

Vous êtes ici : [Accueil](#) > [Économie & Travail](#) > Au-delà du recyclage, quelle place des autres leviers de circularité dans les entreprises Grand-Lyonnaises ?

AU-DELÀ DU RECYCLAGE, QUELLE PLACE DES AUTRES LEVIERS DE CIRCULARITÉ DANS LES ENTREPRISES GRAND- LYONNAISES ?



© Minibox – Métropole de Lyon

ARTICLE

Dans le courant de l'année 2025, la Métropole de Lyon a élaboré un questionnaire à destination des entreprises qui permettra à l'avenir de mieux suivre la diffusion de certaines pratiques liées à l'économie circulaire sur le territoire.

À cette occasion, des échanges menés avec une dizaine d'entreprises engagées dans la circularité ont permis de mieux comprendre les leviers qu'elles utilisent en matière d'économie circulaire, mais aussi les difficultés qu'elles rencontrent.

Cet article en propose une synthèse.

Tag(s) : Développement durable, Entreprise, Ressources, Métropole de Lyon, Économie

Date : 28/05/2026

L'économie circulaire a connu au cours des dernières décennies un engouement grandissant. Devenue l'un des piliers des politiques de transition écologique, elle fait toutefois l'objet d'interprétations qui peuvent fortement varier.

Dans son acception la plus limitée, dite de « circularité faible », l'économie circulaire se réduit ainsi à un exercice de recyclage ou de transformation de déchets en ressources. C'est l'image de la boucle supposée infinie à laquelle la notion de circularité renvoie naturellement dans l'inconscient collectif.

Mais cette vision bute toutefois sur des limites physiques majeures, comme, par exemple, l'impossibilité technique de recycler les matériaux à l'infini, ou encore l'insuffisance chronique du recyclage dans une économie fondée sur une augmentation continue de la consommation de matière et d'énergie.

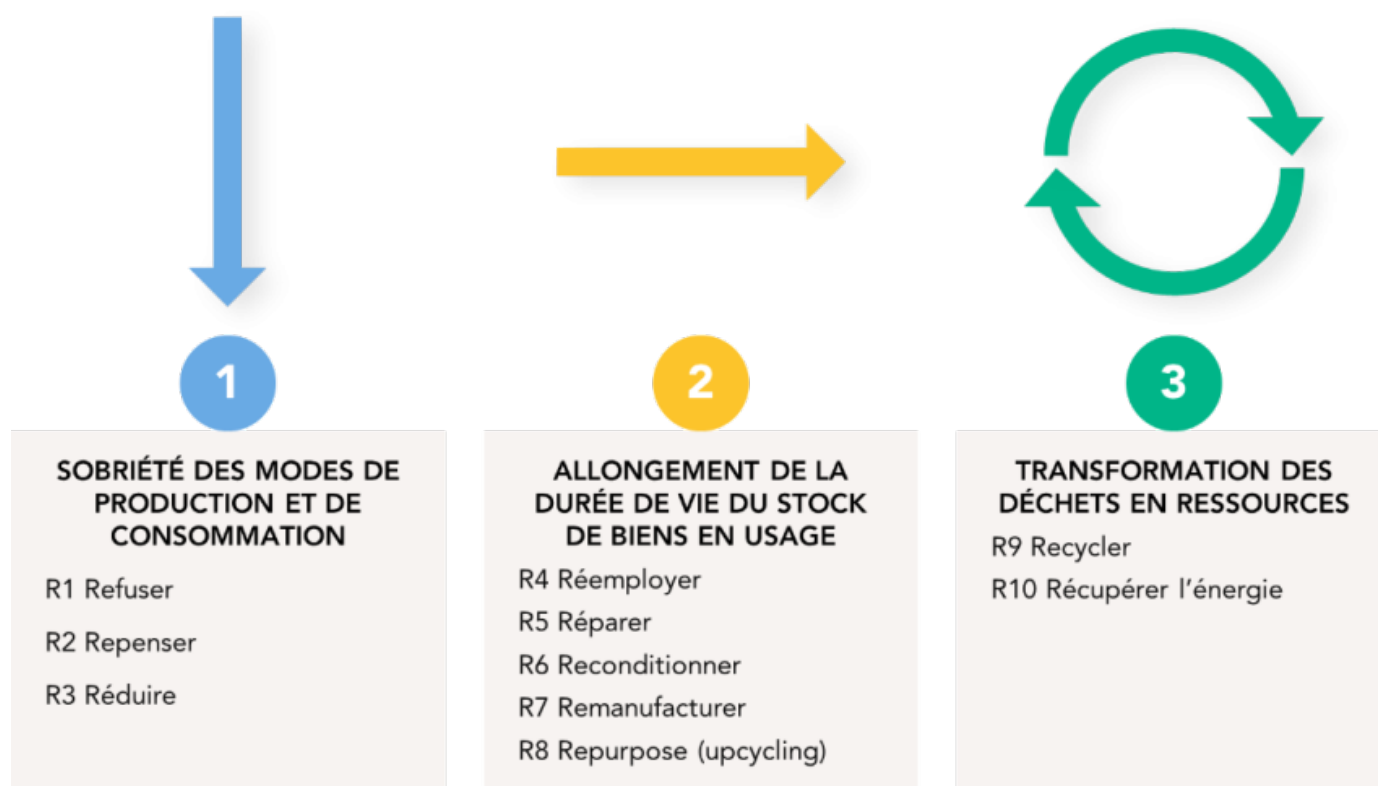
Mises bout à bout, ces limites ont amené des chercheurs à proposer une approche de la circularité plus exhaustive, mieux à même de réduire l'impact environnemental de l'économie. Cette approche, dite de « circularité forte », ajoute au recyclage susmentionné deux principes complémentaires :

- La sobriété, c'est-à-dire la nécessaire réduction des besoins matériels de l'économie ;
- La durabilité/longévité, qui consiste à conserver le plus longtemps possible les stocks de matière dans le métabolisme économique, pour en limiter le besoin de

renouvellement.

En s'appuyant sur la littérature scientifique, un référentiel de « circularité forte » a été proposé au tournant des années 2020. Il comprend une dizaine de stratégies de circularité (« 10R ») réparties selon les trois grands principes susmentionnés : sobriété, durabilité et recyclabilité (voir schéma ci-dessous). Ces stratégies et principes sont hiérarchisés selon leur potentiel de rétention de la valeur des produits, des composants et des matières dans l'économie, du plus élevé (R1) au plus faible (R10).

Proposition de référentiel Économie circulaire : 3 principes et 10 stratégies de circularité



UTOPIES, à partir de Potting José et coll. (2017), Reike Denise et coll. (2018), Morseletto Piero (2020), Skärin Filip et coll. (2022), European Environment Agency (2024)

Aujourd'hui adopté par les institutions européennes (en particulier l'Agence européenne de l'Environnement), ce référentiel constitue un cadre intéressant pour structurer des indicateurs de circularité de l'économie. C'est en s'inspirant de cette grille de lecture que la Métropole de Lyon a décidé d'élaborer un questionnaire destiné aux entreprises de son territoire, afin de mesurer l'évolution de la prise en compte de la circularité par le tissu économique.

Testé en 2025 auprès d'un groupe restreint d'entreprises engagées dans l'économie circulaire, ce travail nous informe sur la manière dont ces principes de circularité sont aujourd'hui compris et appropriés par ces entreprises.

La sobriété, un préalable indispensable... et néanmoins difficile à concrétiser pour les entreprises

Une augmentation de seulement 2 % de la consommation annuelle de matière suffit à multiplier par deux cette consommation en à peine plus d'une trentaine d'années. Les bénéfices de la circularité demeureront donc dérisoires dans une économie dont les consommations d'énergie et de matières continuent de croître.

C'est la raison pour laquelle la sobriété est souvent considérée par les spécialistes comme le premier pilier de toute stratégie de circularité. Pour autant, ce n'est pas le plus facile à mobiliser.

R1 — Refuser

Un levier d'action de la sobriété consiste par exemple à refuser de *produire* certains biens ou services à faible utilité sociale, fort impact environnemental ou faible durée de vie ; ou encore à refuser de *consommer* des matières problématiques, comme des substances toxiques, carbonées ou non renouvelables.

Pour des entreprises qui ne sont pas « nativement circulaires », s'interroger sur l'utilité sociale de son activité apparaît délicat. Refuser de produire, c'est évidemment aller à l'encontre de la finalité même d'une entreprise dont le modèle économique est fondé sur la maximisation des volumes de vente.

L'entreprise Groupe GM, qui produit par exemple des consommables à destination de l'hôtellerie, admet qu'elle peut difficilement décider de réduire volontairement sa production au motif qu'il s'agit de produits jetables, car il s'agit du cœur de son modèle économique — production qui, de toute façon, serait probablement remplacée par celle d'un concurrent, peut-être moins vertueux.

Il en va de même d'une autre entreprise, Montabert, qui produit des perforateurs destinés

pour partie à l'industrie minière : malgré la vocation a priori peu circulaire de l'activité, l'entreprise ne peut pas décider de réduire volontairement sa production, et encore moins la demande mondiale pour les outils qu'elle produit.

Néanmoins, les entreprises peuvent faire le choix de retirer de leurs gammes les produits jugés problématiques. Par exemple, des industriels du textile (comme les marques françaises Hopaal ou Loom) peuvent refuser de sortir des collections saisonnières ou tout simplement de produits « tendances » à faible durée de vie pour se concentrer sur quelques essentiels robustes, tandis qu'un commerce peut arrêter de vendre de fruits et légumes transportés par avion et une compagnie d'assurance ne plus assurer des projets d'extraction d'énergies fossiles.

C'est donc logiquement le second registre du « refus » qui est généralement mobilisé en matière de circularité : elles se fixent alors des objectifs de réduction de l'utilisation de certaines matières ou de certains produits jugés non durables.

Groupe GM s'engage par exemple à refuser les matériaux non biosourcés et à supprimer les flacons de faible contenance et jetables. L'entreprise envisage d'arrêter la production de chaussons à usage unique, à cause de leur coût environnemental. Pour Montabert, il s'agit de renoncer à utiliser de l'acier non issu du recyclage, tout en réduisant son empreinte carbone.

Ces exemples montrent que la question du refus de produire est difficile à aborder pour de nombreuses entreprises. Il semble plus facile pour elles de renoncer à l'utilisation de certains intrants ou produits plutôt que requestionner les volumes produits et commercialisés.

R3 — Réduire

Cette difficulté à « refuser » amène également les entreprises à mobiliser une stratégie intermédiaire, qui consiste plus modestement à réduire l'usage de matières et d'énergie par unité produite afin de limiter l'impact lié à la production, ainsi que les gaspillages. Dans les faits, beaucoup d'entreprises agissent déjà en la matière, ne serait-ce que pour des raisons d'optimisation des coûts.

Mais, comme le remarque l'une des entreprises interrogées (Rostaing, qui produit des gants et autres équipements de protection), « réduire la quantité de matière utilisée peut également avoir des effets contre-productifs, en rendant les produits moins solides ou durables. Pour une autre entreprise interrogée, Deltalys (filtration de biogaz basé sur des matériaux recyclés), qui produit des matériaux filtrants issus du recyclage, augmenter légèrement la part de matériaux vierges a également été une solution pour améliorer la

performance et la durabilité du produit dans le temps.

Pour éviter ce type d'écueil et cibler les substances les plus problématiques, certaines entreprises engagées dans la circularité utilisent des outils comme les Analyses de Cycle de Vie (ACV) ou le bilan carbone, qui permettent d'objectiver et de prioriser les efforts afin de réduire l'impact environnemental. Qui plus est, ces outils identifient les impacts cachés des matériaux ou process utilisés tout au long de leur cycle de vie.

Deltalys a par exemple intégré le bilan carbone au cœur de ses processus de décision d'organisation et de production. C'est notamment cet outil qui a permis d'arbitrer en faveur d'une légère baisse du taux de matières recyclées, ce qui permettait d'allonger la durée de vie des matériaux et de limiter les émissions de gaz à effet de serre liées à la logistique.

L'entreprise Rostaing réalise quant à elle des ACV complètes de ses produits. Cet outil permet à l'entreprise de suivre 16 indicateurs, qui lui servent de boussole pour réduire son impact lorsqu'elle conçoit ou réactualise un produit.

R2 — Repenser

Un autre levier plus systémique consiste enfin à repenser sa production ou son modèle économique, afin de les rendre plus sobres ou circulaires. Sur ce terrain, les entreprises engagées dans la circularité sont plus prolixes, notamment parce que « repenser » leur modèle de production est presque toujours une étape nécessaire pour permettre d'activer d'autres stratégies de circularité.

L'écoconception des produits apparaît de ce point de vue comme un levier important pour quasiment toutes les entreprises interrogées. Elle permet d'augmenter la part de matières biosourcées ou issues du recyclage, de faciliter la réparation des produits ou d'augmenter leur durabilité ou leur recyclabilité. C'est donc un moyen d'action incontournable pour les entreprises engagées dans la circularité.

Parfois, un changement de modèle économique plus profond peut être nécessaire. Le passage à une économie de fonctionnalité est ainsi envisagé et même pratiqué par certaines entreprises que nous avons interrogées. Le principe, qui consiste à vendre un service plutôt qu'un bien, permet de favoriser la durabilité ou la réparabilité des produits, au lieu d'inciter à la surconsommation et à l'obsolescence accélérée.

Certaines des entreprises interrogées sont déjà investies dans ce secteur : c'est le cas par exemple d'Opopop, qui conçoit et opère des emballages réemployables le e-commerce et la logistique BtoB, ou encore de Deltalys, qui propose un service de filtration du biogaz basé

sur des matériaux recyclés.

Mais d'autres entreprises, plus traditionnelles, anticipent également une telle évolution. Montabert, qui produit des perforateurs et des marteaux hydrauliques, réfléchit par exemple à un service de location de ses outils, incluant leur entretien. Rostaing, qui produit des gants et vêtements de protection, envisage également une telle évolution pour une partie de son activité.

Dans les deux cas, l'idée est de rester maître du cycle de vie du produit, pour en améliorer la circularité (durabilité, réparabilité, recyclage, etc.). Mais ces entreprises insistent également sur la difficulté qu'elles ont à changer de modèle, en particulier dans un contexte où les clients sont encore attachés à être propriétaires d'un bien, plutôt que locataire d'un service.

NOUVELLES PRATIQUES DES PRODUCTEURS

- **L'écologie industrielle et territoriale**
on mutualise l'utilisation des ressources (eau, énergie...) et des services (transport, lieux de travail...); par exemple, des déchets peuvent devenir une matière première pour une autre activité
- **L'écoconception**
on conçoit les produits pour limiter leurs impacts sur l'environnement sur tout leur cycle de vie
- **L'économie de la fonctionnalité**
on vend l'usage des biens plutôt que les biens eux-mêmes

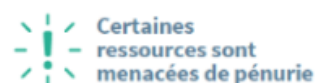
NOUVEAUX COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS

- **Consommer moins et privilégier les produits avec un label environnemental**
- **Penser collaboratif**
on mutualise entre particuliers (prêt, location, échange)
- **Utiliser durablement**
on entretient et répare les objets pour les garder plus longtemps
- **Bien trier ses déchets**
on permet aux centres de traitement de récupérer des matières qui serviront à fabriquer de nouveaux objets

MOINS D'EXTRACTION DE MATIÈRES PREMIÈRES

FABRICATION → DISTRIBUTION → CONSOMMATION → TRI

MOINS DE DÉCHETS ET PLUS DE VALORISATION



Certaines ressources sont menacées de pénurie
C'est le cas de nombreux métaux (cuivre, argent, zinc, nickel). Cette raréfaction va entraîner une volatilité et une hausse des prix des matières premières, mais aussi des risques d'instabilité, de tensions, voire de conflits géopolitiques.



Le recyclage des déchets ne suffira pas !
Recycler consomme de l'énergie (transport, process industriels...) et les déchets ne sont pas tous recyclables, et quand ils le sont, ce n'est pas à l'infini. Par conséquent, il faut en produire moins.

Allonger la durée de vie des produits : des pratiques qui se développent, malgré des difficultés encore bien présentes

De nombreuses études montrent que, plus un matériau peut être utilisé longtemps pour son usage prévu initialement, moins il y a de perte de matériau par unité fonctionnelle.

À rebours de l'image de la boucle circulaire qui attire l'attention sur le devenir des produits en fin de vie, ce constat incite à agir en amont, en donnant la priorité aux leviers permettant de préserver l'intégrité physique et la valeur d'usage des produits et de leurs composants, de manière à faire durer le stock de biens en usage (bâtiments, équipements, etc.). Plusieurs stratégies permettent d'allonger la durée de vie des produits.

R4 — Réemployer

Le réemploi, qui consiste à utiliser des biens usagés en état de fonctionnement, est au cœur de l'activité de plusieurs entreprises que nous avons interrogées. Dans ce cas, c'est tout le modèle économique qui est organisé autour de cette finalité particulière, ce qui oblige bien souvent à mettre en place un système de collecte et une logistique appropriés.

Par exemple, Opopop a mis au point un service de colis réemployables, ce qui suppose de fournir à ses clients des emballages résistants et durables, tout en offrant à l'utilisateur final un retour simplifié via le réseau postal notamment, pouvant être encouragé par une consigne. L'entreprise Revera est quant à elle spécialisée dans la consigne d'emballages en verre, ce qui suppose là encore de mettre en œuvre toute une logistique de récupération, avec plusieurs centaines de points de collecte et un outil de production adapté (tri, lavage, etc.).

Les entreprises pour lesquelles le réemploi n'est pas le cœur d'activité ont en revanche souvent plus de difficulté à s'emparer de ce levier. Pour certaines, comme Cardem, une entreprise spécialisée dans la déconstruction de bâtiments et d'infrastructures, l'enjeu est d'accroître peu à peu la part des éléments qu'elle récupère et qui peuvent être orientés vers le réemploi.

Pour d'autres, comme GSE, il s'agit au contraire, à l'autre bout de la chaîne, d'intégrer peu à peu dans les cahiers des charges des objectifs en termes d'utilisation de produits ou matériaux issus du réemploi. Mais les obstacles sont souvent nombreux : faiblesse de l'offre, manque de fiabilité ou de garantie, etc. Pour les entreprises qui ne sont pas « nativement circulaires », le réemploi est donc encore souvent cantonné à des actions limitées, comme l'achat d'outils, de machines ou de véhicules d'occasion.

R5 — Réparer

Une autre manière de prolonger la durée de vie des produits consiste, bien entendu, à les réparer, c'est-à-dire les remettre en état de fonctionnement suite à une défaillance. Pour les entreprises, un enjeu central consiste à assurer la réparabilité des produits qu'elles mettent sur le marché : soit en facilitant leur montage-démontage, soit en assurant la disponibilité des pièces détachées sur le long terme.

La réparation est une pratique assez courante parmi les entreprises que nous avons interrogées. A minima, elle consiste en l'application d'une garantie sur les produits vendus, qui sont réparés lorsque c'est possible ou échangés. Au-delà de la période de garantie, certaines entreprises prévoient un service de réparation, voire la mise à disposition de pièces détachées. C'est le cas par exemple de Montabert, qui propose depuis longtemps à ses clients des pièces de rechange, un service de réparation sur site ou un retour du matériel en usine.

Pour d'autres entreprises, qui fabriquent des produits moins durables ou de plus faible valeur ajoutée, la réparation peut parfois paraître plus difficile à garantir. Cela n'empêche pas certains de chercher des solutions, comme l'entreprise de fabrication de gants mentionnée précédemment (Rostaing), qui propose un service de réparation à certaines entreprises, pour des gants à forte valeur ajoutée (dans le cadre de la garantie, mais aussi au-delà).

L'offre de réparation est par ailleurs naturellement présente parmi certaines entreprises qui ont évolué vers un modèle d'économie de fonctionnalité. C'est le cas par exemple d'Opopop (emballages réemployables) et de Deltalys (filtration de biogaz basé sur des matériaux recyclés).

Toutes deux offrent un service qui inclut la mise à disposition de produits ou d'outils qui peuvent avoir besoin d'être ponctuellement réparés ou remis en état. Dans ce cas, c'est leur modèle économique particulier qui amène mécaniquement les entreprises à assurer la réparation (et la réparabilité) des produits nécessaires au service qu'elles vendent.

R6 — Reconditionner

Le reconditionnement, qui consiste à mettre à neuf (ou à jour) un produit pour le remettre sur le marché, en l'associant le plus souvent à certaines garanties comparables au neuf, est plus rarement mis en œuvre. En revanche, il s'agit du cœur d'activités de certaines entreprises spécialisées.

C'est le cas par exemple d'e-Recycle, une entreprise que nous avons interrogée et qui est

spécialisée dans le reconditionnement de produits high tech d'occasion (téléphones mobiles, tablettes, PC, montres connectées...). Pour ces entreprises, un enjeu central consiste à disposer d'un réseau et d'une logistique permettant l'accès aux appareils d'occasion, mais aussi aux clients intéressés par les produits reconditionnés.

À l'instar de la réparation, le reconditionnement est toutefois plus délicat à mettre en œuvre ou à mobiliser dans certains secteurs industriels. C'est le cas par exemple des entreprises qui produisent des consommables, par définition non durables. Mais c'est aussi le cas de certaines entreprises qui agissent dans des secteurs soumis à de rapides évolutions technologiques. E-Recycle insiste par exemple sur la difficulté qu'elle a à trouver des pièces détachées au-delà de cinq ans. De la même manière, ce secteur est confronté à une obsolescence logicielle qui rend l'utilisation de certains appareils difficile, voire impossible, au-delà de quelques années.

R7 — Remanufacturer

Enfin, l'activité de remanufacturing peut également permettre d'allonger la durée de vie des produits. Elle consiste à désassembler et remettre des pièces ou des produits usagés dans leur état de fonctionnement d'origine. Les entreprises que nous avons interrogées sont peu nombreuses à revendiquer une action en la matière — la distinction avec la réparation ou le reconditionnement n'étant pas toujours évidente à opérer pour elles.

GSE, une entreprise spécialisée dans la conception et construction d'immobilier d'entreprise, remarque non sans pertinence que, dans certains cas, les activités de réhabilitation lourde de bâtiments peuvent être assimilées à du remanufacturing.

Montabert identifie de son côté le remanufacturing comme un axe de développement fort à l'avenir : il s'agit pour cette entreprise d'utiliser le potentiel que représentent ses produits déjà présents sur le marché, dans un contexte de raréfaction et de renchérissement des ressources. Mais l'entreprise est consciente des évolutions importantes que cela suppose. Il lui faudra par exemple adapter sa logistique : être capable de faire revenir les outils à l'usine, disposer de la place nécessaire au stockage, ou encore créer des centres logistiques régionaux pour prendre en charge ces opérations au plus près des clients.

Il faut également faire évoluer les compétences des employés pour les former au remanufacturing, mais aussi disposer des outils nécessaires, qui ne sont pas les mêmes que pour la fabrication de pièces neuves. Plus encore, l'entreprise en question évoque le changement de mentalité qui reste à opérer du côté de ses clients, qui ne sont aujourd'hui pas encore prêts à acheter des appareils remanufacturés, surtout s'ils ne sont pas

sensiblement moins chers que des produits neufs.

Bretagne Compétitivité



Regarder sur

Valoriser les matières en fin de vie : le recyclage, un réflexe bien ancré

Plusieurs leviers peuvent enfin être mobilisés pour récupérer et valoriser les matières contenues par les produits en fin de vie, afin de les utiliser pour de nouveaux usages et réduire les déchets ultimes.

Occupant une place centrale dans la plupart des politiques en faveur de l'économie circulaire, ces leviers entraînent toutefois une dégradation de la qualité des matériaux et ont relativement peu d'influence sur les modes de production et de consommation. Ils ont connu un essor important au cours des dernières décennies et sont aujourd'hui devenus une évidence pour de nombreuses entreprises, en particulier parmi celles que nous avons interrogées.

R9 et R8 — Recycler et Upcycler

Le recyclage est, de loin, la pratique qui semble la plus courante et la plus systématique parmi les entreprises que nous avons interrogées. Pour mémoire, le recyclage consiste à collecter et trier les déchets pour orienter les matières récupérées dans différentes filières de valorisation (hors valorisation énergétique). Pour certaines entreprises comme Cardem — spécialisée dans la déconstruction —, le recyclage représente un enjeu majeur puisque son activité génère des flux de déchets considérables qui sont majoritairement orientés vers cette filière.

Pour d'autres, comme e-Recycle ou Revera, qui sont spécialisées dans le reconditionnement ou le réemploi, le recyclage fait partie de l'activité sans en être le cœur : il s'agit en effet pour elles de réduire au maximum la part de matériaux récupérés dédiés au recyclage (seuls les objets et matériaux collectés qui ne peuvent être reconditionnés ou réutilisés sont recyclés).

Enfin, la majorité des entreprises qui ne sont pas « nativement circulaires » ont intégré le recyclage dans leur pratique quotidienne, de manière parfois très poussée. Montabert utilise par exemple uniquement de l'acier recyclé et récupère l'intégralité des copeaux d'acier qu'elle produit pour les confier à une filière de recyclage. Elle envisage même de disposer un jour de sa propre unité de recyclage, ce qui lui permettrait de transformer directement ses résidus de production.

Pour tous les acteurs que nous avons interrogés, le recyclage est donc devenu un réflexe. Mais pour ces acteurs engagés dans une démarche de circularité, le recyclage est également identifié comme une démarche « a minima », qui relève en quelque sorte du minimum incontournable en matière de circularité.

On notera en revanche que la pratique de l'upcycling, qui consiste à donner un nouvel usage à un bien mis au rebut, est encore assez marginale parmi les entreprises que nous avons rencontrées. Opopop a par exemple utilisé des stocks de textile non vendus pour confectionner ses emballages durables (pochettes). De manière plus anecdotique, Montabert a confié une partie de ses rebuts à un artiste pour confectionner une œuvre d'art. Mais de manière générale, cette pratique d'upcycling semble encore peu développée au sein des entreprises.

R10 — Récupérer l'énergie

La dernière stratégie de circularité consiste à récupérer l'énergie issue d'un process de

production, ou celle consécutive à l'incinération ou la méthanisation de déchets.

Ce levier est couramment utilisé par les collectivités pour valoriser la chaleur produite par les incinérateurs d'ordures ménagères. Il est également utilisé sur des installations de récupération de biogaz traitant différents types de résidus organiques (eaux usées, centres d'enfouissement, méthaniseurs agricoles, etc.).

De ce fait, les entreprises valorisent parfois une partie de leurs déchets sans réellement le savoir ou le vouloir, lorsque ceux-ci sont collectés par la collectivité au titre des déchets domestiques et assimilés, ou encore lorsqu'ils sont récupérés par des opérateurs privés faisant appel à ces techniques de valorisation.

Pour le reste, la valorisation énergétique peut parfois être directement opérée par des entreprises, mais elle nécessite alors des infrastructures spécifiques qui sont généralement réservées à des activités assez particulières, et aucune des entreprises que nous avons interrogées n'était équipée de tels dispositifs.

Plus encore, cette valorisation est la plupart du temps identifiée par les entreprises comme une solution de dernier recours, qu'elles ont même parfois du mal à considérer comme relevant de l'économie circulaire — en particulier pour ce qui concerne la valorisation énergétique consécutive à l'incinération des déchets.

SMITOM-LOMBRIC



Regarder sur

Conclusion — Une « circularité forte » qui progresse dans les esprits, mais reste difficile à concrétiser

Ces quelques entretiens menés auprès d'entreprises engagées dans l'économie circulaire témoignent de leur volonté d'aller bien au-delà du tri et du recyclage, pratiques qui sont aujourd'hui bien intégrées dans leur quotidien. La plupart d'entre elles ont pris conscience de la nécessité d'agir également sur les autres leviers qui caractérisent la « circularité forte », à savoir l'allongement de la durée de vie des produits et la sobriété.

Cette inclinaison est particulièrement évidente pour les entreprises qui sont directement investies dans le secteur du réemploi ou du reconditionnement et qui ont par conséquent construit leur modèle autour de cette activité.

Pour les autres entreprises, qui ne sont pas « nativement circulaires », cet élargissement du spectre de la circularité les amène souvent à réinterroger la conception de leurs produits, leur organisation, voire leur modèle économique. C'est ce dont témoignent plusieurs entreprises interrogées, qui imaginent un avenir possible de leur activité en lien avec l'économie de la fonctionnalité.

Reste que ces évolutions supposent d'opérer de profonds changements. Même pour les acteurs les plus motivés, opérer une telle bascule relève bien souvent du pari sur l'avenir. Un pari qui peut s'avérer risqué si le reste de la société — clients, citoyens, acteurs publics — ne répond pas présent au défi de la transition écologique.

Pour poursuivre la réflexion, découvrez nos dossiers :

- **Économie circulaire : au-delà du recyclage, comment transformer l'économie ?**
- **Économie régénérative : quel chemin pour réconcilier activités humaines et cycles naturels ?**