

Indice

p.	11	Prefazione di Grazia Barberio
	15	Premessa
19		Capitolo 1
		<i>Economia circolare e imprenditorialità tecnologica</i>
	1.1.	Un'analisi strutturata della letteratura su economia circolare e imprenditorialità innovativa, 22
	1.2.	Analisi contenuti, 24
	1.3.	Agenda futura di ricerca in tema di economia circolare e imprenditorialità innovativa, 27
31		Capitolo 2
		<i>Economia circolare e capitale umano</i>
	2.1.	Economia circolare e imprenditorialità, 33
	2.2.	Alta formazione imprenditoriale per l'economia circolare, 35
	2.3.	I percorsi di formazione su economia circolare e imprenditorialità in Europa: una indagine sulle buone pratiche, 37
	2.4.	Le fasi di analisi, 37
	2.5.	I risultati dell'indagine, 39
	2.6.	Conclusioni, 43
45		Capitolo 3
		<i>Economia circolare ed ecosistemi digitali dell'innovazione</i>
	3.1.	Ecosistemi di innovazione e piattaforme digitali, 47
	3.2.	Economia circolare e stakeholder, 49

- 3.3. Un ecosistema digitale per l'economia circolare: il caso ICESP, 51
- 3.4. Il modello strategico di ICESP, 52
- 3.5. Il modello organizzativo di ICESP, 53
- 3.6. Conclusioni, 56

- p. 59 Capitolo 4
 I modelli di business per l'economia circolare
 - 4.1. La transizione verso un modello di business circolare: il framework ReSOLVE, 61
 - 4.2. Il Framework BECE – Backcasting and Eco-design, 63
 - 4.3. Il modello di business per il prodotto come servizio (product as service), 64
 - 4.4. Il Business Model Canvas per l'economia circolare, 66
 - 4.5. Progettare modelli di business circolari, 69
 - 4.6. Conclusioni, 71

- 73 Capitolo 5
 Tecnologie abilitanti e politiche per l'imprenditorialità nell'economia circolare: il focus Europa
 - 5.1. Le tecnologie abilitanti l'imprenditorialità tecnologica nella programmazione Horizon 2020, 73
 - 5.2. Opportunità di innovazione tecnologica per le imprese circolari, 75
 - 5.3. Politiche e strumenti normativi per lo sviluppo di imprenditorialità tecnologica e circolare, 78
 - 5.4. Conclusioni, 82

- 83 Capitolo 6
 Strategie di green marketing per le imprese circolari
 - 6.1. Il marketing relazionale e l'agire etico e sostenibile dell'impresa, 83
 - 6.2. Il green marketing, 85
 - 6.3. La catena del valore del green marketing, 88
 - 6.4. Conclusioni, 92

p. 93	Capitolo 7
	<i>Il progetto Circle-In</i>
	7.1. Overview di progetto, 93
	7.2. Obiettivi di progetto, metodologia di lavoro e attività, 94
	7.3. Risultati di progetto, 96
	7.4. Conclusioni, 108
109	Bibliografia
123	Ringraziamenti