développez-vous des services en complément de la vente de produits ? Reprenez-vous les produits en vue de leur réemploi ou de leur remanufacturage ? Dans ce cas, les sources de revenus, les investissements et les clés du succès évoluent eux aussi.

Les entreprises les plus avancées partagent un autre enseignement. **La circularité exige une vision à long terme.** Les bénéfices ne se traduisent pas toujours par des gains rapides, mais prennent souvent la forme de relations clients plus solides, d'une meilleure maîtrise des matériaux, de nouveaux modèles économiques et d'une plus grande résilience face aux défis futurs.



Dans ce livre blanc, Sirris et Agoria rassemblent 10 enseignements issus de plus de vingt cas concrets d'entreprises telles qu'Atlas Copco, Signify, Proximus et Daikin. Découvrez les choix des pionniers de l'économie circulaire, les défis auxquels ils sont confrontés et les enseignements qu'ils en tirent.

Téléchargez le livre blanc

Prêt à passer à l'action ?

Rejoignez le Réseau d'apprentissage – Circular Economy Connect 2026-2027 et travaillez avec d'autres entreprises technologiques sur des défis concrets liés à l'économie circulaire, tout en partageant vos expériences et en bénéficiant de l'expertise de Sirris et d'Agoria.

Découvrir le réseau d'apprentissage

Auteurs



Thomas Vandenhaute