



# Etude prospective pour accompagner la transition des zones d'activités de Cap Malo et de la route du Meuble vers une économie circulaire à impact positif

## Note de synthèse finale

**Avertissement : ce document constitue une synthèse du rapport final de l'étude. Nous conseillons vivement la lecture de ce dernier pour une meilleure compréhension de l'ensemble des enjeux exposés.**

- |  |     |
|--|-----|
| 1. Objectifs et méthodologie de l'étude  | p2  |
| 2. Historique rapide et situation économique actuelle de la Route du Meuble / Cap Malo   | p4  |
| 3. Historique rapide et situation économique actuelle de la Route du Meuble / Cap Malo   | p5  |
| 4. Stratégie de gestion des Zones d'Activité : l'opportunité amenée par l'ECIP d'un changement d'implication par le Val d'Ille | p10 |
| 5. Démarche de commercialisation de la ZAC de la Bourdonnais   | p11 |
| 6. Conclusion et perspectives  | p13 |

Version	Date	Rédacteurs	Visé par
VF	11/03/2015	Rebecca BUICK, Dervenn Dominique JUGAND, ADC Développement	

Une démarche cofinancée par l'Union Européenne (UE). *L'UE s'engage en Bretagne avec le fonds FEDER.*



# 1. Objectifs et méthodologie de l'étude

Dans le cadre du renforcement des Zones d'Activité de son territoire, la communauté de communes du Val d'Ille a souhaité impulser et accompagner une démarche de transition de ces Zones d'Activité vers une Economie Circulaire à Impact Positif (ECIP) :

- une économie basée sur l'optimisation **collaborative** des flux matériels et immatériels entre les entreprises des Zones d'Activité et les parties prenantes locales dans une optique d'**impact positif** pour ces acteurs et donc pour le territoire.
- une économie **inspirée** du fonctionnement des écosystèmes naturels : intelligence collective, adaptation et évolution, coopération, subsidiarité et suppléance, diversité,...

Une étude prospective, premier jalon de cette démarche, a été conduite entre mars et décembre 2014 en associant les entreprises de neuf zones d'activité situées sur l'ensemble Route du Meuble - Cap Malo :

Zone (du Nord au Sud)	Commune	Gestion
1. Beauséjour	La Mézière	Intercommunale
2. Biardel	La Mézière	Communale
3. La Montgervalaise	La Mézière	Communale
4. Millé	Melesse	Privée
5. Triangle vert	La Mézière	Intercommunale
6. Beaucé	La Mézière	Intercommunale
<i>Extension Beaucé (Projet)</i>	<i>La Mézière</i>	<i>Intercommunale</i>
<i>Extension Cap Malo (Projet)</i>	<i>La Mézière</i>	<i>Intercommunale</i>
7. Cap Malo	La Mézière, Melesse	Privée
<b>8. La Bourdonnais (en cours de requalification)</b>	<b>La Mézière</b>	<b>Intercommunale</b>
9. Confortland	Melesse	Intercommunale

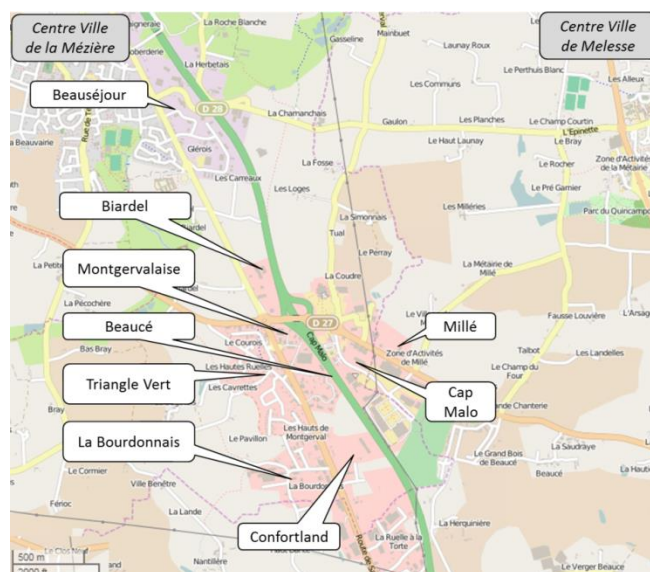
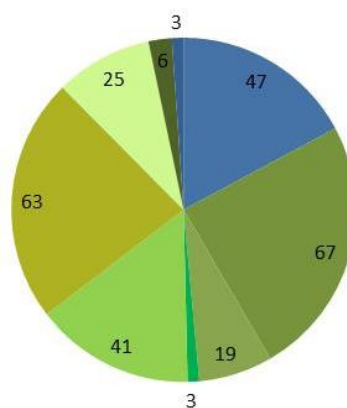
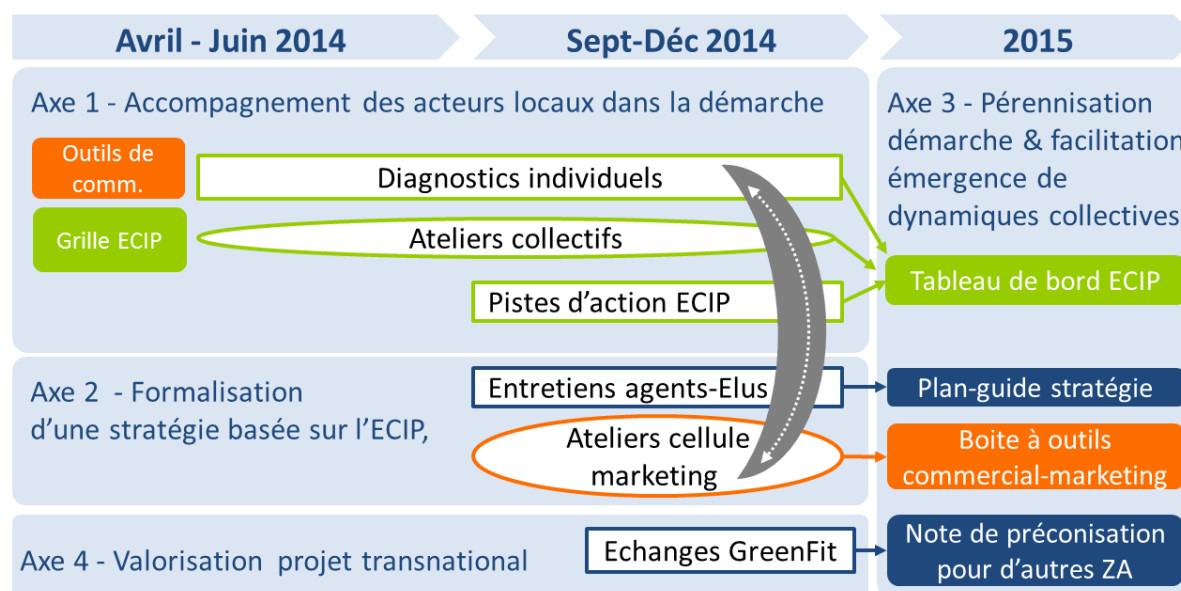


Figure 1 : Répartition des 273 entreprises recensées sur le périmètre d'étude et localisation des 9 Zones d'Activités du périmètre de l'étude (source carte : OpenStreetMaps)

Le tableau suivant présente les quatre objectifs définis au démarrage de l'étude et leur statut en fin d'étude.

Objectif	Atteinte / remarque
1. Animer et mobiliser dans le temps un réseau d'acteurs (notamment les entreprises locales) dans la transition des zones d'activité de Cap Malo et de la route du Meuble vers une économie circulaire à impact positif.	OBJECTIF ATTEINT.
2. Définir une stratégie de transition de ces Zones d'Activité co-construite par les acteurs locaux et cohérente avec la stratégie globale de développement de la Communauté de Communes du Val d'Ille. Les nouvelles entreprises venant s'implanter sur la zone pourront s'intégrer dans cette démarche.	OBJECTIF ATTEINT.
3. Aboutir à des pistes d'actions concrètes, pour les entreprises (actions sur le process, développement de produits innovants, mise en place de partenariats...) et pour la communauté de communes (actions de soutien), avec la possibilité de mise en œuvre directe pour certaines.	OBJECTIF ATTEINT pour l'identification de pistes d'actions. Pas de « mise en œuvre directe » immédiate possible en revanche : la plupart des pistes nécessitent de poursuivre un travail de fond.
4. Faire de cette stratégie un levier d'attractivité pour les Zones d'Activité et observer les premières retombées de son volet commercial / marketing, plus particulièrement dans le cadre de la commercialisation de la ZAC de la Bourdonnais.	OBJECTIF PARTIELLEMENT ATTEINT : Premières bases d'une stratégie commerciale/marketing pour la ZAC de la Bourdonnais.

Le logigramme ci-dessous résume la méthodologie employée :



Le parti pris a été de s'appuyer dès le lancement sur les échanges avec les entreprises pour explorer les possibilités relevant de l'Economie Circulaire à Impact Positif., en ciblant les dirigeants : 46 diagnostics individuels et 4 ateliers inter-entreprises ont été animés entre mai et décembre 2014.

L'engagement des élus et services a eu lieu dans un second temps, avec deux axes de travail :

- 1) Formalisation d'une stratégie opérationnelle basée sur l'ECIP pour le renforcement des Zones d'Activité
- 2) Formalisation d'une stratégie marketing et commerciale pour la future ZAC de la Bourdonnais

## 2. Historique rapide et situation économique actuelle de la Route du Meuble / Cap Malo

Historiquement positionnés sur la vente d'ameublement (implantation de premières enseignes dans les années 1970), les commerces de la Route du Meuble se sont depuis les années 2000 diversifiés vers les aménagements intérieurs et extérieurs. En parallèle, la proportion de commerces de détail diminue progressivement. Plusieurs plateformes logistiques de grossistes alimentaires y profitent d'un emplacement géographique stratégique ; le commerce automobile et les activités de loisirs sportifs intérieurs sont deux autres exemples de secteurs d'activités présents. La zone la plus récente, Beauséjour, accueille principalement des activités de commerce de gros et de services (communication, BTP, électricité...). La ZAC de la Bourdonnais, un important projet de requalification actuellement au stade travaux, a entre autres pour ambition d'accueillir de nouvelles activités porteuses.



Figure 2 : A gauche : Enseigne visible le long de la Route (photo : maroutedumeuble.com) – A droite : vue sur l'atelier de production du site de cartonnage Smurfit Kappa dans la zone de la Bourdonnais (photo : Dervenn)

De l'autre côté de la 2x2 voie Rennes Saint-Malo, Cap Malo, zone de 75 Ha, associée à une vocation commerciale (commerces de détail, activités de restauration et de loisirs diversifiés : bowling-cinéma-karting-golf...) l'accueil d'entreprises des éco-activités (conception de projet d'énergies renouvelables, conception de vêtements « éthiques et écologiques »...). Les premières ouvertures d'activités datent de 2003 et depuis 2006 la zone est desservie par une bretelle d'accès direct à partir de la quatre voies Rennes Saint-Malo. Voisine, la zone de Millé accueille quelques entreprises du secteur du BTP.



Figure 3 : A gauche : Crêperie bio Ker Soazig (photo : Dervenn) – A droite : Cap Boutiques (photo : Cap Malo)

La Route du Meuble et Cap Malo sont aujourd'hui deux espaces aux identités bien distinctes, séparés physiquement par la 2x2 voies. Si les synergies entre les deux espaces sont limitées, ils sont confrontés aux mêmes dynamiques économiques (contexte difficile pour les activités commerciales) ainsi à la contrainte

d'un développement commercial limité dans le nouveau projet de SCOT du Pays de Rennes. Ces dynamiques impliquent une transition nécessaire des activités existantes et une recherche de nouvelles activités.

### 3. Pistes d'actions identifiées avec les entreprises pour une transition vers une économie circulaire à impact positif

Les 45 entreprises avec lesquelles un diagnostic individuel a été conduit ont réagi de manière favorable à la démarche d'impulsion d'une Economie Circulaire à Impact Positif. Une vingtaine d'entreprise se sont engagées dans la contribution aux ateliers inter-entreprises et 15 entreprises peuvent aujourd'hui être considérées comme particulièrement mobilisées.

Globalement, la demande est grande pour plus d'échanges et de dynamiques de mutualisation sur le territoire. Les motivations des entreprises comprennent, par ordre d'importance, la perspective de réaliser des économies, l'attachement territorial et les opportunités de collaboration/commerce, et, sur un second plan, la possibilité de communiquer et enfin l'adaptation à la réglementation (gestion des ressources et des déchets, politique sociale..).

Zone	Raison sociale	Activité	Date RDV	atelier 1	atelier 2	atelier 3	atelier 4
ZA Mille	LEHAGRE JEAN PAUL TP	Construction de routes et autoroutes	16/05/2014	Oui	Oui	Oui	Oui
ZAC Bourdonnais	PORCLO	Fabrication de portes et fenêtres en métal	12/06/2014	Oui	Oui	Oui	Oui
ZA Montgervalaise	LE FOURNIL DE LA GRANGE	Boulangerie	27/05/2014	Oui	Oui	Oui	Oui
ZAC Bourdonnais	CARTONNERIE DE MAUREPAS	Fabrication de carton ondulé	21/05/2014	Oui	Non	Non	Non
Confortland	BIOCOOP	Commerce de gros alimentaire	06/05/2014	Oui	Oui	Oui	Oui
ZA Beaucé	GROUPE STERENN	Equipement agricole, motoculture, industrie	03/07/2014	Non	Non	Oui	Oui
Confortland	SETI OUEST	Ingénierie, études techniques	10/06/2014	Oui	Non	Non	Non
Confortland	CUISINES SCHMIDT	Fabrication de meubles de cuisine	18/07/2014	non	Non	Non	Non
Cap Malo	ESCALE OCEANIA	Hôtel	28/11/2014	Non	Non	Non	Oui
Cap Malo	KER SOAZIG	Restauration traditionnelle	03/06/2014	Oui	Oui	Oui	Oui
Cap Malo	MC DONALD'S	Restauration de type rapide	21/11/2014	Non	Non	Non	Non
Cap Malo	O QUEBEC	Restauration traditionnelle	28/05/2014	Oui	Oui	Oui	Oui
ZA Beauséjour	REALIPLUS	Formation continue d'adultes	19/11/2014	Non	Non	Non	Oui

Figure 4 : Entreprises "motrices" : une bonne représentation des différentes zones et des secteurs d'activité

Les échanges avec les entreprises, agents et élus du territoire ont permis de faire ressortir des enjeux relatifs à l'ECIP, puis d'établir des objectifs et enfin identifier des pistes d'action : Voir illustration page suivante.

Ces pistes d'action sont hétérogènes : certaines s'adressent au fonctionnement de l'entreprise dans l'optique d'une optimisation des flux à l'échelle individuelle, d'autres font apercevoir une véritable réorganisation des flux et l'apparition de nouvelles synergies entre entreprises. Certaines pistes relèvent de l'action très concrète, d'autres renvoient vers un ensemble de solutions imaginables.



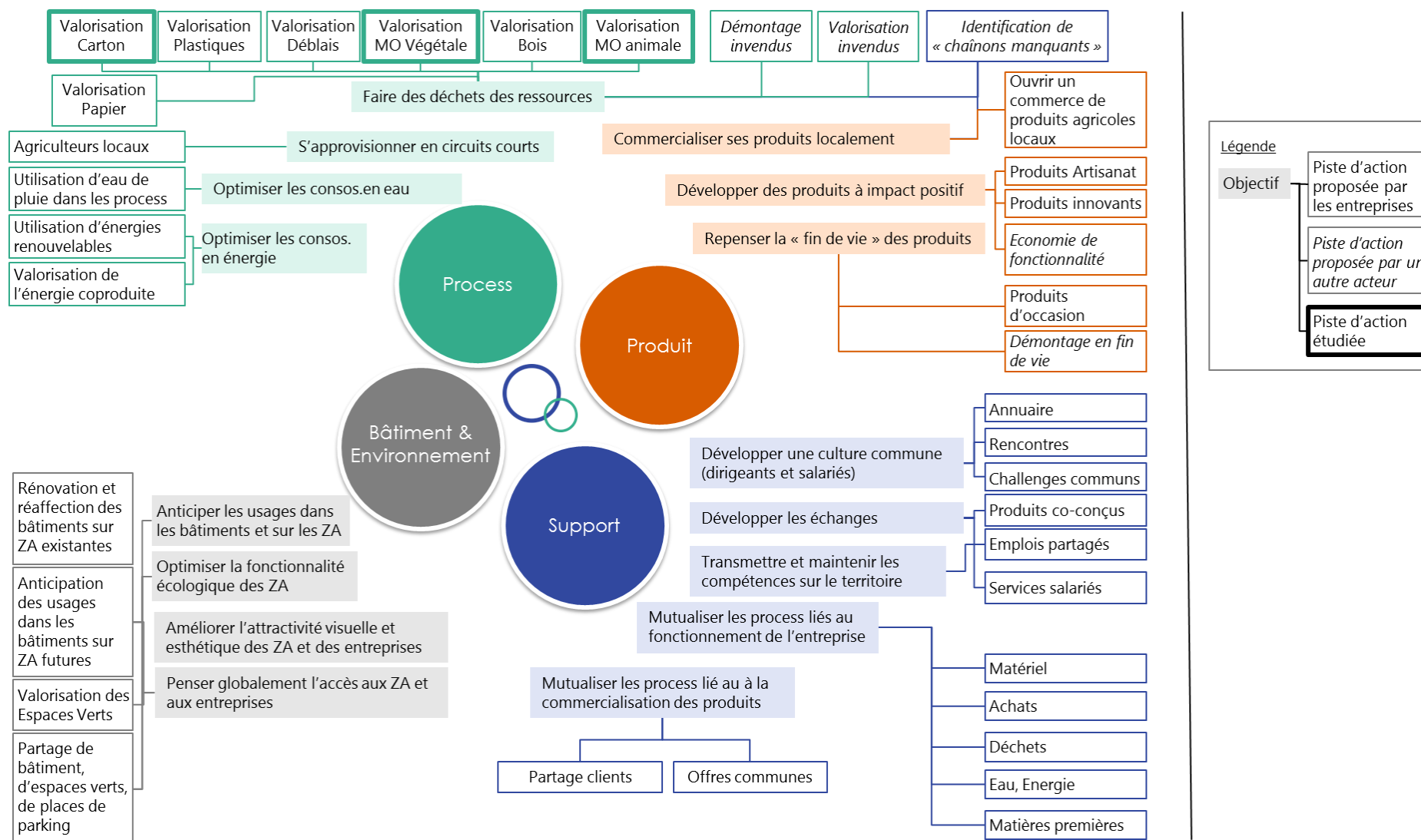


Figure 5 : Ensemble des pistes d'ECIP explorées avec les entreprises

Les pistes d'action « valorisation des cartons » et « valorisation des biodéchets » ont été identifiées comme prioritaires par les entreprises. Elles ont donc fait l'objet d'une analyse plus approfondie (recueil de données et première identification des solutions potentielles) dont une synthèse est présentée ci-dessous.

## Valorisation des cartons

**Flux étudié :** flux sortant de déchets carton. Toutes entreprises sont concernées, les commerces plus particulièrement.

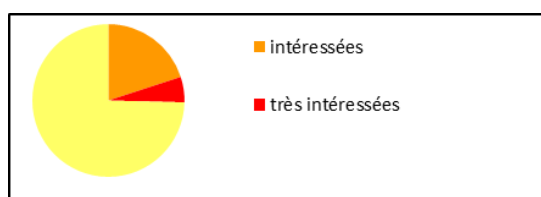
### Situation actuelle

Les déchets cartons sont majoritairement issus des emballages de matières premières ou produits destinés à la vente. A noter le cas particulier de Smurfit Kappa où le carton est aussi une matière première.

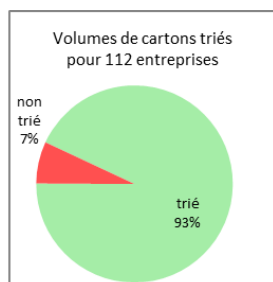
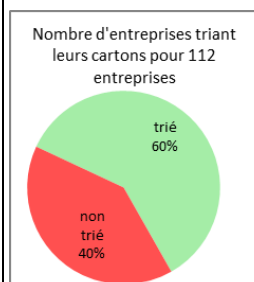
### Quantité de cartons pour 130 entreprises ayant fourni des données quantitatives ou qualitatives :

3471 m<sup>3</sup>/an + 210 T/an + 1000 bennes/an + 18 « beaucoup » + 9 « peu »

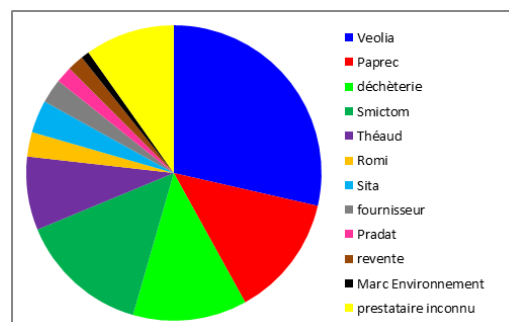
### Entreprises intéressées par une mutualisation des cartons (sur 130 interrogées)



### Tri des cartons (Sur 112 entreprises)



### Prestataires (Sur 112 entreprises)



## Recherche de solutions

**Acteurs associés :** CCVI, ASL Cap Malo, Association de la Route du Meuble, Smictom des Forêts, Smictom d'Ille et Rance, la Feuille d'Erable, prestataires privés.

Obtention de devis pour une gestion mutualisée auprès d'un échantillon « test » auprès de PAPREC et Sita.

Echanges avec la Feuille d'Erable sur un modèle de mutualisation.

## A faire pour poursuivre la piste d'action

- (action commune valorisation des biodéchets) : organisation d'une rencontre Smictoms/Val d'Ille pour établir une action commune sur la valorisation cartons/biomasse
- Poursuivre les échanges avec la Feuille d'Erable s'il est choisi de tester une solution de mutualisation sur une zone test par exemple entreprises ne faisant pas le tri / n'ayant pas de prestataire aujourd'hui. *Commencer par faire une collecte de données plus précise (quantités en T ou en m<sup>3</sup> seulement, coûts)*
- Poursuivre les échanges avec les entreprises en organisant un atelier sur la thématique de la valorisation du carton. *Transmissions de l'Information sur les devis établis par PAPREC / SITA et sur les pistes d'action avec la Feuille d'Erable.*

## Valorisation des biodéchets

**Flux étudié :** Flux sortant de biomasse

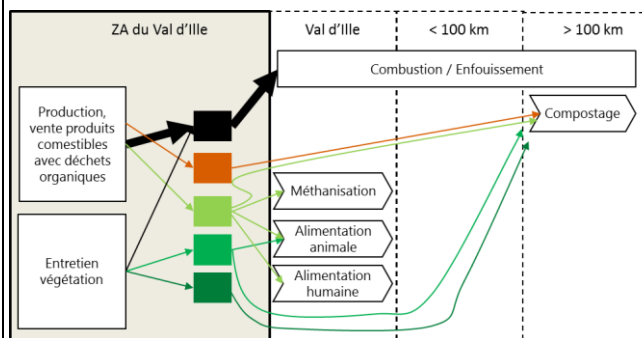
### Situation actuelle

Les biodéchets représentent des flux sortants principalement pour les restaurants (déchets de préparation des repas et restes suite à la consommation de repas), les grossistes alimentaires (produits non commercialisables car abîmés ou trop proches de la DLC ou de la DLUO), et les entreprises ayant des espaces verts (déchets de tonte et d'entretien)

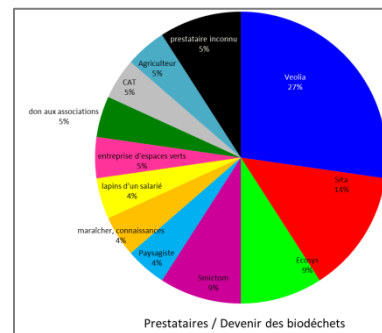
**Quantité de déchets d'origine alimentaire pour 13 entreprises ayant fourni des données quantitatives :**

70 T/an + 20m3/an pour 11 restaurants et 500 T/an + 245 m3/an pour 2 grossistes

### Destinations



### Prestataires (Pour 22 entreprises)



### Recherche de solutions

**Acteurs associés :** CCVI, Smictom des Forêts, Smictom d'Ille et Rance, agriculteurs locaux, prestataires privés.

#### Piste 1

Alimentation animale : valorisation possible via un agriculteur local (Julien Sauvée)

#### Piste 2

Filières de compostage à mettre en place.

**Exemples de prestataires « compostage » identifiés :**

- EISENIA (Rennes), [contact@eisenia.coop](mailto:contact@eisenia.coop)
- Compost in Situ (Nantes), [contact@compostinsitu.fr](mailto:contact@compostinsitu.fr)

**Suite du process à développer, quelques pistes :**

- Valorisation du compost par les magasins de jardinage sur la ZA / par les agriculteurs à proximité ?
- Piste d'action avec Olivier Clerc : valorisation du compost en granulés

#### Piste 3

Filières de méthanisation à mettre en place.

Actuellement deux agriculteurs méthaniseurs installés sur le territoire : François Trubert (Gévezé), Sébastien Lavolée (Guipel). Présence d'un agriculteur méthaniseur à Noyal-sur-Vilaine : Daniel Lamoureux (devis fourni).

Projet de méthanisation à l'étude par le Smictom d'Ille et Rance.

### A faire pour poursuivre la piste d'action

- (action commune valorisation du carton) : organisation d'une rencontre Smictoms/Val d'Ille pour établir une action commune sur la valorisation cartons/biomasse.
- Obtenir des informations auprès de Mc Donald's (contact : Cédric Boret) et leurs démarches pilotes à l'échelle du Pays Rennais
- Organiser une réunion d'informations avec les restaurateurs : rappel de l'entrée en vigueur de la réglementation des déchets organiques, échange sur les solutions envisagées par chaque restaurateur, présentation des pistes identifiées en termes de méthanisation (cf. devis D. Lamoureux) et compostage.
- Recenser les agriculteurs intéressés par la récupération de compost.



## 4. Stratégie de gestion des Zones d'Activité : l'opportunité amenée par l'ECIP d'un changement d'implication par le Val d'Ille

Les attentes des entreprises et leurs employés concernant les Zones d'Activités ont évolué au cours des dernières décennies. L'aménagement de parcelles et leur commercialisation ne sont aujourd'hui plus suffisants, d'autant plus si l'aménageur souhaite avoir le choix des entreprises qu'il accueille.

Les Zones d'Activité de la Route du Meuble sont sous gestion communautaire ou communale, tandis que la Zone de Cap Malo a été conçue conjointement par le Val d'Ille et Performance Promotion (groupe Jeulin), puis aménagée et aujourd'hui commercialisée par la société privée.

Au-delà de cette compétence administrative, la gestion au quotidien de ces zones d'activité fait intervenir une diversité d'acteurs. Exemple illustrant particulièrement bien cette pluralité, la gestion des espaces extérieurs (voirie, espaces verts...) est partagée entre différents propriétaires fonciers : département (le long des routes départementales), communauté de communes, communes, propriétaires de parcelles et/ou entreprises locataires, et ceci sans politique générale ou coordonnée. La gestion des bâtiments est quant à elle assurée directement par les propriétaires, locataires, et promoteurs immobiliers (l'aménageur public ou privé perd donc progressivement sur la manière dont est géré le foncier).

Sur la Route du Meuble comme sur Cap Malo, l'animation commerciale des zones est assurée par des associations : d'un côté par l'Association Syndicale Libre Cap Malo, dont l'adhésion est obligatoire pour les propriétaires/locataires de parcelles, de l'autre par l'Association de la Route du Meuble, à laquelle l'adhésion est volontaire, et qui rassemble une centaine d'entreprises. Les activités de ces associations se sont au fur et à mesure des années enrichies de nouveaux services proposés aux entreprises (négociation et mutualisation de certains achats de prestations, offres commerciales communes...).

L'Economie Circulaire à Impact Positif, qui suppose une démarche transversale coordonnée, représente ainsi une opportunité pour la mise en place nécessaire d'une véritable politique de gestion des Zones d'Activité sur le territoire du Val d'Ille. La communauté de communes est l'acteur légitime pour piloter cette politique, même si elle pourra en déléguer certaines actions.

Trois axes stratégiques ont été validés en ce sens en bureau communautaire. Ils font l'objet d'un plan d'actions sur les prochaines années :

- **Axe 1 : L'Economie Circulaire à impact positif est le pilier du nouveau dynamisme des Zones d'Activités.**
  - ⇒ La poursuite des échanges sur l'Economie Circulaire à Impact Positif est actée. L'ECIP doit orienter la politique économique de la communauté de communes, et progressivement diffuser de manière transversale dans l'ensemble de la politique du Val d'Ille. Cette appropriation se fera de manière progressive.
- **Axe 2 : Pour mettre en œuvre la transition vers l'avenir des ZA, la communauté de communes exerce un pouvoir de vision, d'orientation et de coordination des Zones d'Activités.**
  - ⇒ Cet axe constitue une rupture dans la manière dont le Val d'Ille assure sa fonction de gestion des zones d'activités. Il ne sera pas mise en œuvre de la même manière partout. Sur Cap Malo, la présence d'un gestionnaire de zone privé limite le rôle du Val d'Ille qui peut néanmoins exercer un pouvoir d'influence.

- **Axe 3 : Le Val d'Ille accompagne et accueille sur son territoire des entreprises de toute nature dont le métabolisme tend vers l'Economie Circulaire à Impact Positif.**
  - ⇒ L'ensemble des entreprises présentes aujourd'hui et demain sur les Zones d'Activités sont invitées à prendre part à la dynamique d'ECIP. L'ECIP fournit au Val d'Ille un cadre pour choisir les entreprises à accueillir sur son territoire, ainsi que pour accompagner les entreprises déjà présentes dans leur changement de modèle. Cette politique ambitieuse représente une opportunité pour attirer de nouvelles entreprises, par l'identification directe de « chaînons manquants » (fournisseurs, clients, partenaires...) mais aussi par la venue indirecte d'entreprises attirées par le message véhiculé par l'ECIP.

## 5. Démarche de commercialisation de la ZAC de la Bourdonnais

Le projet de réhabilitation de la ZAC de la Bourdonnais est ambitieux : transformer et recréer une zone existante plutôt que de consommer du foncier pour construire une nouvelle zone. L'aménagement de la zone a été pensé dans une logique cohérente avec celle de l'ECIP : rationalisation de l'espace (limitation de la part construite, mutualisation de parkings, projets de bâtiments mutualisés), aménagement de voies douces, optimisation des flux d'eau...

Les travaux de réhabilitation démarrent au premier semestre 2015 avec une livraison de la première tranche prévue fin 2015. La surface totale ouverte à la commercialisation sera de 9 Ha pour un prix de vente encore non arrêté, de l'ordre de 80 €/m<sup>2</sup>.

Dans l'orientation initialement souhaitée pour cette présente étude, l'un des objectifs consistait à faire de l'ECIP un levier d'attractivité pour faire venir des entreprises exogènes sur la ZAC de la Bourdonnais. Au regard de l'échéance de la commercialisation (fin 2015, tandis que l'étude prend fin en 2014), mais aussi de l'échelle de temps nécessaire pour assister aux premières retombées concrètes d'une démarche d'Economie Circulaire à Impact Positif, les moyens se sont concentrés sur la définition des bases d'une véritable stratégie de commercialisation, pérenne et réaliste au vu des moyens. Ce travail a été réalisé sur la base des échanges avec une cellule commercial – marketing spécialement constituée, rassemblant des élus et agents communautaires et communaux, ainsi que des représentants d'IDEA 35, l'agence de développement économique départementale.

### Message

---

#### Message à communiquer sur la cible visée

Des « éco-activités » initialement ciblées pour la ZAC de la Bourdonnais, la cible a évolué pour intégrer les entreprises de tout secteur d'activité prêtes à s'engager dans la démarche d'Economie Circulaire à Impact Positif. Un portrait-robot de l'entreprise exogène idéale a pu être dressé :

- Une entreprise créatrice d'emplois locaux (effectif important, perspectives de développement)
- Une entreprise innovante, en ciblant aussi bien les activités artisanales que les services *high-tech*
- Une entreprise qui pourra s'approvisionner auprès des acteurs locaux et commercialiser ses produits localement
- Une entreprise qui propose un modèle hybride entre un produit artisanal et industriel

Il sera possible de préciser la stratégie commerciale pour cibler plus particulièrement des entreprises à faire venir en fonction de premières implantations ou de l'évolution de projets portés par le Val d'Ille, soit pour

former un ensemble cohérent sur l'ensemble de la chaîne de valeur d'une filière ou d'un secteur d'activité, soit pour identifier des « chaînons manquants ».

Plusieurs pistes existent d'ores et déjà sur quelques secteurs d'activité :

- La filière bois et la chimie additive
- Les métiers de la construction et de la rénovation en lien avec le projet de plateforme de rénovation locale lancé en janvier 2015
- Le secteur de la mobilité et celui du développement de l'agriculture de proximité

### Message à communiquer sur l'offre proposée

Confrontons les critères du choix de l'implantation des entreprises cherchant à s'installer en Ille-et-Vilaine<sup>1</sup> avec l'offre de la future ZAC de la Bourdonnais :

Critères, par ordre d'importance	Positionnement ZAC Bourdonnais
1. La localisation géographique	Très bon. Une localisation sur l'axe Rennes Saint-Malo, proximité Rennes.
2. La disponibilité en foncier	Mauvais.
3. La qualité de l'accueil	Très bon potentiel si développement d'une offre de services aux entreprises basée sur l'ECIP
4. La proximité d'une 4 voies	Très Bon
5. La qualité de la main d'œuvre locale et de la mise en relation	Très bon potentiel si développement d'une offre de services aux entreprises basée sur l'ECIP
6. Les conditions financières	Mauvais.
7. La qualité de la ZA	Très bon.

La localisation géographique reste le premier critère de choix pour les entreprises cherchant à s'implanter en Ille-et-Vilaine. La ZAC de la Bourdonnais est bien positionnée au regard de ce critère.

La qualité de l'accueil et la qualité de la main d'œuvre locale et de la mise en relation constituent deux leviers sur lesquels il est possible de jouer, en cohérence avec l'ensemble de la démarche ECIP.

Enfin, la diversification de l'offre immobilière paraît indispensable : vendre autre chose que du foncier, et ne pas proposer que de la vente. Le Val d'Ille peut pour cela envisager un partenariat avec un promoteur immobilier sélectionné par la communauté de communes et en phase avec son projet global d'ECIP.

### Structure de commercialisation

Les échanges menés dans le cadre de la cellule commercialisation – marketing ont abouti à la conclusion que la Val d'Ille n'avait pour l'instant pas vocation à étendre ses fonctions pour intégrer la prospection directe d'entreprises exogènes à attirer sur la ZAC de la Bourdonnais.

En revanche, un regard nouveau sur les missions déjà attribuées et une organisation dans le temps des actions à mener dans le cadre de cette commercialisation permettra au Val d'Ille de garder la main sur la manière dont cette commercialisation se déroule. Une boîte à outils destinée à accompagner cette action a été réalisée.

<sup>1</sup> Source : IDEA 35

## 6. Conclusion et perspectives

---

L'Economie Circulaire à Impact Positif donne un cap pour le futur sur le territoire du Val d'Ille et plus particulièrement pour les acteurs de ses Zones d'Activité. Nous sommes aujourd'hui au tout début d'une phase de transition vers ce nouveau modèle économique, dont le contenu reste à définir. Le chemin à parcourir peut paraître énorme au vu des multiples pistes d'action et volets sur lesquels agir. Mais il ne faut pas craindre de parcourir ce chemin progressivement.

La communauté de communes a un rôle à jouer, dans un premier temps en créant un « éco-socio-système » propice aux échanges entre entreprises et en encourageant la diffusion d'une culture commune sur l'ECIP, et par la suite en stimulant le développement de projets et procédés innovants sur le territoire, grâce au recul dont elle dispose par rapport au quotidien des entreprises. La mobilisation des entreprises et de l'ensemble des parties prenantes est un facteur-clé de succès de cette démarche, car c'est d'elles que viendront les solutions concrètes et leurs applications.

### **Préconisations pour la mise en place de démarches de changement de comportement au sein de Zones d'Activité**

---

#### **Facteurs-clés de succès pour la mobilisation des entreprises au début de la démarche (enseignements tirés de la mobilisation des entreprises au cours de l'étude) :**

- **Proposer aux entreprises des rencontres « à contenu »** sur des thèmes ciblés et avec une valeur ajoutée par rapport aux autres événements et échanges auxquels elles assistent par ailleurs (apport d'informations sur une actualité réglementaire, échanges sur un problème commun, présentation des résultats d'une démarche pilote).
- **Miser sur le caractère convivial**, voire ludique des rencontres. Y associer une composante « réseautage » (qui ne doit pas devenir l'objectif premier de la rencontre, cf. point précédent).

*Parmi les sessions d'échange en petits groupes, l'échange « en binôme » avec présentation croisée au reste des participants et réflexion à deux sur une question posée à très bien fonctionné au cours de nos ateliers.*

- **Faire le lien entre la démarche ou les actions proposées et des données chiffrées** en lien avec l'activité de l'entreprise. Par exemple : chiffrer la part représentée par la gestion des déchets dans les charges globales de l'entreprise, fournir le temps de retour sur investissement de l'installation d'un équipement permettant une économie d'énergie...).
- **Privilégier le face-à-face pour les échanges avec les entreprises.** Le taux de retour par courrier / par email est quasi nul.

*Dans le cadre de notre étude, les motivations des entreprises participantes comprenaient, par ordre d'importance, la perspective de réaliser des économies, l'attachement au territoire et les opportunités de collaboration/commerce, et sur un plan plus secondaire, la possibilité de communiquer sur la démarche. L'adaptation aux changements de la réglementation constituait une motivation supplémentaire pour certaines entreprises, notamment celles du secteur de la restauration sur la question de la valorisation des biodéchets.*

- **Trouver les arguments qui parlent aux entreprises** : l'Economie Circulaire à Impact Positif se présente comme une approche constructive d'optimisation du modèle économique individuel, tout en rebouclant avec une démarche globale à l'échelle du territoire.

#### Facteurs-clés de succès pour la mobilisation des entreprises dans le temps (élargissement des préconisations pour la poursuite de la mobilisation des entreprises suite à l'étude) :

- Recenser les attentes et les contraintes actuelles des entreprises pour vérifier la cohérence du projet avec celles-ci (ne pas imposer une démarche).
- **Inclure la démarche d'incitation au changement de comportement dans une offre globale de services** aux entreprises.
- **Accepter que la mobilisation des entreprises se fera justement dans le temps**, avec des entreprises pionnières et des entreprises suiveuses, et fournir la possibilité aux entreprises de rejoindre la démarche à tout moment.

*Les premières actions de communication sur l'étude ECIP ont eu lieu en avril 2014. Certaines entreprises ont rejoint la démarche en décembre 2014, soit 8 mois plus tard.*

- **S'appuyer sur les entreprises pionnières de la démarche et en faire des entreprises ambassadrices ou entreprises-relais.**

#### Facteurs-clés de succès pour l'identification et la mise en œuvre d'actions concrètes

- **Partir des idées** des entreprises, parfois déjà présentes et non mises en œuvre simplement par manque de temps.
- **Se fixer des ambitions réalistes et accepter de mener une démarche progressive.**

#### Rôle de la collectivité

- **Gouvernance** : Fournir un rôle de fédérateur des démarches engagées par différents acteurs.
- **Animation** : Fournir un rôle d'impulsion et d'animateur de la démarche. Attention, ne pas négliger l'importance des moyens associés en termes de temps.
- **Changement de regard** : Apporter du recul sur la vision « au quotidien des entreprises », réintégrer la démarche de changement de comportement dans une stratégie à long terme pour le territoire.