

Indice

- p. 11 Prefazione di Grazia Barberio
15 Premessa
- 19 Capitolo 1
Economia circolare e imprenditorialità tecnologica
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 im-
prenditorialità innovativa, 27
- 31 Capitolo 2
Economia circolare e capitale umano
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 imprendito-
rialità 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
Economia circolare ed ecosistemi digitali dell'innovazione
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
Il progetto Circle-In
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