

SHOEDES – Döngüsel ekonominin ortaya çıkan taleplerine uygun sürdürülebilir ürünler için yeni ayakkabı tasarımcısı nitelikleri



UL05.5 AYAKKABI İŞ MODELLERİ HAKKINDA:
Ayakkabı sektöründe sürdürülebilir ve döngüsel bir ekonomi için hangi iş/girişimcilik modelleri?



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Hazırlayan Partner: CEDECS - TCBL and TASEV



Yaklaşım

1. Ayakkabı sektörünün yenilikçi bir modeli TASEV tarafından geliştirilen döngüsel ekonomiye uygulanan iş modeli
2. Önceki modelden ilham alan, CEDECS-TCBL tarafından sentezlenen sorgulamalara dayalı olarak ayakkabı sektöründe sürdürülebilir ve döngüsel bir ekonomi iş modeli için temel faktörler



Anahtar Faktörler

1. 5 farklı ülkeden (Türkiye, Romanya, İtalya, Fransa, Portekiz) yaklaşık yetmiş ayakkabı firması arasında yapılan anketin sonuçları
2. Ayakkabı sektöründe sürdürülebilir ve döngüsel bir ekonomi iş modeli için temel faktörler
3. Ayakkabı sektöründe sürdürülebilir bir iş / girişimcilik nasıl geliştirilir?



1. 5 farklı ülkeden (Türkiye, Romanya, İtalya, Fransa, Portekiz) yaklaşık ayakkabı firması arasında yapılan anketin sonuçları

Anket sonuçları, toplam **77 ayakkabı firmasından** gelen yanıtlara dayanmaktadır

Türkiye : 22

Romanya : 20

İtalya : 18

Fransa : 10

Portekiz : 7



Ankete katılan şirketlerin özellikleri

5 farklı ülkeden (Türkiye, Romanya, İtalya, Fransa, Portekiz)

- %84 üretici / %16 taşeron marka (ancak Fransız şirketleri arasında sadece %30 üretici)
- %63'ü 1999'dan sonra, %43'ü 2009'dan sonra kuruldu
- %25'i spor ayakkabı konusunda uzman
- Yıllık cirosu 5 milyon €'nın altında olan %64'ü
/ 5 ile 20 milyon € arasında cirosu olan %17'si
/ 100 milyon €'nın üzerinde cirosu olan %10'u
- Orta-yüksek ila lüks fiyat seviyelerinde %55
orta-yüksek konumlandırmada %42
(aralığın %26'sı orta ve %19'u çok erişilebilir)



SHOEDES ARAŞTIRMASI

1) Sürdürülebilir kalkınma açısından şu anki olgunluk seviyeniz nedir?
Aşağıdaki tabloda yer alan her satır için, durumunuza uygun olduğunu düşündüğünüz olgunluk derecesini işaretleyin (her satırda yalnızca bir kutu işaretlenir). Olası olgunluk seviyeleri şunlardır: BİLMİYORUM, mevcut düzenlemelerle (AGEC yasası vb.) UYUMLU, ÖRNEK veya ÖNCÜ.

UL05.5 AYAKKABI İŞ MODELLERİ HAKKINDA

TODAY	Current level of maturity	Don't know	Compliant	Exemplary	Pioneer
Ürün Ayakkabı pazarında şu açıdan nerede duruyorsunuz?	Eco-design of products				
	Quality and durability				
	Distribution				
	Recycling				
	Other, please specify :				
KAYNAK KULLANIMI Değer zinciri boyunca sorumlu uygulamaların geliştirilmesine ne ölçüde yardımcı oluyorsunuz?	Traceability of raw materials				
	Use of responsible raw materials (natural, recycled, animal)				
	Environmental impact of production or subcontractors (carbon, energy consumption, water, waste, chemicals)				
	Human rights, working conditions				
	Code of conduct, supplier charter				
	Other, please specify				
LOJİSTİK Lojistik operasyonlarınızın çevresel ayak izini azaltmak için adımlar atıyor musunuz?	Environmental impact of transport				
	Environmental impact of packaging				
	Waste management	 Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union			
	Other, please specify :				



1) Sürdürülebilir kalkınma açısından şu anki olgunluk seviyeniz nedir? Aşağıdaki tabloda yer alan her satır için, durumunuza uygun

Bugün	olduğunu düşündüğünüz olgunluk derecesini işaretleyin (her satırda yalnızca bir kutu işaretlenir). Olası olgunluk seviyeleri şunlardır:	Don't know	Amplified	Exemplary	Risier
MÜŞTERİ	Transparent sourcing				
	CSR commitments (contribution to CSR projects, company labels such as B Corp)				
	Transparent information on production, players and costs				
Sürdürülebilir ve sorumlu bir yaklaşımın deneyimini müşterilerinizle paylaşmanın yollarını geliştirdiniz mi?	Assessment and dissemination of the carbon footprint of each product				
	Promoting responsible consumption, particularly through pre-ordering or second-hand goods				
	Other, please specify :				
ÇALIŞANLAR	· Design / Style				
	· Production				
	· Purchase				
Çalışanlarınız, faaliyetlerine / departmanlarına bağlı olarak sürdürülebilir kalkınma konularına ne kadar dahil oluyorlar?	· Commercial				
	· Finance				
	· HR				

2) Genel olarak, şirketinizin ayakkabı endüstrisinde sürdürülebilir ve sorumlu bir değişim için çalıştığını

düşünüyor musunuz?

- Evet kesinlikle
- Evet, daha ziyade
- Pek sayılmaz
- Ne demek



3) Aynı maddeleri kullanarak, sürdürülebilir kalkınma açısından şirketiniz için hangi öncelikli iyileştirme alanlarını belirlediniz?

Her satır için, işletmeniz için uygun olduğunu düşündüğünüz öncelik düzeyini işaretleyin (her satırda yalnızca bir kutu işaretlenir). Gelecek için öncelik seviyeleri şunlardır: Düşük, Orta veya Yüksek.

Yarın	Current level of maturity	Don't know	Compliant	Exemplary	Pioneer
Ürün Ayakkabı pazarında şu açıdan nerede duruyorsunuz?	Eco-design of products				
	Quality and durability				
	Distribution				
	Recycling				
	Other, please specify :				
KAYNAK KULLANIMI Değer zinciri boyunca sorumlu uygulamaların geliştirilmesine ne ölçüde yardımcı oluyorsunuz?	Traceability of raw materials				
	Use of responsible raw materials (natural, recycled, animal)				
	Environmental impact of production or subcontractors (carbon, energy consumption, water, waste, chemicals)				
	Human rights, working conditions				
	Code of conduct, supplier charte				
	Other, please specify				
	Environmental impact of transport				



3) Aynı maddeleri kullanarak, sürdürülebilir kalkınma açısından şirketiniz için hangi öncelikli iyileştirme alanlarını belirlediniz?

Her satır için, işletmeniz için uygun olduğunu düşündüğünüz öncelik düzeyini işaretleyin (her satırda yalnızca bir kutu işaretlenir). Gelecek için öncelik seviyeleri şunlardır: Düşük, Orta veya Yüksek.

Yarın	Current level of maturity	Don't know	Compliant	Exemplary	Pioneer
MÜŞTERİ Sürdürülebilir ve sorumlu bir yaklaşımın deneyimini müşterilerinizle paylaşmanın yollarını geliştirdiniz mi?	Transparent sourcing				
	CSR commitments (contribution to CSR projects, company labels such as B Corp)				
	Transparent information on production, players and costs				
	Assessment and dissemination of the carbon footprint of each product				
	Promoting responsible consumption, particularly through pre-ordering or second-hand goods				
	Other, please specify :				
ÇALIŞANLAR Çalışanlarınız, faaliyetlerine / departmanlarına bağlı olarak sürdürülebilir kalkınma konularına ne kadar dahil oluyorlar?	· Design / Style				
	· Production				
	· Purchase				
	· Commercial				
	· Finance				
	· HR				



4) Sürdürülebilir kalkınma eylemlerinizin önündeki ana engeller nelerdir?

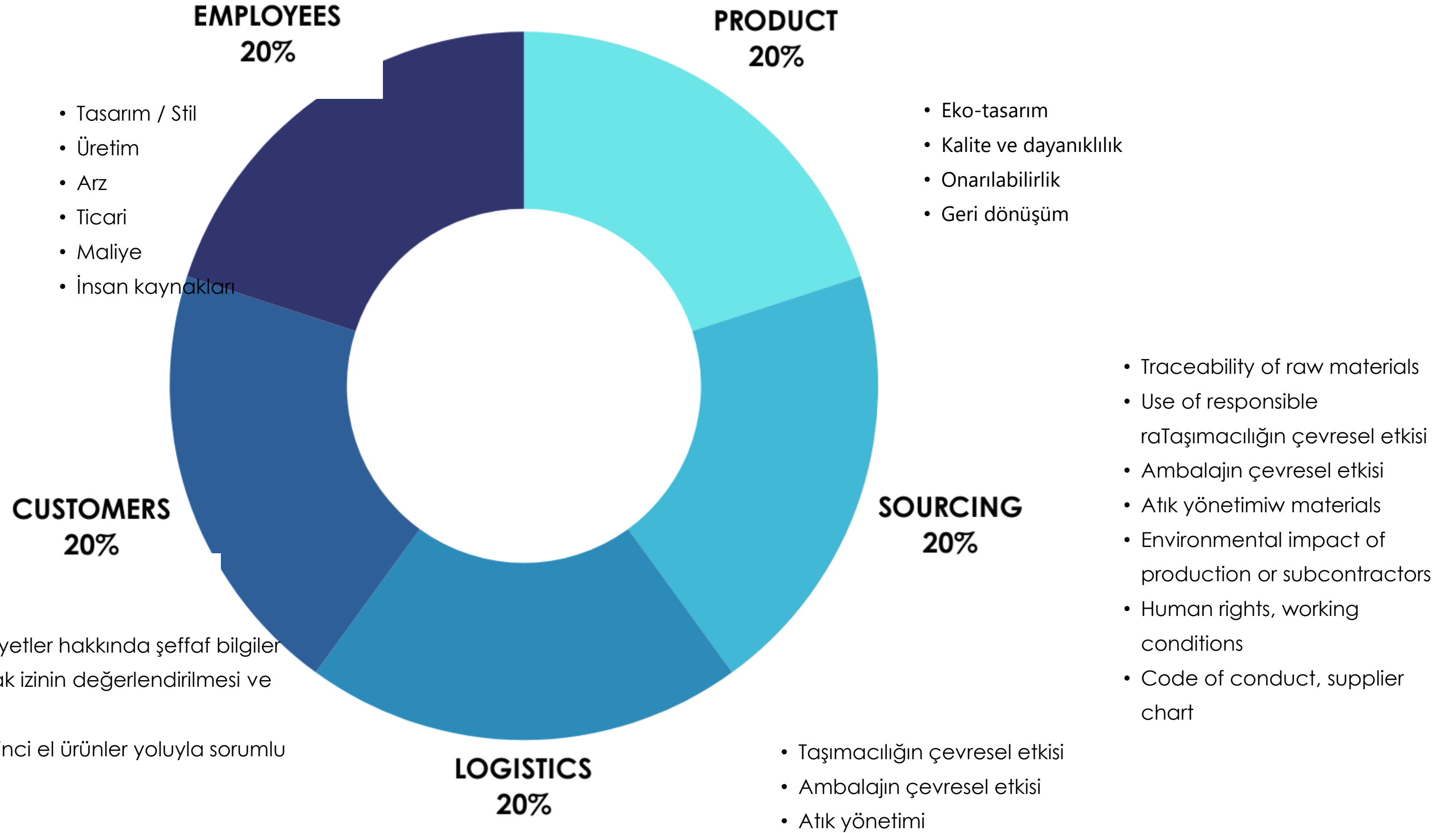
(Aşağıdaki nedenlerden en fazla 3 tanesini işaretleyin)

- ☐ Finansal kaynak eksikliği / İşletmenin yetersiz karlılığı
- ☐ Malzemeler, bileşenler ve üretim süreçleri hakkında güvenilir bilgi eksikliği
- ☐ Teknik kaynakların, özellikle de BT kaynaklarının eksikliği
- ☐ Kurum içi becerilerin eksikliği
- ☐ Uzman ayakkabı tedarikçilerinin eksikliği
- ☐ Sektör kuruluşlarından (federasyonlar, CTC, BPI, vb.) yetersiz destek/bilgi
- ☐ Müşterilerimizin ilgilenmemesi nedeniyle motivasyon eksikliği
- ☐ Diğer, lütfen belirtin

5) Şirketiniz tarafından gerçekleştirilen hangi sürdürülebilir ve sorumlu kalkınma eyleminden en çok gurur duyuyorsunuz? (açık soru)

SHOEDES PROJESINE PAHA BİÇİLMEZ KATKILARINIZ İÇİN TEŞEKKÜR EDERİZ

UL05.5 AYAKKABI İŞ MODELLERİ HAKKINDA



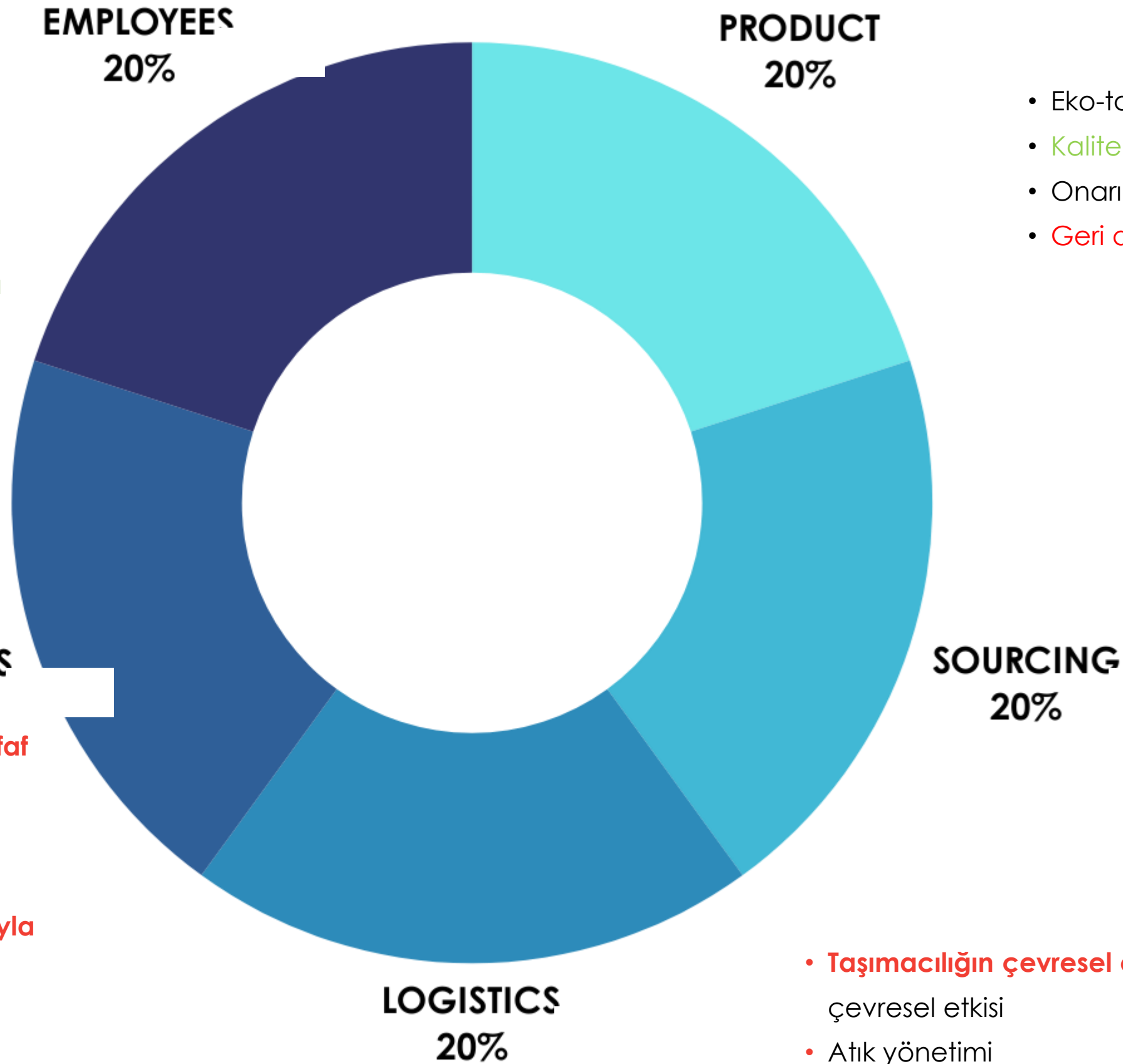


- **Tasarım / Stil**
- **Üretim**
- **Arz**
- **Ticari**
- **Maliye**
- **İnsan kaynakları**

Today

- Şeffaf kaynak kullanımı
- **KSS taahhütleri**
- **Üretim, oyuncular ve maliyetler hakkında şeffaf bilgiler**
- **Her bir ürünün karbon ayak izinin değerlendirilmesi ve yaygınlaştırılması**
- **Özellikle ön sipariş veya ikinci el ürünler yoluyla sorumlu tüketimi teşvik etmek**

- Yüksek Örnek / Öncü oranı
- Ortalamanın üzerinde Örnek / Öncü oranı
- Ortalamanın altında Örnek / Öncü oranı
- Çok düşük Örnek / Öncü oranı



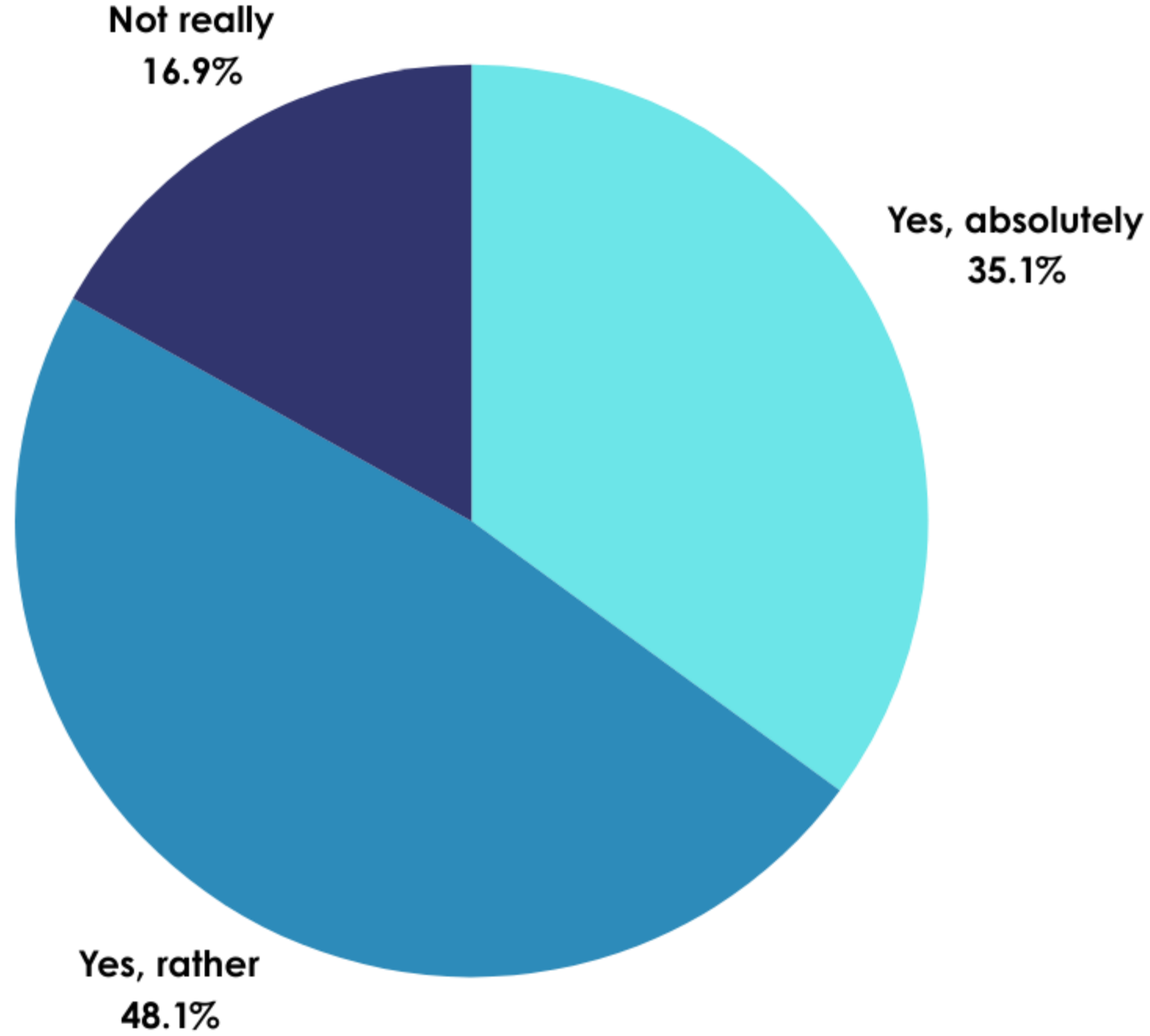
- Eko-tasarım
- **Kalite ve dayanıklılık**
- Onarılabilirlik
- **Geri dönüşüm**

- **Hammaddelerin izlenebilirliği**
- Sorumlu hammadde kullanımı
- Üretimin veya taşıyonların çevresel etkisi
- **İnsan hakları, çalışma koşulları**
- **Davranış kuralları, tedarikçi şeması**

- **Taşımacılığın çevresel etkisi** Ambalajın çevresel etkisi
- Atık yönetimi



2) Genel olarak, şirketinizin ayakkabı endüstrisinde sürdürülebilir ve sorumlu değişiklikler için çalıştığını düşünüyor musunuz?



Çoğu şirket (%83) ayakkabı endüstrisinde sürdürülebilir ve sorumlu değişiklikler için çalıştıklarını beyan ediyor.



- **Tasarım / Stil**
- Üretim
- Arz
- **Ticari**
- Maliye
- İnsan kaynakları

Tomorrow

- Şeffaf kaynak kullanımı
- **KSS taahhütleri**
- **Üretim, oyuncular ve maliyetler hakkında şeffaf bilgiler**
- **Her bir ürünün karbon ayak izinin değerlendirilmesi ve yaygınlaştırılması**
- **Özellikle ön sipariş veya ikinci el ürünler yoluyla sorumlu tüketimi teşvik etmek**

- Yüksek "Yüksek"
- Ortalamadan üzerinde "Yüksek"
- Ortalamadan daha düşük "Yüksek"
- Çok düşük "Yüksek"

EMPLOYEES

PRODUCT

- Eko-tasarım
- **Kalite ve dayanıklılık**
- Onarılabilirlik
- Geri dönüşüm

- Hammaddelerin izlenebilirliği
- Sorumlu hammadde kullanımı
- Üretimin veya taşıyonların çevresel etkisi
- **İnsan hakları, çalışma koşulları**
- **Davranış kuralları, tedarikçi şeması**

SOURCING

- Taşımacılığın çevresel etkisi
- Ambalajın çevresel etkisi
- Atık yönetimi

LOGISTICS

CUSTOMERS



1.Sürdürülebilir kalkınma eylemlerinizin önündeki ana engeller nelerdir?

- 1.Finansal kaynak eksikliği / İşletmenin yetersiz karlılığı (%58 için)
- 2.Malzemeler, bileşenler ve üretim süreçleri hakkında güvenilir bilgi eksikliği (%52 için)
- 3.Teknik kaynak eksikliği, özellikle BT kaynakları (%36 için)
- 4.Uzman ayakkabı tedarikçisi eksikliği (%35 için)
- 5.Endüstri kuruluşlarından (federasyonlar, CTC, BPI, vb.) yetersiz destek/bilgi (%35 için)
- 6.Kurum içi beceri eksikliği (%34 için)
- 7.Müşterilerimizin ilgilenmemesi nedeniyle motivasyon eksikliği (%25 için)



2. Ayakkabı sektöründe sürdürülebilir ve dögüsel bir ekonomi iş modeli için temel faktörler



Sürdürülebilir ve döngüsel bir ekonomi iş modeli için günümüzün temel faktörleri

İç faktörler

- 1.Üst yönetimin döngüsel ekonomi ve KSS konularındaki inançları ve vizyonu
- 2.Doğrudan tüketicilere yönelik dağıtım kanalları (diğer dağıtım kanalları hariç tutulmaz)
- 3.Yeterli mali ve insan kaynağı
- 4.Spor ayakkabı veya mono ürünlerde uzmanlık
- 5.Ayakkabı tasarımında iyi dahili bilgi/beceriler ve üretim kaynakları/taşeronları ile yakın ortaklıklar

Dış faktör

- 6.Şirketin tüm departmanlarından veya çoğundan ekiplerin katılımı
- 7.Yerel bir ayakkabı döngüsel ekonomisinin mevcudiyeti (İtalya, Portekiz, Romanya, Türkiye'deki

süreçlerin çoğu aşaması için hala mevcut, ancak Fransa'da çok azaldı)

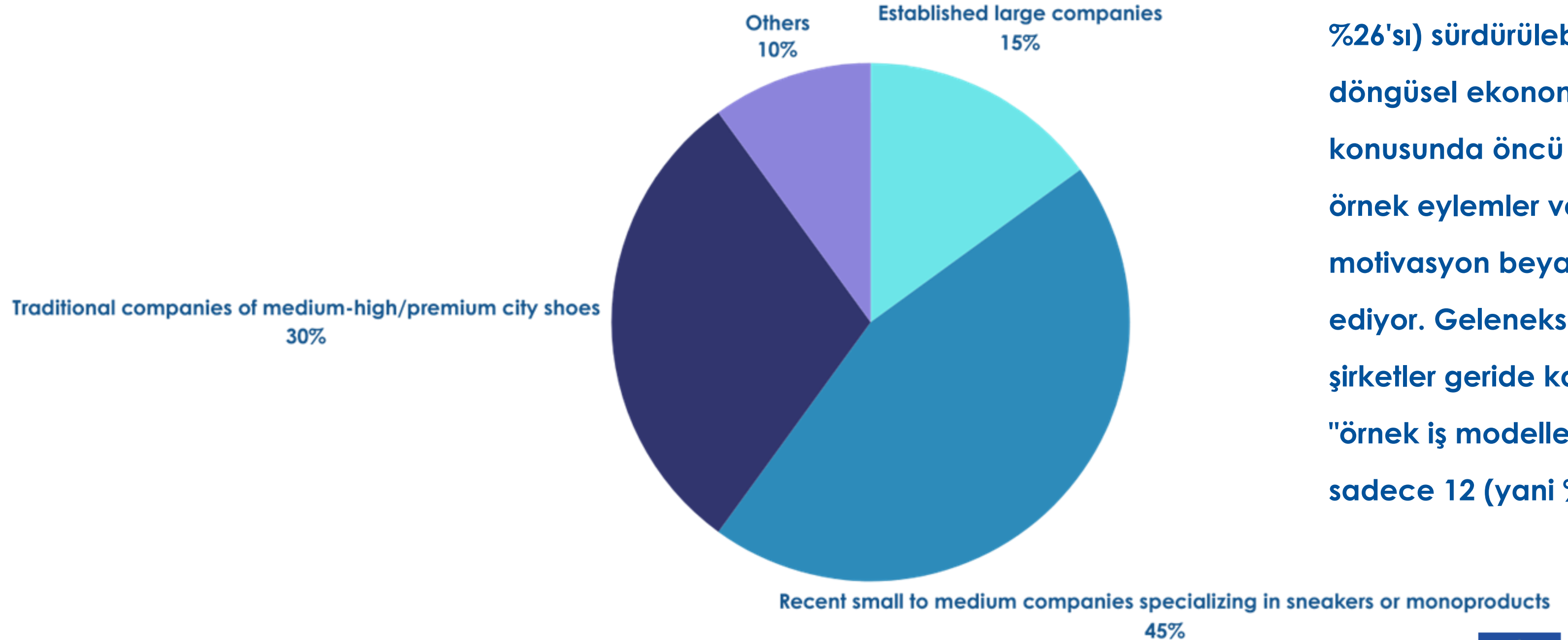


2 ana sürdürülebilir ve döngüsel ekonomi iş modeli

- 1) Orta-yüksek ila lüks ayakkabılar/markalar üreten, güçlü KSS taahhütlerine sahip köklü büyük şirketler
- 2) Sürdürülebilirliğe odaklanan bir DNA'ya ve amaca sahip, en çok spor ayakkabı veya mono ürünlerde uzmanlaşmış, yeni ve küçük ila orta ölçekli şirketler
- 3) "Örnek bir iş modeli" olarak anılmamak:
Orta-yüksek/birinci sınıf şehir ayakkabılarının tasarımı ve üretiminde sağlam bir bilgi birikimine sahip, çabalarını ürünlerin kalitesi ve dayanıklılığına ve tedarik veya tedarikçilerin yakınlığına odaklayan geleneksel şirketler



Görüşülen şirketler arasında sürdürülebilir iş modelleri



77 şirketten 20'si (yani %26'sı) sürdürülebilirlik ve döngüsel ekonomi konusunda öncü veya örnek eylemler ve yüksek motivasyon beyan ediyor. Geleneksel şirketler geride kaldı, "örnek iş modelleri" olan sadece 12 (yani %16).



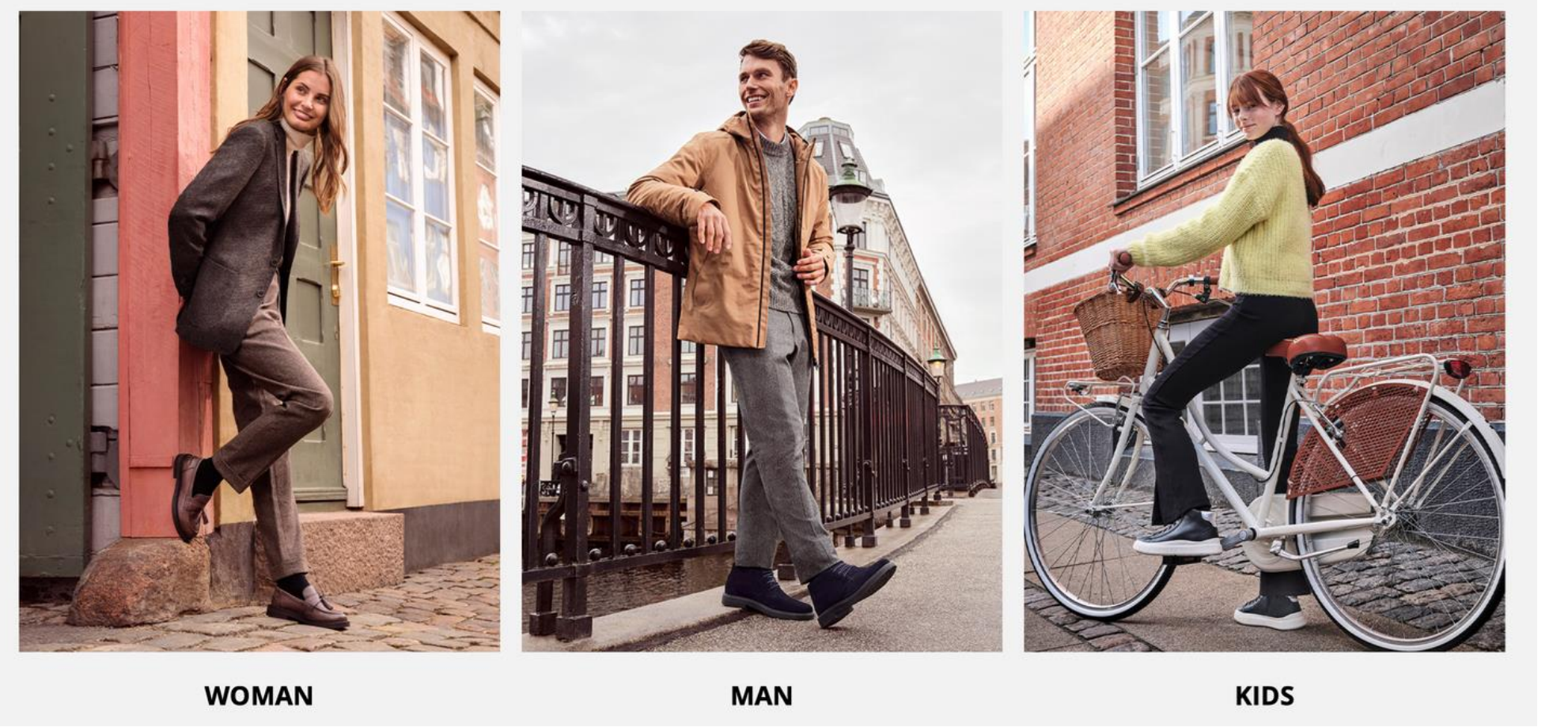
Görüşülen şirketler arasında sürdürülebilir iş modelleri

Sürdürülebilir iş modelleri		
Romanya	4 / 20	
İtalya	1 / 19	(Fransızca anket = Geox)
Portekiz	3 / 7	
Türkiye	8 / 22	
Fransa	4 / 9	+ Yukarıda bahsedilen geox
Toplam	20 / 77	26%

Örnek iş modelleri		
Romanya	2	
İtalya	1	(Fransızca anket = Geox)
Portekiz	1	
Türkiye	5	
Fransa	3	
Toplam	12/77	16%



GEOX



WOMAN

MAN

KIDS

Geox (İtalya), sürdürülebilirlik ve döngüsel ekonomi alanında güçlü taahhütleri olan büyük bir şirketin temsili bir örneğidir

- 1995 yılında kuruldu
- 720 milyon € ciro (2023 yılı)
- Başta İtalya, Avusturya, Fransa, Benelüks, Kuzey Amerika olmak üzere uluslararası alanda (100 ülkede) kurulmuş bir marka: %70
- Tüm dünyada 655 tek markalı mağaza ve 9000 diğer satıcı
- Yenilikçi zihniyet: 61 patent
- Dış giyim koleksiyonunun %90'ı geri dönüştürülmüş ürünlerden çevreye karşı sorumludur
- 3 ana ayakkabı serisi çevreye duyarlıdır, plastik şişelerle geri dönüştürülür
- Tedarikçinin tüzüğü
- KSS'de şeffaflık (MILAN Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören bir marka olarak Geox'un KSS politikasında şeffaflığa sahip olması gerekir - Geox web sitesine bakın: www.geox.biz)



<https://www.geox.biz/en/sustainability/innovation-sust.html>



A S P O R T U G U E S A S

Asportuguesas (Portekiz), sürdürülebilirlik ve döngüsel ekonomi konusunda güçlü taahhütleri olan büyük bir şirketin parçası olan bir markanın başka bir temsili örneğidir

- 2015 yılında kuruldu ?
- 2000 ve 2009 yılları arasında kurulmuş bir şirkete ait
- Şirketin cirosu 500 milyon €>



Our Steps Towards a More Sustainable Future



SUSTAINABLE MATERIALS

Our blend of rubber & 100% Natural Cork used in our soles, combined with the Sustainable & Recycled materials, allows us to use the least amount of natural resources as possible making ASPORTUGUESAS uniquely sustainable.



NEGATIVE CARBON FOOTPRINT

Cork is a natural CO2 retainer, able to capture 740 times its weight from the atmosphere. Since the entire ASPORTUGUESAS manufacturing process produces minimal emissions, our CO2 balance is negative, contributing to a much cleaner atmosphere.



MANUAL EXTRACTION

The process of extracting cork is an ancestral art, done exclusively by hand. Due to the delicateness of the procedure, workers are extensively trained and no power tools or mechanical tools are used.



STRONG LOCAL ECONOMY

All work is done exclusively by local workers, from the extraction to the manufacture of the footwear. This allows for more jobs to be created and maintained in more rural areas of the country, and for cork workers to be the highest paid in the Portuguese agricultural sector.



ZERO TREES CUT

The cork oak is the only tree whose bark is self-regenerating. This allows for it to be extracted every 9 years. Thanks to this unique feature, cork can be harvested without damaging the cork oak, allowing it to live on average up to 200 years.



GREEN COMMUNICATION

In every collection we launch, we ensure that our displays, packaging and promotional materials are sustainable. Whenever possible, we use recycled or recyclable materials, with as little ink as possible.

<https://asportuguesas.shoes/pages/about-us>

UL05.5 AYAKKABI İŞ MODELLERİ HAKKINDA



N'GO

N'GO

Prévente

Baskets

Accessoires

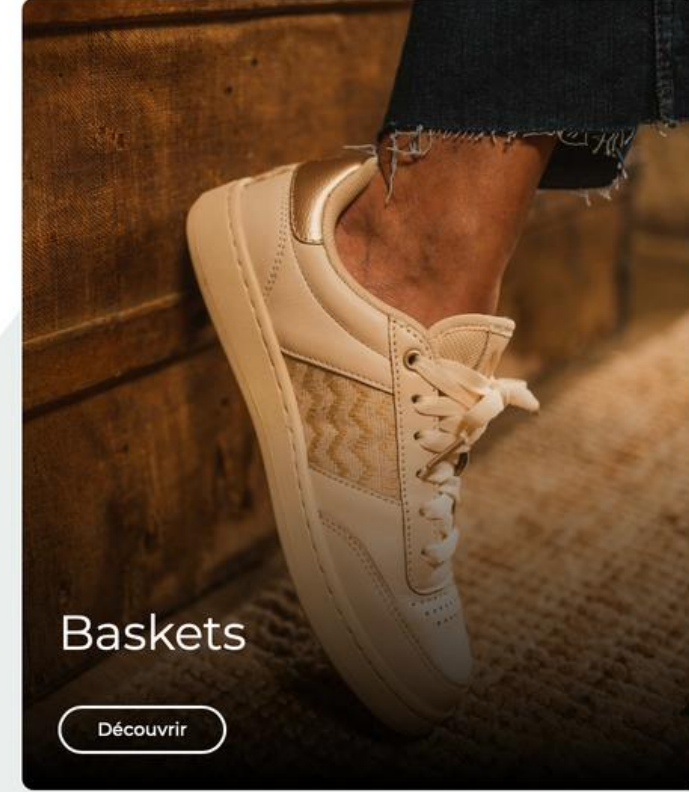
Archives

Mission

Rechercher

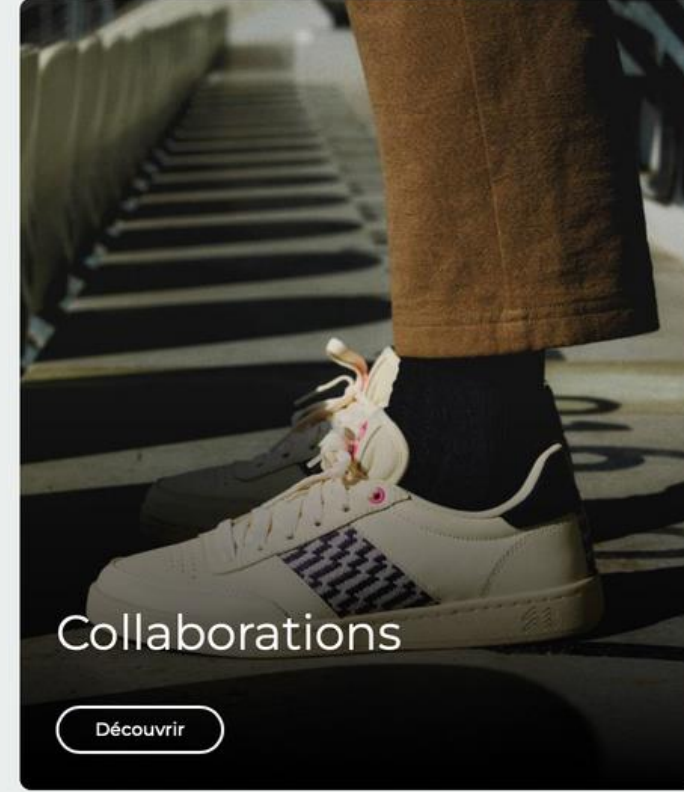


Découvrir nos univers



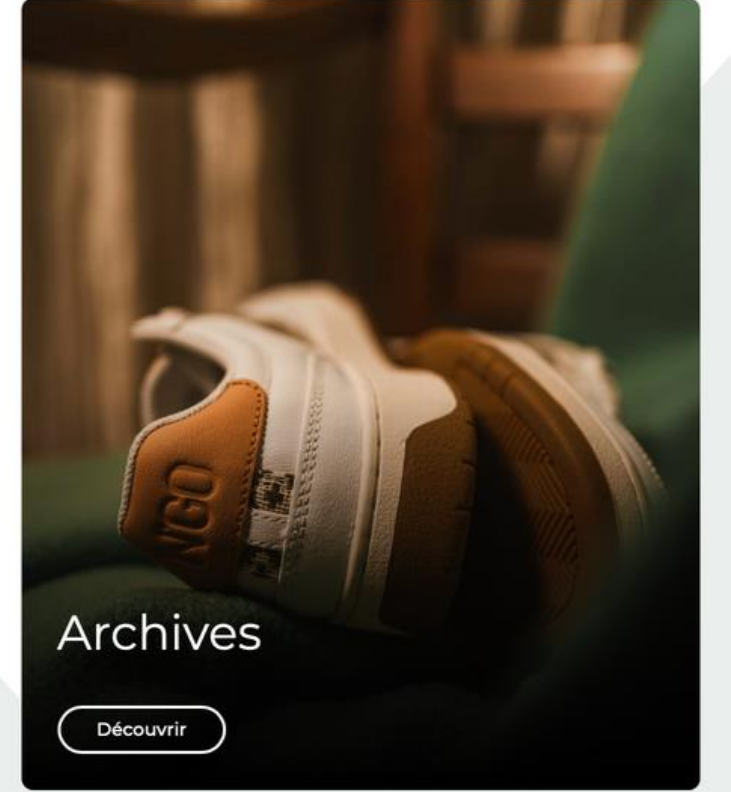
Baskets

Découvrir



Collaborations

Découvrir



Archives

Découvrir

Ngo Shoes (Fransa), güçlü bir KSS taahhüdüne sahip küçük ve genç bir şirketin iş modelinin temsili bir örneğidir.

- 2017 yılında kuruldu
- Şirketin cirosu = 1 milyon € (2022)
- Spor ayakkabı konusunda uzman
- Çevresel etiketleme
- Vietnam'da toplumsal taahhütler
- N'go ayakkabıları, başarılı VEJA markası (2005'te kuruldu - 2023'te 162 milyon € ciro) ile uyumlu olarak "etik ve çevreye duyarlı bir marka" olduğunu iddia ediyor

7,8 kg CO2



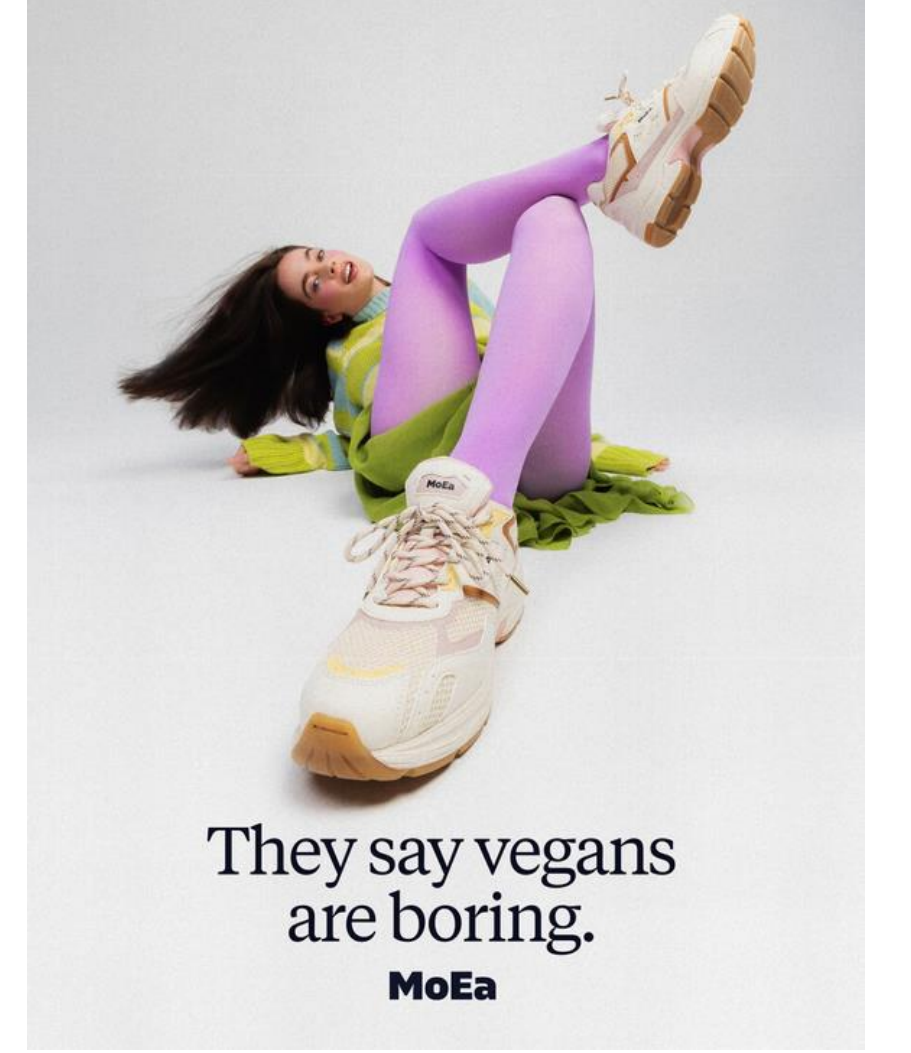
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



MoEa

MoEa (Fransa), güçlü bir KSS taahhüdüne sahip küçük ve genç bir şirketin iş modelinin temsili bir örneğidir.

- 2021 yılında kuruldu
- Şirketin cirosu 1 milyon €<
- Spor ayakkabı konusunda uzman
- Biyo-malzemelerin tedarik edilmesi ve sürekli iyileştirilmesi



WHAT WE DO

We pioneer and use bio-materials from fruits and plants to create low-carbon and vegan sneakers

SUSTAINABLE PARTNERS





3. Ayakkabı sektöründe sürdürülebilir bir iş / girişimcilik nasıl geliştirilir?



Temel seviye

The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

Key Partnerships 	Key Activities 	Value Propositions 	Customer Relationships 	Customer Segments 
	Key Resources 		Channels 	
Cost Structure 		Revenue Streams 		

Copyright Strategyzer AG
The makers of *Business Model Generation* and *Strategyzer*



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License.
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>
or send a letter to Creative Commons, PO Box 1089, Mountain View, CA 94042, USA.

 **Strategyzer**
strategyzer.com



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Farklı adımlar

BUSINESS MODEL CANVAS				Business name		
SOCIO-ENVIRONMENTAL COSTS				SOCIO-ENVIRONMENTAL BENEFITS		
12				13		
RAW MATERIALS & ENERGIES	KEY PARTNERSHIPS	KEY ACTIVITIES	VALUE PROPOSITIONS	CUSTOMER RELATIONSHIPS	CUSTOMER SEGMENTS	END OF LIFE
9	8	7	2	3	1	5
		KEY RESOURCES	CHANNELS			
6				4		
COST STRUCTURE				REVENUE STREAM		
10				11		



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No. 101000632.



ual: university of the arts london



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



Ana odak noktaları

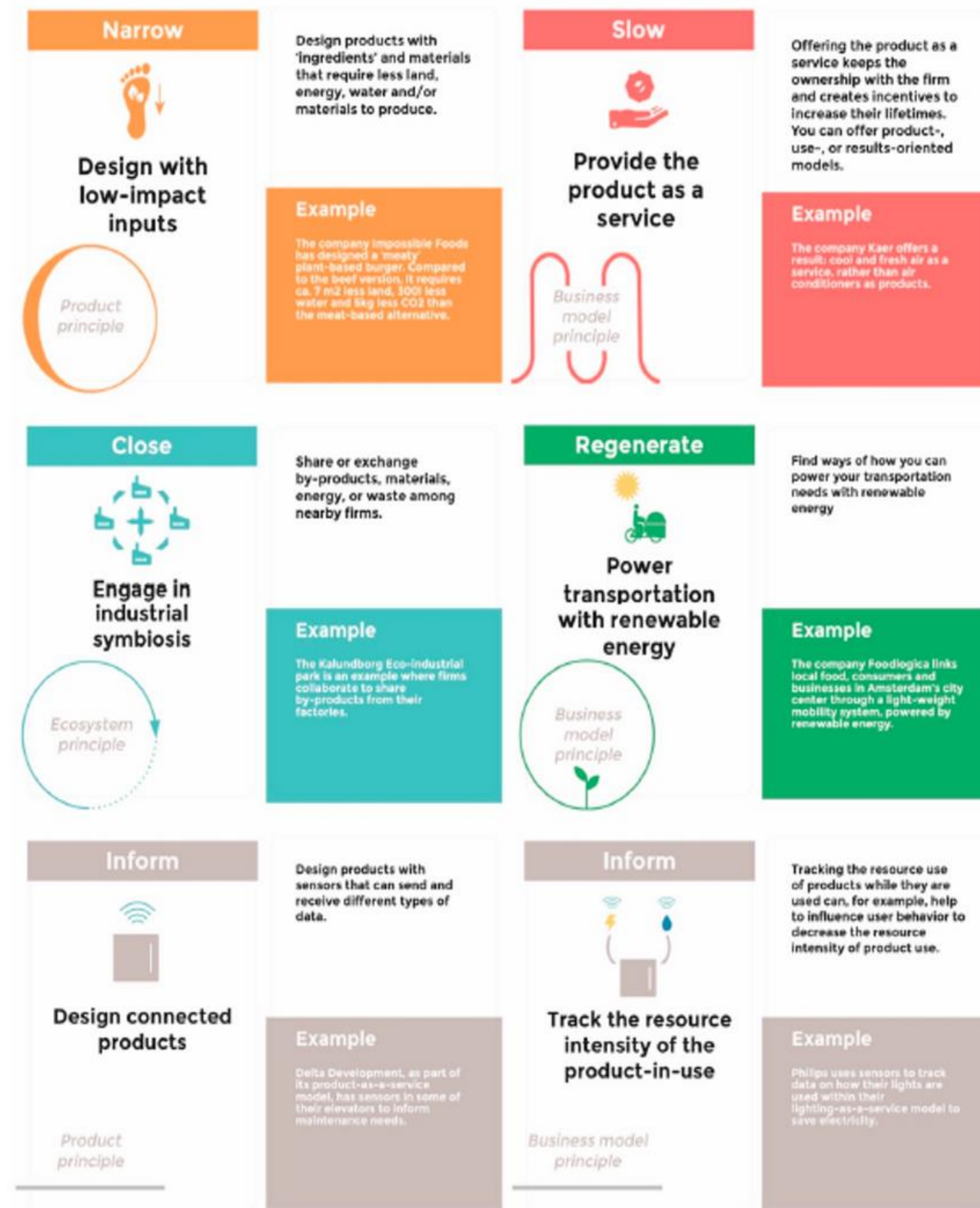
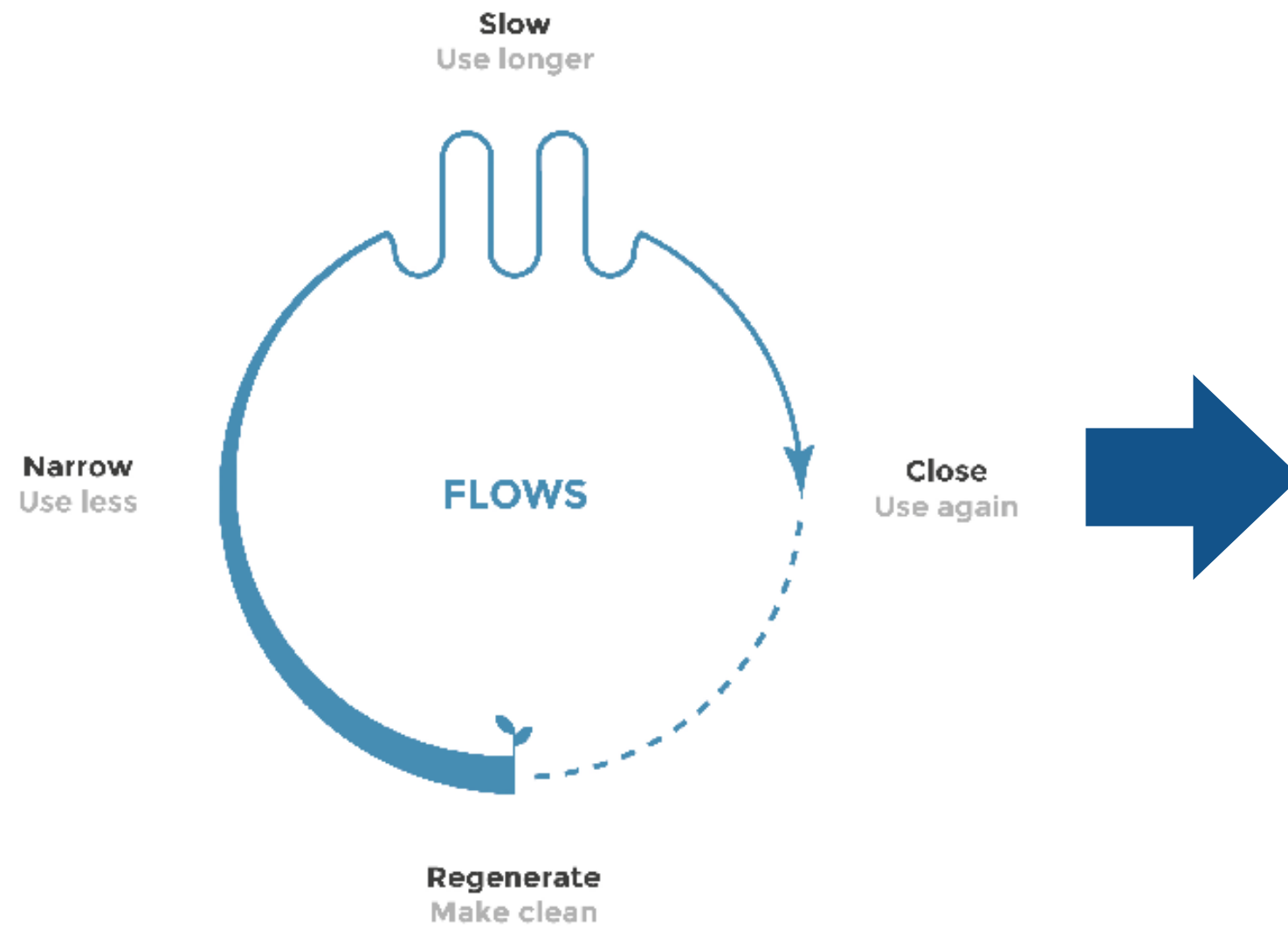
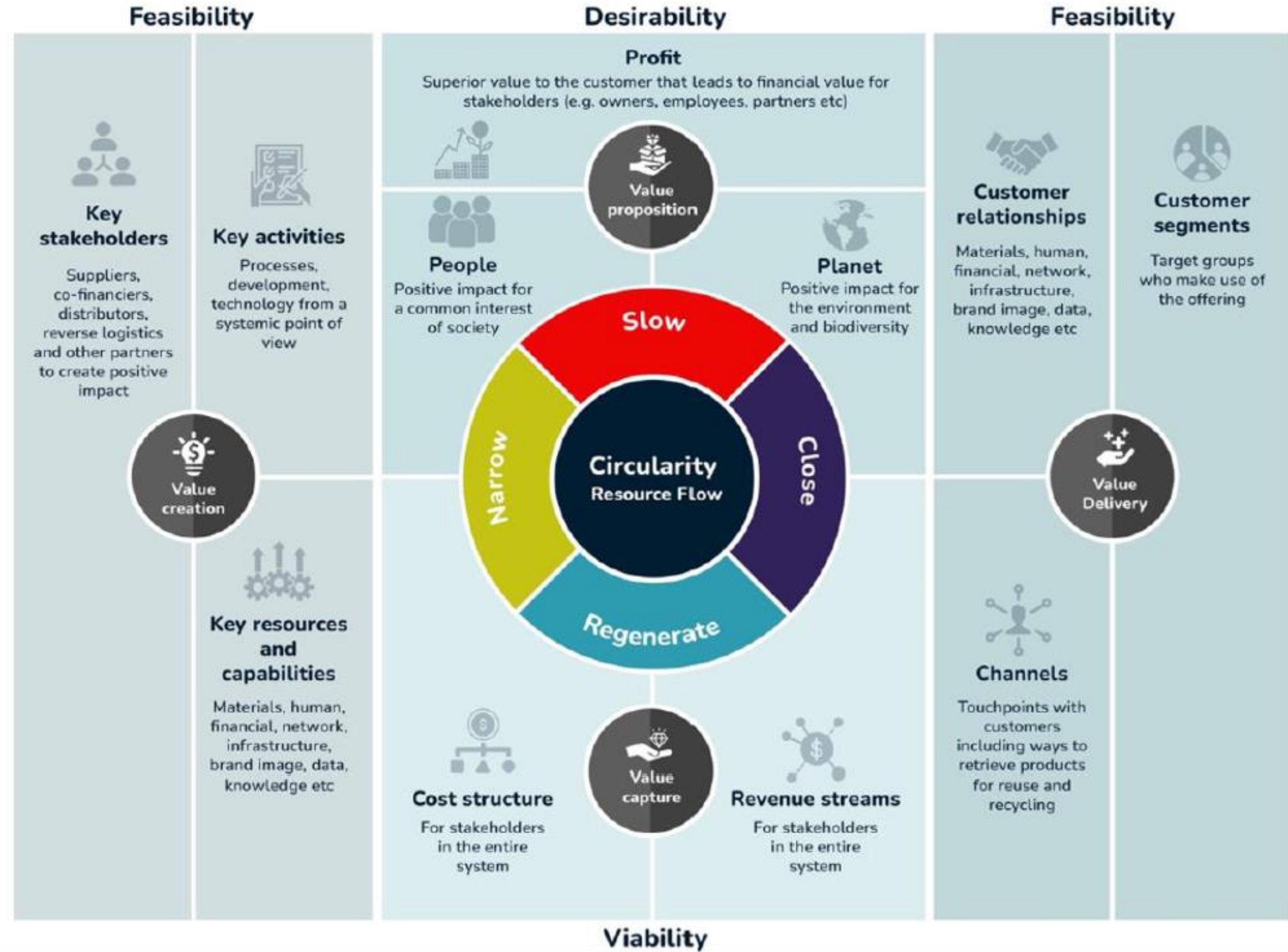


Figure 4. Example cards from the Circularity Deck.



Ana odakların iş
modeline
uygulanması

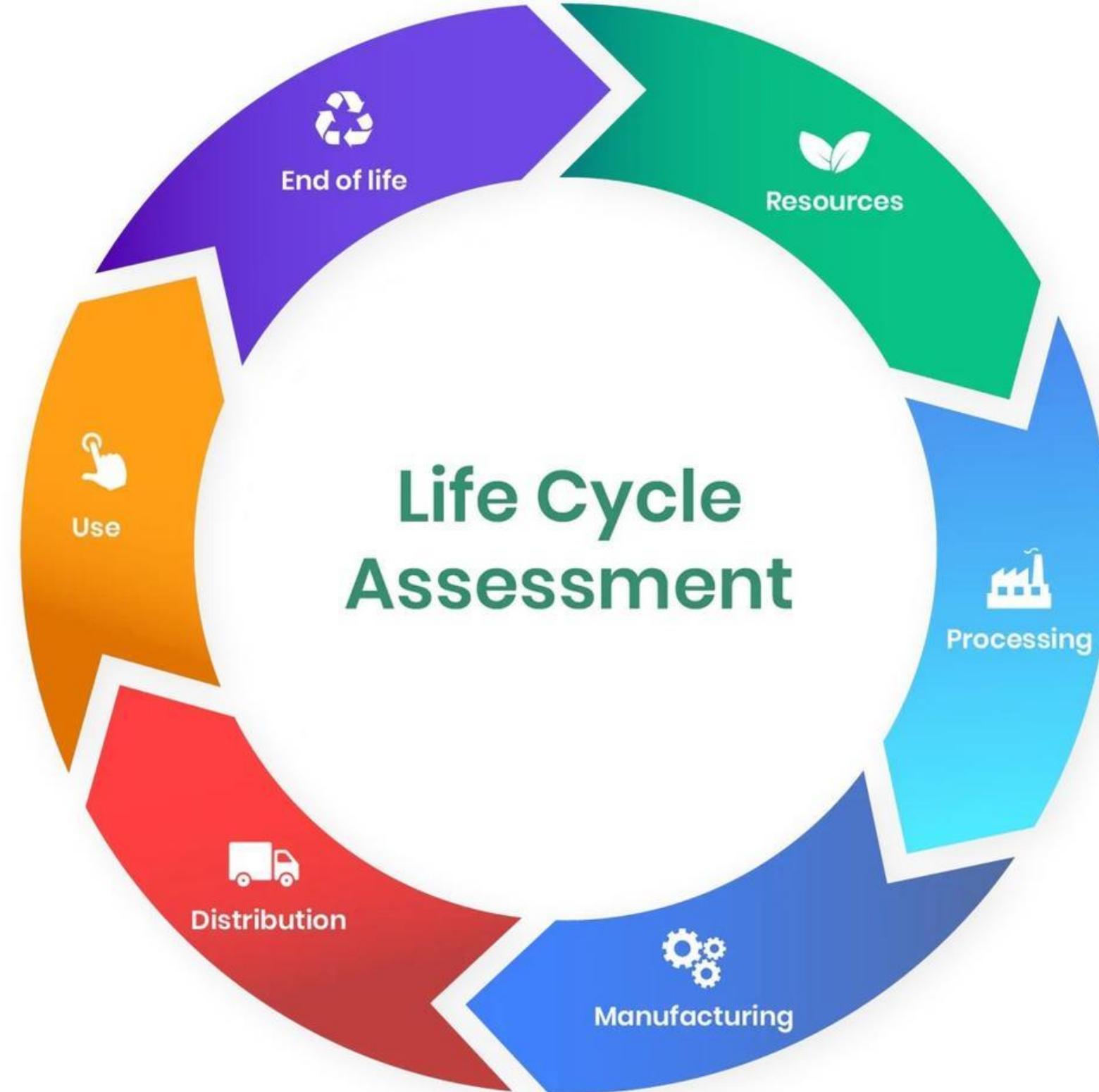


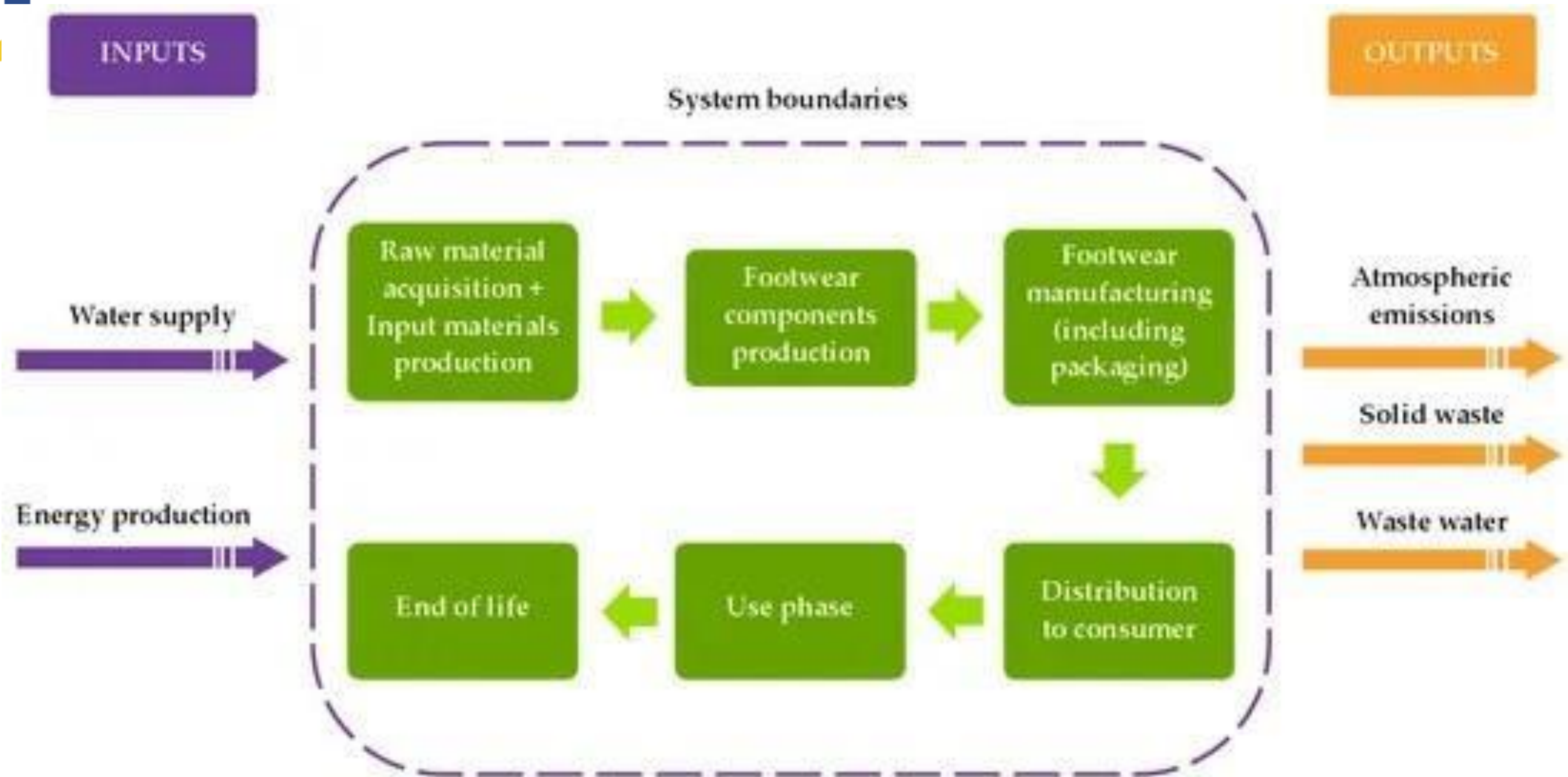
Kaynak : "Circular business model canvas" developed from Osterwalder & Pigneur (2010),

Bocken et al. (2018), Bocken & Geradts (2022), Konietzko et al. (2020)



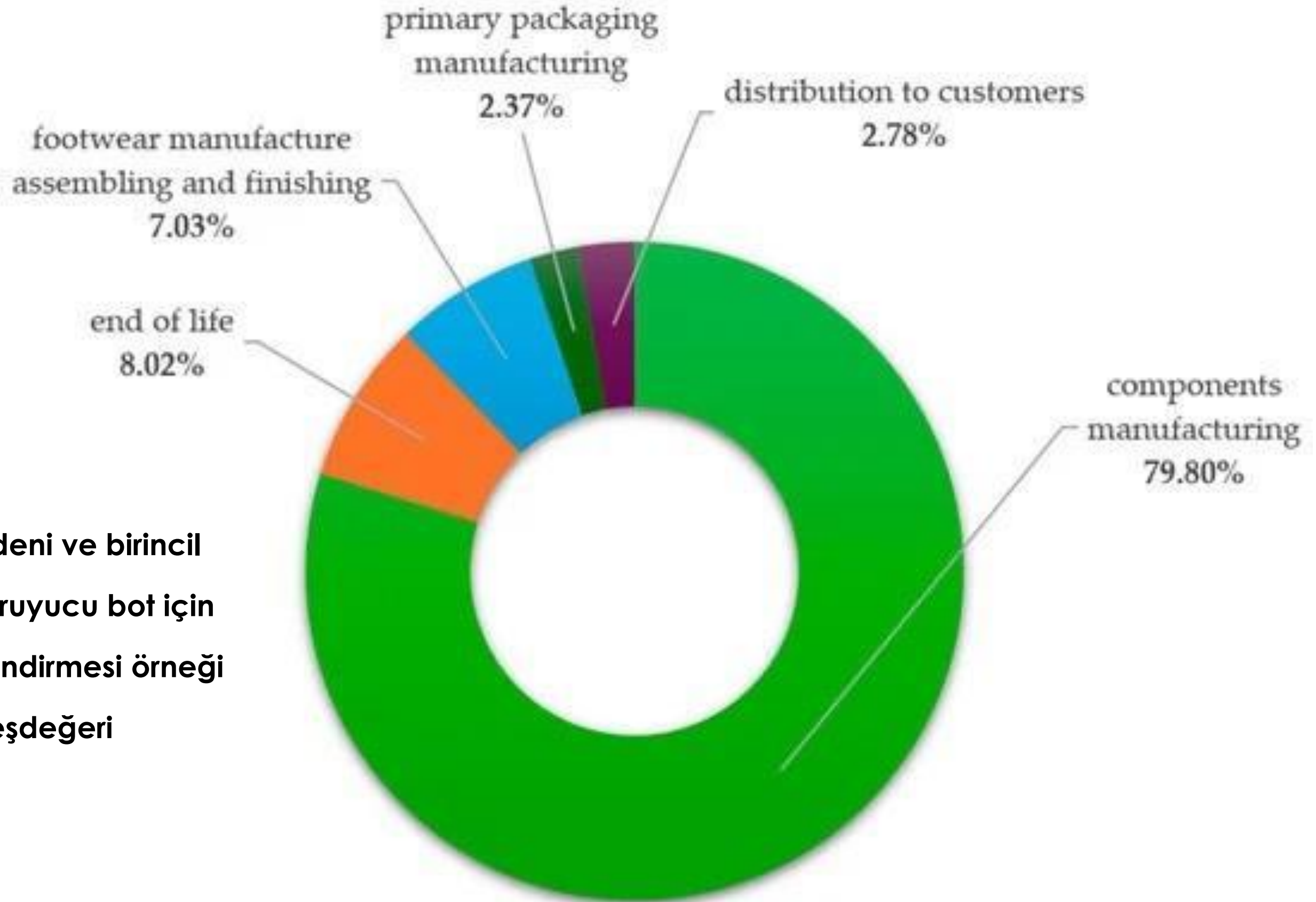
Döngüsel ekonomi açısından iş modelinin etkinliği nasıl ölçülür?





Kaynak : *Environmental Impact of Footwear Using Life Cycle Assessment—Case Study of Professional Footwear.*

Sustainability 2024, 16, 6094. <https://doi.org/10.3390/su16146094>



Erkekler için, 42 AB bedeni ve birincil ambalajı olan bir çift koruyucu bot için yaşam döngüsü değerlendirmesi örneği
= 18,65 kg CO₂ eşdeğeri



<https://miro.com/miroverse/the-circular-rebound-tool/>

The circular rebound tool : a design ideation tool that can guide business designers, entrepreneurs and consultants towards circular business models with lower environmental impact through increasing awareness around rebound effects.



5 mins ⌚



Step 1) Describe your challenge.
What problem do you want to solve?

Goal(s):

Post-it(s)





Step 2.1) Choose the strategy that fits your challenge in the impact scale.

2.2) Look at where you are in the scale. Can you think of ways of moving higher up with your current capacities?
(Goal: to become more aware of the impact scale and explore opportunities higher up)

2.3) Pick one strategy to work on in the next step.





Reuse

What is it? Putting a product through multiple use cycles by multiple consumers, while it retains its original function.

Positive Outcomes: Prolonging use extends product's useful lifetime by slowing the loop.

Capacity Requirements:
Materials: Loop often option to clean & reuseable products between users.
Knowledge: Creating a system that tracks materials where they are deployed in use with the consumers.
Business: Revenue for repair, if maintaining & repairing a damaged product is more viable.

Business idea:

Example: Loop's clothing rental and repair platform for new-made goods.

Remanufacture

What is it? Rebuilding a product with new materials, components, enough capacity, durability, strength and performance to use it as new product is assembled from scratch and to reuse parts.

Positive Outcomes: Increases longevity of materials in the loop, over extracting and producing new materials.

Capacity Requirements:
Materials: Fair trade system to collect used products.
Facilities: With space for disassembly, cleaning and with accurate spare parts.
Knowledge: Understanding of how to disassemble and measure for products to be remanufactured.
Business: Potential to build a new business, revenue for repair and repairing products.

Business idea:

Example: Loop's clothing rental and repair platform for new-made goods.

Repair

What is it? Repair and maintenance of a defect in product so it can be used with its original function.

Positive Outcomes: Extends product's useful lifetime by slowing the loop.

Capacity Requirements:
Materials: The necessary repair parts with accurate level of quality.
Facilities: Repair services are offered via a fair trade system, logistics need to be managed.
Knowledge: Understanding of how to repair a product.
Business: Revenue for repair, if maintaining & repairing a damaged product is more viable.

Business idea:

Example: Loop's clothing rental and repair platform for new-made goods.

Recycle

What is it? Processing waste materials into new objects with similar properties to those from which they were made.

Positive Outcomes: If done right, it can be a revenue stream for a company.

Capacity Requirements:
Materials: Access to good quality raw materials.
Knowledge: Understanding of how the materials are going to be recycled, and how they will be processed.
Business: Revenue for repair, if maintaining & repairing a damaged product is more viable.

Business idea:

Example: Loop's clothing rental and repair platform for new-made goods.

Rebound Effects & Solutions

Potential Rebound Effects:
 - Customers can treat products more carelessly because of lack of ownership.
 - Overproduction may be stimulated by the use of the market as through competition, leading to lots of unused products (e.g. the fashion industry in Germany or China).
 - Extra resources spent on reverse logistics & materials handling might cancel out environmental gains.

Rebound Prevention Techniques:
 - Repair system for the product can help it reuse a sense of ownership.
 - Facilities that use the materials (e.g. repair) can help to reduce the amount of waste.
 - The repair system can help to reduce the amount of waste.
 - The repair system can help to reduce the amount of waste.
 - The repair system can help to reduce the amount of waste.

Rebound Effects & Solutions

Potential Rebound Effects:
 - Can prevent the rebound effect by reducing the impact of the rebound effect.
 - The rebound effect can be prevented by reducing the impact of the rebound effect.
 - The rebound effect can be prevented by reducing the impact of the rebound effect.

Rebound Prevention Techniques:
 - The rebound effect can be prevented by reducing the impact of the rebound effect.
 - The rebound effect can be prevented by reducing the impact of the rebound effect.
 - The rebound effect can be prevented by reducing the impact of the rebound effect.

Rebound Effects & Solutions

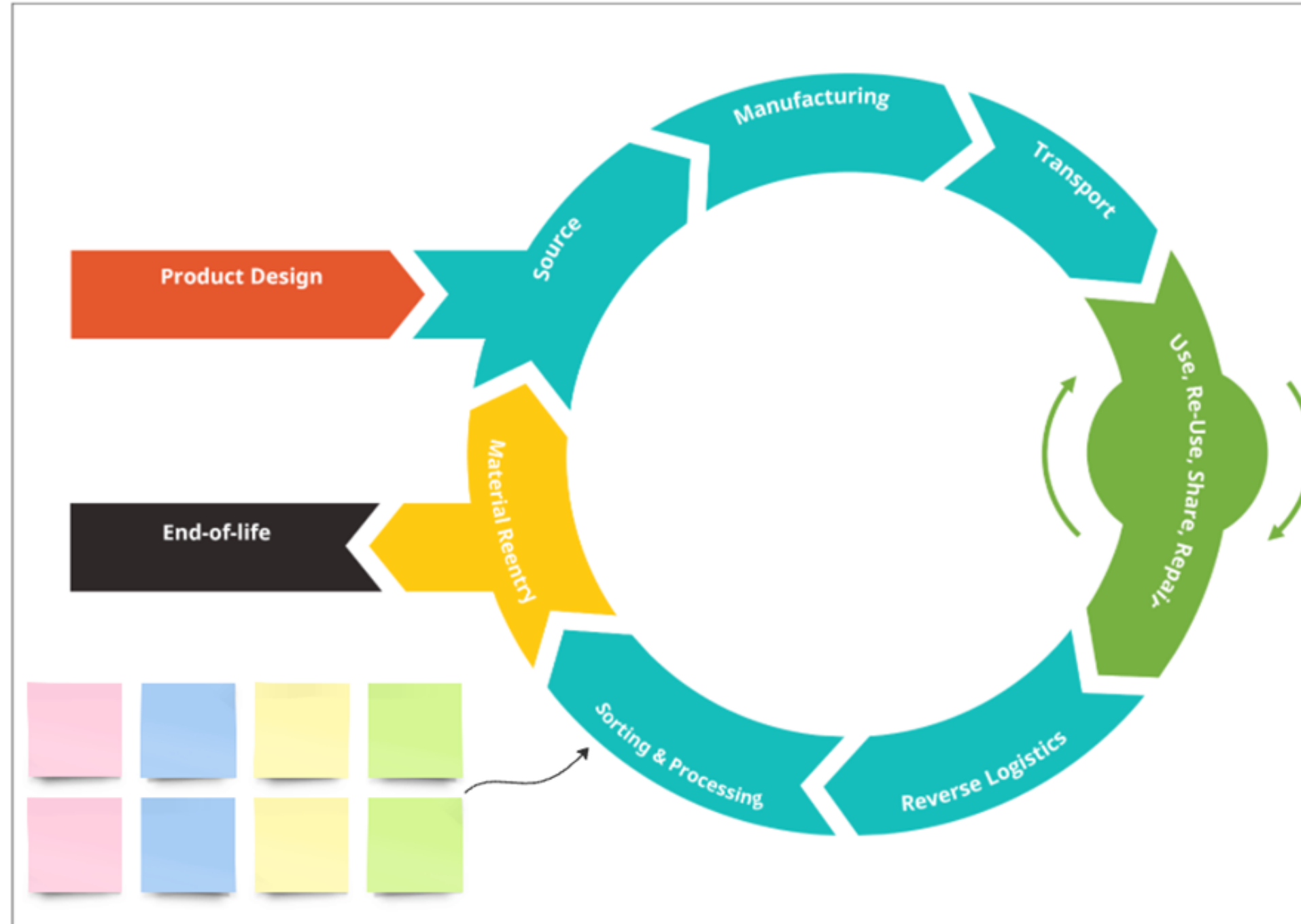
Potential Rebound Effects:
 - May perpetuate the rebound effect by reducing the impact of the rebound effect.
 - The rebound effect can be prevented by reducing the impact of the rebound effect.

Rebound Prevention Techniques:
 - The rebound effect can be prevented by reducing the impact of the rebound effect.
 - The rebound effect can be prevented by reducing the impact of the rebound effect.

Rebound Effects & Solutions

Potential Rebound Effects:
 - Can be a large rebound effect by reducing the impact of the rebound effect.
 - The rebound effect can be prevented by reducing the impact of the rebound effect.

Rebound Prevention Techniques:
 - The rebound effect can be prevented by reducing the impact of the rebound effect.
 - The rebound effect can be prevented by reducing the impact of the rebound effect.



Step 3.1) Place your chosen circular strategy in the box below.



3.2) Using post-its, map out your idea along the entire life-cycle.

3.3) Look at the card with potential rebound effects. Do these rebounds apply to you? How can you solve them? Put your thoughts on a post-it on the life-cycle map

3.4) Move to the next step when you think you have mapped all possible parts of the life-cycle



10 mins ⌚

Step 4) List your next top 3 tasks using post-its.
This should be something you can achieve in the short term, for e.g. setting up a meeting, doing an assessment, building a prototype, etc.

What needs to be done?

How will it be achieved?

1.

2.

3.



We're all done for now!

You can do multiple cycles of the tool on your own now to learn more about the impact of your ideas! 🌱

Döngüsel ekonomi stratejileri



Strategies	Smarter product use and manufacture	R0 Refuse	Make product redundant by abandoning its function or by offering the same function with a radically different product
		R1 Rethink	Make product use more intensive (e.g. by sharing product)
		R2 Reduce	Increase efficiency in product manufacture or use by consuming fewer natural resources and materials
	Extend lifespan of product and its parts	R3 Reuse	Reuse by another consumer of discarded product which is still in good condition and fulfils its original function
		R4 Repair	Repair and maintenance of defective product so it can be used with its original function
		R5 Refurbish	Restore an old product and bring it up to date
		R6 Remanufacture	Use parts of discarded product in a new product with the same function
	Useful application of materials	R7 Repurpose	Use discarded product or its parts in a new product with a different function
		R8 Recycle	Process materials to obtain the same (high grade) or lower (low grade) quality
		R9 Recover	Incineration of material with energy recovery



Circular economy

Increasing circularity

Linear economy

Fransız ayakkabı şirketlerinden sürdürülebilir stratejilere bazı örnekler

Strategies		
Smarter product use and manufacture	R0 Refuse	Make product redundant by abandoning its function or by offering the same function with a radically different product
	R1 Rethink	Make product use more efficient (Shoe rental : Bocage, sharing product)
	R2 Reduce	Increase efficiency of product manufacture or use by consuming fewer resources and materials (Pre order : Asphalte)
Extend lifespan of product and its parts	R3 Reuse	Reuse by another consumer (Second hand : Bocage, product which is still in good condition and full function)
	R4 Repair	Repairing services (Veja, use of defective product so it can be used in full function)
	R5 Refurbish	Restore an old product and (Shoe reconditioning : Paraboot, Weston, Sessile)
	R6 Remanufacture	Use parts of discarded product in a new product with the same function
Useful application of materials	R7 Repurpose	Use discarded product or its parts in a new product with a different function
	R8 Recycle	Process materials (Shoe outsole recycling : Sessile, high grade) or lower (low grade) quality
	R9 Recover	Incineration of material with energy recovery





To help a company launch a **shoe design and sales activity** while integrating the **principles of the circular economy**, with **limited resources** and a **small team** (without a marketing, sales, or communications director), it's essential to adopt a pragmatic and progressive approach. Here's a comprehensive method tailored to the mentioned constraints:

1. Define a clear and responsible value proposition

• Why would customers buy these circular shoes?

→ Comfort, durability, aesthetics, repairability, and reduced environmental impact.

• Highlight differentiating factors: recycled materials, local production, modularity.

2. Simplified circular design approach

Based on the **Circular Rebound Tool** model:

- ✓ Design for **durability**: robust, easily replaceable materials.
- ✓ Design for **repairability**: interchangeable soles, modular parts.
- ✓ Design for **end-of-life**: ease of recycling or reuse.
- 🔍 *Prioritize choices with the greatest impact at the lowest cost.*

📢 3. Low-cost marketing and communication

Without a dedicated team, communication can rely on **high-leverage actions**:

- Build an **engaged community** on targeted social media platforms (*Instagram, TikTok*) with authentic content (behind-the-scenes production, customer testimonials, manufacturing stories).
- Collaborate with **micro-influencers** passionate about environmental issues.
- Use platforms like **Canva** to create visuals without advanced graphic skills.
- Share articles on **LinkedIn** to reach key partners and stakeholders.

🛒 4. Progressive sales strategy

With limited staff:

- **Direct online sales**: Create a simple e-commerce site (e.g., Shopify, Wix) with a small but well-presented product range.
- **Local partnerships**: Work with small shops, concept stores, or local markets to avoid complex logistics.
- **Pre-order campaigns** (via Ulule or Kickstarter) to validate interest and fund production.

🌱 5. Post-purchase follow-up and circularity loop

- Offer a **shoe take-back service** for recycling or refurbishment.
- Provide **accessible repair kits** to extend product lifespan.
- Set up a **newsletter** to foster customer loyalty and share care tips



Yetersiz personele sahip ve sınırlı kaynaklara sahip şirketler için
Döngüsel projenizin tüm faaliyetlerinde Generative IA'yı kullanın
Bundan sonra Shoedes sonucunun 4'te 3 puanla özetlenmesi örneği

1 Ayakkabı Endüstrisinde Döngüsel Ekonomi

- - Ayakkabı üretiminde lineer modellerden dairesel modellere geçiş
- - Dayanıklılık, onarılabilirlik ve geri dönüştürülebilirliğe odaklanma
- - Uluslararası çevre standartlarının uygulanması (REACH, EU Ecolabel)
- - Sürdürülebilir malzemelerin benimsenmesi: organik pamuk, geri dönüştürülmüş PET, biyo bazlı deriler

2 Tasarım ve Üretim Yenilikleri

- - Kolay sökme ve geri dönüşüm için modüler tasarımlar
- - Yenilikçi malzemelerin kullanımı (Piñatex, mantar derisi, geri dönüştürülmüş kauçuk)
- - Teknikler: 3D baskı, yuvarlak örgü, doğrudan dijital üretim
- - Örnek girişimler: Adidas Futurecraft Loop, Nike Grind, Veja sürdürülebilir modelleri

3 Pazar Trendleri ve Tüketici Katılımı

- - Sürdürülebilir ayakkabılar için artan tüketici talebi
 - - Döngüsel iş modelleri: ürün kiralama, geri alma programları
 - - Şeffaf tedarik zincirlerinin ve izlenebilirliğin önemi
 - - Satın alma kararlarında eko-etiketlerin ve sertifikaların rolü
- Üretken IA, düzenleme yönlerine, gezegen üzerindeki etkinin hesaplanmasına, mali yönlerin incelenmesine, seçilmesine uygulanabilir.
 - Malzemeler, üretimi organize etmek, farklı tüketici kategorilerini tanımak, onlarla iletişim kurmak...

UL05.5 AYAKKABI İŞ MODELLERİ HAKKINDA

Dikkat noktası: Ekipleri Yönetmenin farklı katılım modları vardır

****Katılımın Prosedürel Vizyonu****

"Süreçleri optimize edelim!" *

- Eko-tasarım
- Etik şart
- Sorumlu satın alma ve üretim

****Parçalanmış Katılım Vizyonu****

"Performansın hizmetine katılım"*

- Mevzuata uygunluk
- Risk yönetimi
- Çevre yönetimi

-Sistemik Katılım Vizyonu****

-"Etki, modelimizin kalbinde yer alıyor!" ***

- Somutlaşmış amaç
- Yeniden tasarlanan iş modeli
- Devam eden diyalog

****Fırsatçı Katılım Vizyonu****

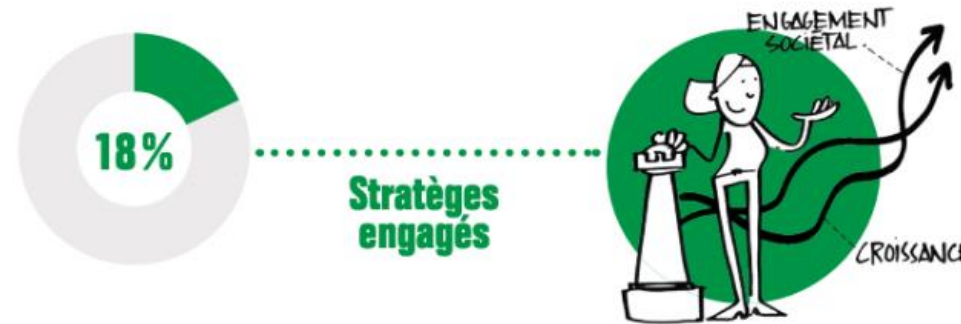
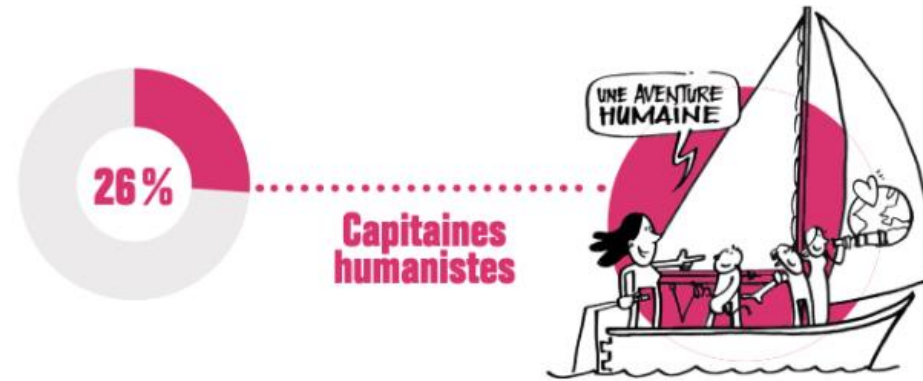
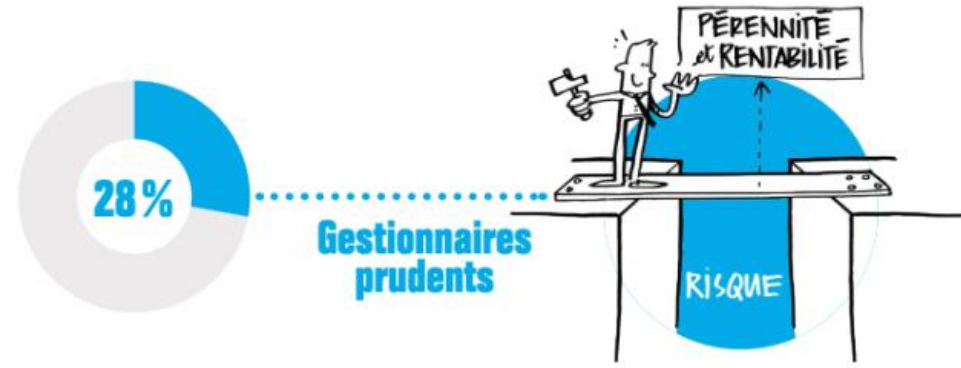
"Katılım yoluyla imajımızı geliştirin!" *

- İş modelinden kopuk hayırseverlik
- Darbe ölçümü olmadan diyalog
- Yeşil iletişim

- _Dipnot:_

- ****Bpifrance Le Lab tarafından 2020'de oluşturulan profil oluşturma****

- ---





- Ve farklı İş Lideri Profilleri var**
- - **İş sürdürülebilirliğinin önceliği:**
- Şirketi korumak en önemli önceliklerdir. Kârlılığın ve istihdamın sağlanması da esastır. Bu terazide meydana gelebilecek herhangi bir olası bozulma, dikkatli bir şekilde tartışılması gereken bir risk olarak kabul edilir.
- - **Önce insan ve çevre değerleri:**
- Bir işletmeyi yönetmenin zevki büyümede bulunmaz. Öncelikleri, çevreye saygılı bir insan macerası inşa etmeye odaklanır.
- - **Büyüme, yenilikçilik ve uluslararası odaklanma:**
- Büyüme, inovasyon ve uluslararası genişlemede motivasyon bulurlar ve bunu yerine getirilmiş hissetmeleri için ihtiyaç duyarlar. Bununla birlikte, çevresel ve toplumsal sorunları çevresel olarak görürler.
- - **Güçlü büyümeyi toplumsal taahhütlerle birleştirmek:**
- Dış dünyaya açıklıkları ve işlerini yürütmek için yararlandıkları merakları ile öne çıkarlar.



References

Baldassarre, B., Konietzko, J., Brown, P., Calabretta, G., (2020) Addressing the design-implementation gap of sustainable business models by prototyping: A tool for planning and executing small-scale pilots. Journal of Cleaner Production, 10.1016

Baldassarre, B., Calabretta, G., Karpen, I., Bocken, N., Hultink, E.J. (2024). Responsible Design Thinking for Sustainable Development: Critical Literature Review, New Conceptual Framework, and Research Agenda. Journal of Business Ethics. <https://doi.org/10.1007/s10551-023-05600-z>

Bocken, N., (2024). Business Models for Sustainability. Circular Economy and Sustainability, SSRN Electronic Journal, 0.2139

Bocken, N., (2023). Circular Business Model Innovation: New Avenues and Game Changers, Researchgate.net, DOI: 10.1007/978-3-031-57511-2_7

Bocken, N., & Coffay, M. (2022). The Circular Experimentation Workbench—a Lean and Effectual Process. Circular Economy and Sustainability, 1-23.

Bocken, N. & Konietzko, J. (2022), Experimentation capability for a circular economy: a practical guide", Journal of Business Strategy, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JBS-02-2022-0039>

Bocken, N., & Konietzko, J. (2022). Circular business model innovation in consumer-facing corporations. Technological Forecasting and Social Change, 185, 122076.

Bocken, N., Niessen, L., & Short, S. (2022). The sufficiency-based circular economy - An analysis of 150 companies. Frontiers in Sustainability. 3:899289 (open access).

Bocken, N. M. P., & Geradts, T. H. J. (2022). Designing Your Circular Business Model. Stanford Social Innovation Review, 20(2), 34–39 (open access).

Bocken, N., Harsch, A., & Weissbrod, I. (2022). Circular business models for the fastmoving consumer goods industry: desirability, feasibility, and viability. Sustainable Production and Consumption, 30, 799-814 (open access).

Bocken, N., (2021). Circular Business Models – mappint experimentation in multinational firms, Researchgate.net,

Bocken, N., Kraaijenhagen, C., Koneitzko, J. Baldassarre, B.,(2021) Experimenting with new business model strategies for the circular economy, DOI: 10.4337/978180037309

Bocken, N., & Short, S. (2021) Unsustainable business models – Recognising and resolving institutionalised social and environmental harm. Journal of Cleaner Production, 312, 127828 (open access).

Bocken, N. M. P., Stahel, W., Dobrauz, G., Koumbarakis, A., Obst, M., & Matzdorf, P. (2021) Circularity as the new normal. Future fitting Swiss business strategies. WWF Switzerland and PWC.

Bocken, N. M., Weissbrod, I., & Antikainen, M. (2021). Business Model Experimentation for the Circular Economy: Definition and Approaches. Circular Economy and Sustainability, 1-33 (open access).

Bocken, N., Weissbrod, I., & Antikainen, M. (2021) Business experimentation for sustainability: emerging perspectives. Journal of Cleaner Production, 281, 124904124904. Open access available here.

Bocken, N., Weissbrod, I., & Antikainen, M. (2020, June). The Emerging Research Field of Experimentation for Circular Business Model Innovation. In 5th international online conference on New Business Models: Sustainable. Circular. Inclusive. (pp. 106-110).

Bocken, N., de Pauw, I., Bakker, C & van der Grinten, B. (2016) Product design and business model strategies for a circular economy, Journal of Industrial and Production Engineering, 33:5, 308-320, DOI: 10.1080/21681015.2016.1172124

Brown, P., Baldassarre, B., Konietzko, J., Bocken, N., (2021) A tool for collaborative circular proposition design. Journal of Cleaner Production, 10.1016

Çetin, S., De Wolf, C., & Bocken, N. (2021) Circular Digital Built Environment: An Emerging Framework, Sustainability, 13, 6348

Das, A., & Bocken, N. (2024). Regenerative business strategies: A database and typology to inspire business experimentation towards sustainability. Sustainable Production and Consumption, 49, 529–544. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2024.06.024>

Das, A., Konietzko, J., Bocken, N., & Dijk, M. (2023). The Circular Rebound Tool: A tool to move companies towards more sustainable circular business models. Resources, Conservation & Recycling Advances, 20, 200185. <https://doi.org/10.1016/j.rcradv.2023.200185>

Das, A., Konietzko, J., & Bocken, N. (2021). How do companies measure and forecast environmental impacts when experimenting with circular business models? Sustainable Production and Consumption, 29, 273-285 (open access).

Han, D., Konietzko, J., Dijk, M., & Bocken, N. (2022). How do companies launch circular service business models in different countries? Sustainable Production and Consumption, 31, 591-602 (open access).

Han, D., Konietzko, J., Dijk, M., & Bocken, N. (2023). How do circular start-ups achieve scale?. Sustainable Production and Consumption. Han, D., Konietzko, J., Dijk, M., & Bocken, N. (2023). How do circular start-ups achieve scale?. Sustainable Production and Consumption. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2023.06.007>

Heikkurinen, P., Skrbina, D., Bocken, N., Gossen, M., Princen, T. (2024). Call for Papers - Sufficiency: An Ethic for Ecologically Constrained Organizations. Journal of Business Ethics. https://link.springer.com/collections/hicgjgfhjd?trk=public_post_comment-text

Henry, M., Schraven, D., Bocken, N., Frenken, K., Hekkert, M., & Kirchherr, J. (2021) The battle of the buzzwords: A comparative review of the circular economy and the sharing economy concepts. Environmental Innovation and Societal Transitions, 38, 1-21.

Konietzko, J., Das, A., & Bocken, N. (2023). Towards regenerative business models: A necessary shift?. Sustainable Production and Consumption, 38, 372-388. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2023.04.014>

Konietzko, J. & Bocken, N. (2020). Circular Ecoystem Innovation: An Initial Set of Principles, Journal of Cleaner Production, 10.1016

Konietzko, J. & Bocken, N. & Hultink, e.J. (2020). A Tool to Analyze, Ideate and Develop Circular Innovation Ecosystems, www.mdpi.com/journal/sustainability , 12, 417; doi:10.3390/su12010417

Klofsten, M., Kanda, W., Bienkowska, D., Bocken, N., Mian, S., & Lamine, W. (2024). Start-ups within entrepreneurial ecosystems: Transition towards circular economy. International Small Business Journal, 02662426241227520.

Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N, & Hultink, E. J. (2022). Prototyping, experimentation, and piloting in the business model context. Industrial Marketing Management, 102, 564-575 (open access).

Møller Haase, L., Mugge, R., Mosgaard, M., Bocken, N., Jaeger-Erben, M., Pizzol, M., Søgaard Jørgensen, M. (2024). Who are the value transformers, value co-operators and value gatekeepers? - New routes to value preservation in a sufficiency-based circular economy. Resources, Conservation & Recycling. 204, 107502. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2024.107502>

Nesterova, I., Beyeler, L., & Niessen, L. (2023, June). Business of deep transformations: A non-binary approach. In Bits & Bäume: Die Konferenz für Digitalisierung und Nachhaltigkeit (pp. 82-86). Technische Universität Berlin.

Niessen, L., Bocken, N. M. P., & Dijk, M. (2023). Sufficiency as trend or tradition?—Uncovering business pathways to sufficiency through historical advertisements [Original Research]. Frontiers in Sustainability, 4. <https://doi.org/10.3389/frsus.2023.1165682>

Niessen, L., Bocken, N. M. P., & Dijk, M. (2023). The impact of business sufficiency strategies on consumer practices: The case of bicycle subscription. Sustainable Production and Consumption, 35, 576-591. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.12.007>

Niessen, L., & Bocken, N. (2021). How can business drive sufficiency? The business for sufficiency framework. Sustainable Production and Consumption, 28, 1090-1103 (open access).

OECD (2019), Business Models for the Circular Economy: Opportunities and Challenges for Policy, OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/g2g9dd62-en>

Ritala, P., Albareda, L., & Bocken, N. (2021) Value creation and appropriation in economic, social, and environmental domains: Recognizing and resolving the institutionalized asymmetries. Journal of Cleaner Production, 290, 125796. Open access available here.

Sakao. T., Bocken, N., Nasr. N. Umeda, Y. (2024). Implementing circular economy activities in manufacturing for environmental sustainability. CIRP Annals. 73(2), 457-481. <https://doi.org/10.1016/j.cirp.2024.06.002>

Sarokin, S.N., Bocken, N. M.P. (2024) Pursuing Profitability in Slow Fashion: Exploring Brands' Profit Contributors. Journal of Cleaner Production, 141237.

Snihur, Y., & Bocken, N. (2022). A call for action: The impact of business model innocation on business ecosystems, society and planet. Long Range Planning, In press (open access).



WWW.SHOEDES.EU

TASEV
TÜRKİYE AYAKKABI SEKTÖRÜ
ARAŞTIRMA GELİŞTİRME VE EĞİTİM VAKFI



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΑΙΓΑΙΟΥ



ctcp
centro tecnológico
do calçado de portugal

Cedecs
TCBL

cre thi dev
creative thinking development



 Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union