

YOUTH
FIT
FOR

FF
55
FF

YOUTH FIT FOR 55

Guide de sensibilisation



Cofinancé par le
programme Erasmus+
de l'Union européenne

Financé par l'Union européenne. Les points de vue et opinions exprimés n'engagent que leurs auteurs et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne peuvent en être tenues pour responsables.

Youth Fit for 55 Guide de sensibilisation
© 2023/2024 par LeLaba & the Youth Fit
for 55 Consortium est sous licence de
CC BY-SA 4.0



SOMMAIRE

- 01** Introduction

- 02** À propos du projet Youth fit-for-55

- 03** Le pacte vert pour l'Europe et son impact

- 04** Des principes à la pratique.
Applications concrètes du pacte vert pour l'Europe

- 05** Comment mener une campagne de sensibilisation

- 06** Récompenses des meilleurs projets et idées



Cofinancé par le
programme Erasmus+
de l'Union européenne

Financé par l'Union européenne. Les points de vue et opinions exprimés n'engagent que leurs auteurs et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne peuvent en être tenues pour responsables.

Youth Fit for 55 Guide de
sensibilisation © 2023/2024 par
LeLaba & the Youth Fit for 55
Consortium est sous licence de CC
BY-SA 4.0



FF
55

Introduction

01

Pourquoi avons-nous créé ce GUIDE et à quoi sert-il ?

Lorsque nous regardons autour de nous, il est clair que le monde est submergé de défis. Des progrès rapides de la technologie aux préoccupations les plus pressantes liées à la santé, à l'alimentation et à la propreté de l'environnement, notre génération est témoin de changements profonds qui touchent tous les aspects de notre vie quotidienne. Nous sommes confrontés à de grandes questions, qu'il est impossible d'ignorer, et nous devons enfin relever les non-dits. Ces non-dits, c'est le changement climatique, subtilement lié à chacun de nos choix, de l'énergie que nous consommons aux produits que nous achetons.

En réponse, la communauté mondiale a adopté les principes de durabilité et de développement durable, une approche qui a été consolidée en 2015 avec l'Agenda 2030 des Nations unies, également connu sous le nom d'Objectifs de développement durable (ODD), un ensemble d'objectifs conçus pour garantir une planète saine et une société prospère. Quelques années plus tard, en 2019, l'UE a présenté sa propre approche sur la durabilité – le pacte vert pour l'Europe - qui, comparé aux ODD de l'ONU, est plus ambitieux et extrêmement plus orienté vers l'action.

C'est pourquoi nous avons créé ce guide afin de sensibiliser et d'engager la jeune génération, les leaders de demain, à notre préoccupation actuelle la plus exigeante. Grâce à ce guide, nous souhaitons donner aux jeunes les moyens de devenir des innovateurs sociaux confiants et des participants actifs à l'élaboration d'un avenir durable.

Pour ce faire, nous allons tout d'abord nous plonger dans les subtilités du pacte vert pour l'Europe, également appelé la transition verte, un effort très dynamique qui demande un effort collectif énorme. Nous présenterons ensuite une série d'exemples de bonnes pratiques afin de montrer comment d'autres ont réussi ou s'efforcent de résoudre ces problèmes. Enfin, dans le but de vous impliquer dans la transition verte, nous vous guidons à travers les étapes de la création et de l'intégration d'une campagne de sensibilisation, afin que vous puissiez à votre tour reproduire notre modèle et impliquer davantage votre communauté locale.



YOUTH
FIT
FOR
55

À propos du projet Youth-Fit-for-55

02

Le projet YFF55 project et les partenaires

Ce guide de sensibilisation a été créé dans le cadre du projet YOUTH fit-for-55, financé par l'action clé 2 d'Erasmus+, Partenariats de coopération dans le domaine de la jeunesse

YOUTH fit-for-55 project's main ambition is to engage its main target audience, including young people, youth workers and leaders, in the Green Transition. Le projet YOUTH fit-for-55 a pour principale ambition d'impliquer son principal public cible, notamment les jeunes, les éducateurs de jeunesse et les responsables, dans la transition verte.

Les objectifs spécifiques de ce projet sont les suivants :

Sensibiliser, comprendre et s'engager en faveur de la transition verte et de ses valeurs fondamentales, de ses défis, de ses méthodes de mise en œuvre et de ses solutions, afin d'entamer un dialogue constructif avec le secteur de la jeunesse et de soutenir la durabilité qui est nécessaire.

Développer les compétences essentielles des éducateurs de jeunes pour s'impliquer et façonner la transition verte de l'Europe.

Développer les capacités organisationnelles d'organisations au service de la jeunesse nécessaires pour (1) s'engager et (2) inspirer et conduire la transition verte de l'Europe, et (en particulier) pour (3) innover pour la transition verte;

Assurer la durabilité et la bonne diffusion du projet et de ses résultats - par le biais d'une plateforme web conviviale et en libre accès.



Partenaires du projet



Asociația IDEI est une organisation roumaine à but non lucratif, active dans le domaine de l'éducation, qui coordonne des opportunités éducatives et des projets/échanges de mobilité, dans le domaine de la jeunesse, sur des sujets tels que la durabilité, la transformation numérique, la démocratie et l'égalité des droits.



Le LABA (Laboratoire d'Arts basé en Aquitaine) est une association à but non lucratif basée en Nouvelle-Aquitaine qui soutient le développement de projets transversaux dans les domaines de la création, de l'éducation, des compétences numériques, du développement local, du tourisme, de la jeunesse et des politiques sportives.



TDM 2000 International est une organisation indépendante qui s'efforce de favoriser la coopération par le biais d'un vaste réseau européen d'ONG de jeunesse bien établies. Elle s'efforce de créer des liens entre les jeunes adultes, les décideurs politiques, les médias et les autres parties prenantes afin de promouvoir l'implication des jeunes dans le processus de prise de décision, en soulignant le rôle clé qu'ils jouent dans nos sociétés.



Momentum est une organisation irlandaise d'éducation de la jeunesse qui se consacre au développement de programmes et de plateformes d'apprentissage progressif dans le domaine de l'éducation, en mettant l'accent sur l'économie durable.



Research Factory est une start-up établie en Roumanie qui propose des services de conseil en rédaction de projets, des études économiques macroéconomiques, régionales et sectorielles complètes sur demande. Avec un grand intérêt pour la recherche, la start-up vise à fournir un accès aux bases de données et aux référentiels sur un large éventail de questions et à fournir des informations par le biais d'outils de visualisation avancés pour une meilleure prise de décision politique ou des décisions et des stratégies commerciales documentées.



European E-learning Institute (EUEI) possède une expérience en matière de conception pédagogique, d'enseignement et de technologie qui lui permet d'aider ses partenaires et les apprenants à atteindre leurs objectifs grâce à des méthodes d'enseignement créatives et non traditionnelles.

55

Le pacte vert pour l'Europe et ses impacts

03

La durabilité - un sujet d'actualité



Le terme "durabilité" est devenu un mot à la mode dans notre dialogue contemporain, souvent utilisé dans des discussions allant des salles de réunions d'entreprises aux salles de classe des universités. Mais derrière cette popularité se cache une approche complexe qui a évolué au fil du temps. Ainsi, la durabilité ne consiste pas seulement à "passer au vert", mais plutôt à favoriser une existence harmonieuse entre l'humanité et la nature, en veillant à ce que nos actions et nos développements ne compromettent pas le bien-être et l'existence de l'une ou de l'autre. En avançant d'un pas, le *développement durable* représente un chemin vers la durabilité ou, comme le dit éloquentement l'Organisation des Nations unies, "[le développement durable] répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre à leurs propres besoins".

La durabilité comprend plusieurs dimensions visant à garantir que chacun puisse bénéficier de l'ensemble des droits de l'homme, tout en affectant le moins possible ceux des générations futures : la gestion de l'environnement, l'inclusion sociale et le développement économique. L'existence d'une quatrième dimension, à savoir la durabilité culturelle, fait l'objet de discussions. Cet aspect se concentre sur la préservation et la promotion de l'identité et de la diversité culturelles, sur l'encouragement de la créativité, sur la reconnaissance du rôle de l'art et du patrimoine, et sur l'intégration de la spiritualité et de la mémoire en tant que parties intégrantes de la planification communautaire.

Cette compréhension holistique de la durabilité et du développement durable jette les bases d'une analyse plus approfondie de ses principales dimensions:

- **Le pilier de la protection de l'environnement** fait référence à la gestion et à l'utilisation efficaces des ressources naturelles telles que l'eau, l'air, les minéraux et les réserves de carbone. Il prend en compte les effets des diverses activités humaines sur la biodiversité et l'environnement.
- **Le pilier social** se concentre sur la garantie d'un accès équitable aux droits de l'homme et aux besoins fondamentaux. Il englobe la recherche de l'égalité, la pratique de la démocratie, la défense des droits de l'homme et la promotion de la justice sociale. La durabilité sociale consiste également à construire des communautés résilientes, capables de s'adapter et de prospérer face aux défis environnementaux, en veillant à ce que chacun ait une chance équitable de mener une vie épanouie.
- **Le pilier de la viabilité économique** s'articule autour des pratiques durables en matière de production, d'utilisation et de gestion des ressources. Il aborde les questions liées au comportement des consommateurs, à la technologie, à la main-d'œuvre et à la répartition équitable des richesses. L'accent est mis sur la création de systèmes économiques capables de soutenir le bien-être humain et écologique à long terme, sans épuiser les ressources dont dépendront les générations futures.



Qu'est-ce que le pacte vert pour l'Europe?

Concrètement, le pacte vert pour l'Europe (EN: European Green Deal) est le plan de développement durable de l'Europe pour les décennies à venir. Il s'agit d'un plan visant à moderniser et à transformer l'économie de l'UE pour qu'elle nuise le moins possible à l'environnement, afin de relever le défi environnemental actuel.

Comprendre le pacte vert vous permettra d'être mieux préparé pour l'avenir, en profitant des opportunités actuelles et en minimisant les obstacles potentiels.

Le pacte vert peut être imagé comme le chemin de l'Union européenne vers les objectifs de développement durable (ODD) des Nations unies. Ces 17 objectifs, définis en 2015, sont comme une liste de choses à faire pour un monde meilleur d'ici 2030, et le pacte vert est notre façon de cocher ces cases.



Figure 1 - Les objectifs de développement durable des Nations Unies

Le pacte vert pour l'Europe vise à faire de l'UE une économie respectueuse du climat et efficace dans l'utilisation des ressources, où la croissance ne coûte rien à la planète.

Ses objectifs principaux sont:

- **Atteindre la neutralité climatique d'ici 2050** - Cela signifie que l'UE prévoit d'équilibrer la quantité de gaz à effet de serre produits et éliminés de l'atmosphère, réduisant ainsi son empreinte carbone à zéro.
- **Croissance économique découplée de l'utilisation des ressources** - L'objectif est de faire croître l'économie d'une manière qui ne repose pas sur l'utilisation de ressources naturelles supplémentaires. Il s'agit d'une croissance plus intelligente et plus durable.
- **Ne laisser personne de côté** - L'objectif est de s'assurer que ces changements sont équitables et bénéfiques pour tous.

Qu'est-ce que le pacte vert pour l'Europe?

Ces objectifs finissent par affecter tous les aspects de notre vie (et de nos entreprises), y compris la manière dont nous nous déplaçons, l'énergie que nous utilisons, les bâtiments dans lesquels nous vivons et travaillons, la manière dont les aliments sont cultivés et ce que nous mangeons, la manière dont les industries produisent des biens, la manière dont nous traitons la pollution et les déchets, et même des aspects tels que les impôts et les prestations sociales.

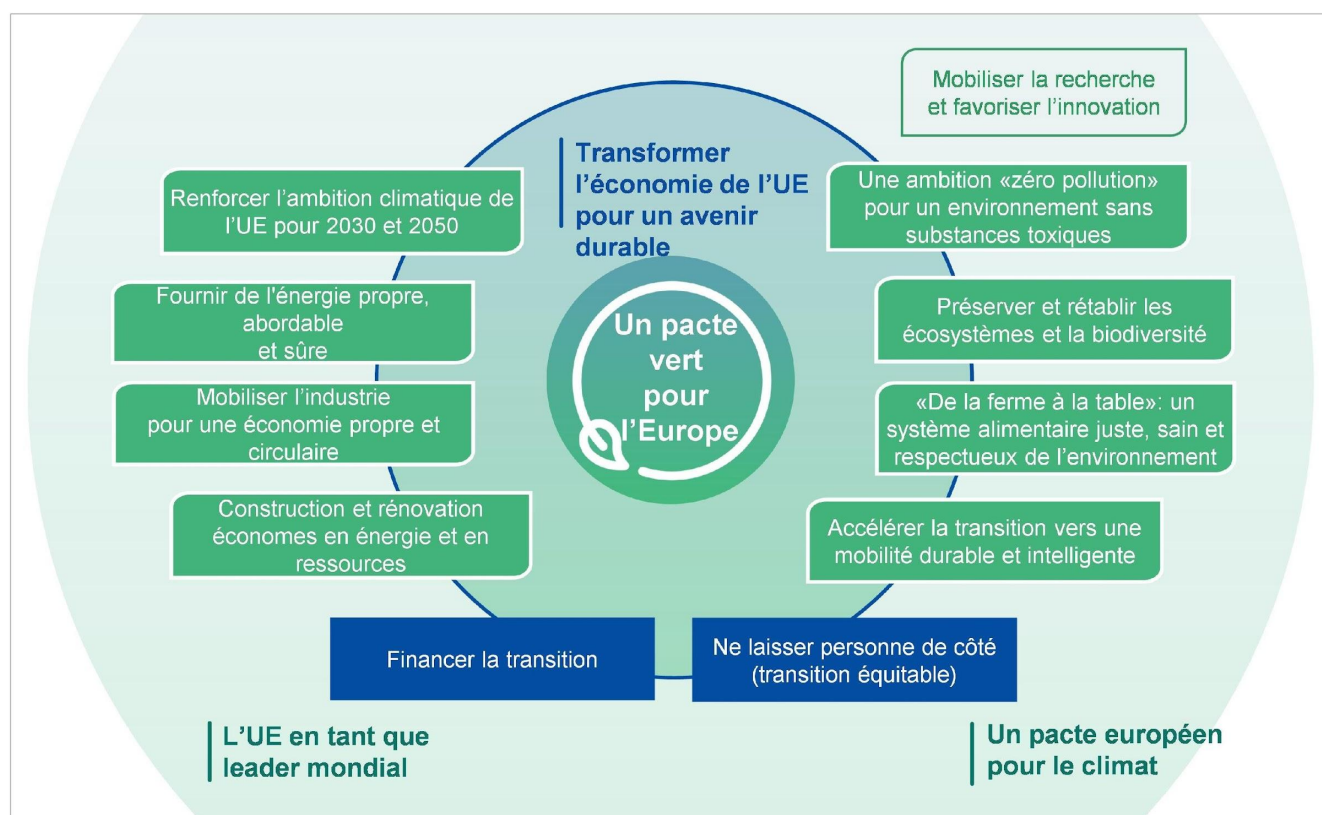


Figure 2 – Le pacte vert européen



Principaux domaines d'action du pacte vert européen :

Il s'agit ci-dessous de quelques-uns des principaux domaines dans lesquels l'UE agit, crée de nouvelles règles et offre des possibilités de financement afin d'avoir un impact positif important :



Mobilité durable - Promouvoir des moyens de transport plus durables.



Énergie propre – Possibilités d'utiliser des sources d'énergie alternatives et plus propres



Construction et rénovation – La nécessité d'un secteur de la construction plus vert



Alimentation plus saine et plus durable – Moyens de garantir des systèmes alimentaires plus durables



Agriculture durable – Durabilité de l'agriculture et des zones rurales de l'UE grâce à la politique agricole commune (PAC)



Industries durables – Moyens de garantir des cycles de production plus durables et plus respectueux de l'environnement



Économie circulaire – Assurer la réutilisation et la régénération des matériaux et des produits



“Zéro pollution” – Actions visant à prévenir la pollution et mesures visant à la nettoyer et à y remédier



Biodiversité – Mesures visant à protéger notre écosystème diversifié et fragile

Comment le Pacte vert européen pourrait-il vous impacter ?

Adopter les objectifs du pacte vert dans votre vie quotidienne, que ce soit par le biais de choix personnels, de projets communautaires ou même d'idées d'entreprises futures, peut présenter plusieurs avantages. Le simple fait de vous aligner sur les normes et réglementations de l'UE peut vous permettre de bénéficier de financements, d'avantages et d'aides. Plus important encore, l'adoption de pratiques durables garantit que votre mode de vie, vos initiatives ou vos futures entreprises restent pertinents et évitent les problèmes de durabilité à mesure que le monde évolue vers un avenir plus vert.

Il peut s'agir de faire des choix écologiques au quotidien, de s'impliquer dans des projets communautaires axés sur le développement durable, voire de prendre en compte l'environnement dans la planification de sa future carrière ou de ses projets entrepreneuriaux. Le pacte vert ne concerne pas seulement les grandes entreprises ; il s'agit de permettre à chacun d'entre nous de jouer un rôle dans la construction d'un monde plus vert et plus durable.

Maintenant que nous avons abordé les bases du pacte vert, nous allons nous plonger dans des domaines spécifiques où vous, en tant que jeune, pouvez avoir un impact réel. Nous allons explorer différents secteurs tels que les transports, l'alimentation, la biodiversité, l'agriculture et l'énergie, et nous allons voir comment de petits changements dans nos choix et nos actions quotidiennes peuvent contribuer de manière significative à un avenir durable.



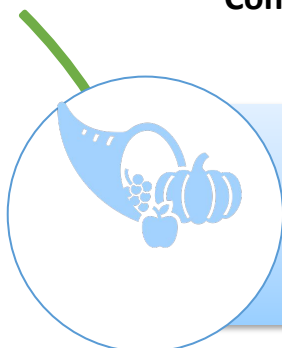
Le pacte vert pour l'Europe

Domaine d'action – TRANSPORT

- Actuellement, les transports représentent 25 % des émissions de gaz à effet de serre de l'UE. Il s'agit du **transport de personnes** et de **marchandises**.
- Pour parvenir à la neutralité climatique, une réduction de 90 % des émissions dues aux transports est nécessaire d'ici à 2050.
- Le pacte vert vise à soutenir des alternatives abordables, accessibles, plus saines et plus vertes pour le transport des personnes. Il vise à soutenir le passage au transport ferroviaire et maritime, y compris le transport fluvial à courte distance pour les marchandises.

Le pacte vert pour l'Europe pourrait vous toucher de manière significative en favorisant l'assainissement de l'air et de l'eau, ainsi qu'un environnement plus sain, ce qui se traduirait par une amélioration du bien-être général. Il vise à faire de l'Europe le premier continent climatiquement neutre d'ici à 2050, ce qui pourrait se traduire par des réglementations environnementales plus strictes ayant un impact sur les entreprises comme sur les consommateurs. On pourrait assister à une augmentation du nombre d'emplois et d'industries écologiques, mais aussi à une hausse potentielle des coûts des biens et services qui ne sont pas respectueux de l'environnement.

Comment faire changer les choses?



Acheter local - Essayez de minimiser les émissions de gaz en utilisant, autant que possible, des matériaux et des produits d'origine locale, ou des marchandises transportées de manière durable. Cela deviendra plus facile avec le temps, car le Green Deal vise également à rendre l'impact environnemental des produits plus transparent, afin que vous puissiez prendre des décisions en connaissance de cause.



Transport intelligent - Réfléchissez à votre façon de vous déplacer. Pouvez-vous marcher, faire du vélo ou utiliser les transports publics plus souvent ? Chaque trajet en voiture que vous évitez contribue à réduire les émissions.

Le saviez-vous ?

Tout matériel ou produit que vous utilisez, de votre téléphone à vos chaussures de sport, a parcouru une certaine distance pour arriver jusqu'à vous. Plus il vient de loin, plus les émissions de gaz sont importantes.

Le pacte vert pour l'Europe

Domaine d'action – L' ÉNERGIE

La façon dont nous produisons et utilisons l'énergie représente **plus de 75 % des émissions de gaz à effet de serre de l'UE**. Il est donc **essentiel de décarboniser le système énergétique de l'UE** pour atteindre la neutralité carbone d'ici à 2050.

Le saviez-vous?

Le Danemark montre l'exemple de l'adoption rapide des sources d'énergie renouvelables. Ce pays produit plus de 50 % de son électricité grâce à l'énergie éolienne et solaire.

Comment faire changer les choses?



Choisir les énergies renouvelables Vous devez tenir compte de la manière dont l'énergie que vous utilisez est produite. Idéalement, **essayez d'utiliser de l'énergie provenant de sources renouvelables** : énergie solaire et éolienne, énergie hydraulique (exploitation de la puissance de l'eau en mouvement), énergie géothermique (exploitation de la chaleur provenant du noyau de la Terre), énergie biomasse (énergie dérivée de la combustion de restes de plantes).



Énergie: Appareils intelligents - Équipez vos installations d'appareils intelligents conçus pour économiser de l'énergie et être plus efficaces. Cela permet non seulement de réduire votre empreinte carbone, mais aussi d'économiser de l'argent sur les factures d'énergie.



L'efficacité énergétique au quotidien - Les petits gestes sont souvent sous-estimés. Soyez plus attentif à vos habitudes de consommation d'énergie. Vous pouvez par exemple éteindre les lumières lorsque vous quittez une pièce ou débrancher les appareils lorsque vous ne les utilisez pas.



Le pacte vert pour l'Europe

Domaine d'action – LA CONSTRUCTION

La construction, l'utilisation et la rénovation des bâtiments représentent 40 % de l'énergie utilisée dans l'UE. De plus, le secteur de la construction utilise des ressources minérales ou non renouvelables telles que le sable, le gravier et le ciment. D'autre part, le transport de ces ressources de leur site d'extraction au site de construction génère des émissions de gaz.

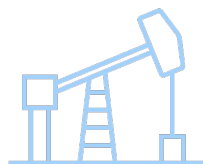
Inutile de préciser que les débris laissés par les chantiers de construction génèrent des déchets et de la pollution.

Le saviez-vous?

Le béton de chanvre est une alternative durable au béton traditionnel. Il est fabriqué à partir de fibres de chanvre, de chaux et d'eau.

Les avantages de ce matériau respectueux de l'environnement sont non seulement une empreinte carbone plus faible, mais aussi une excellente isolation, qui réduit considérablement la consommation d'énergie pour le chauffage et la climatisation.

Comment faire changer les choses?



Valeur patrimoniale - Dans le contexte de la crise environnementale actuelle, *la préservation et la réutilisation des bâtiments anciens* n'est plus un acte de révérence au passé, mais *une utilisation rationnelle des ressources existantes*.



Inspiration locale - Essayez de vous inspirer des matériaux et des formes des bâtiments locaux traditionnels, car ils sont probablement les mieux conçus, adaptés à la région et au climat, et perfectionnés par les communautés locales sur de longues périodes.

Le pacte vert pour l'Europe

Domaine d'action – ALIMENTATION

Le lien entre des personnes en bonne santé, des sociétés en bonne santé et une planète saine place les systèmes alimentaires durables au cœur du pacte vert pour l'Europe.

C'est pourquoi la stratégie "**de la ferme à la table**" de l'UE est l'un des éléments les plus importants du pacte vert. Elle vise à réduire de moitié l'utilisation des pesticides, de 20 % celle des engrais et à augmenter l'agriculture biologique à 25 % dans les terres agricoles d'ici à 2030. Cette stratégie change la donne en transformant la manière dont les aliments sont produits, vendus et consommés dans l'UE afin de les rendre plus sains pour les personnes et la planète.

Comment faire changer les choses?



Essayez d'acheter des aliments d'origine locale, car cela minimise l'impact du transport sur l'environnement et aide les agriculteurs locaux et les membres de la communauté locale.



Essayez d'acheter des aliments **provenant d'exploitations agricoles durables et respectueuses de l'environnement**.



Essayez de cuisiner avec des ingrédients de saison, cultivés localement, car ce sont probablement les meilleures options que la Nature a trouvées pour cette région et ce climat particuliers.



Essayer de **produire le moins de déchets possible** et élaborer un plan de réutilisation des déchets générés (par exemple, sous forme de compost).

Le saviez-vous?

Dans le monde entier, on observe une évolution notable vers des régimes à base de plantes, tandis que l'Europe connaît une croissance fascinante des produits alimentaires à base d'algues. Les consommateurs optent de plus en plus pour des substituts à la viande, disponibles dans une grande variété de supermarchés et de restaurants. Les algues, connues pour leur respect de l'environnement et leurs bienfaits pour la santé, apparaissent comme un choix populaire dans ce contexte.

Le pacte vert pour l'Europe

Domaine d'action– L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

La consommation mondiale de matériaux, qu'il s'agisse de la **biomasse** (matière organique provenant des plantes et des animaux) ou des **ressources non renouvelables** (telles que les combustibles fossiles, les métaux et les minéraux), ne cesse d'augmenter, tout comme les déchets qu'elle génère chaque année.

L'extraction de ces ressources limitées que nous utilisons une fois et que nous jetons ensuite est irresponsable et irrationnelle. En fait, la moitié des émissions totales de gaz à effet de serre et plus de 90 % de la perte de biodiversité et du stress hydrique sont attribués à l'extraction et à la transformation des ressources. Il est clair que le modèle traditionnel "prendre-faire-utiliser-jeter" ne fonctionne pas.

Le saviez-vous?

Saviez-vous que l'initiative de l'UE en faveur d'une norme de charge universelle a entraîné des changements majeurs dans le secteur de l'électronique ? Par exemple, Apple Inc. connu pour ses chargeurs Lightning uniques, est en train de passer au modèle Type-C pour tous ses appareils. Cette évolution vers un type de chargeur universel simplifie les choses non seulement pour les consommateurs, mais réduit aussi considérablement les déchets électroniques.

Comment faire changer les choses?



Soutenir les produits durables - Choisissez des produits conçus pour une longue durée de vie, qui peuvent être facilement réparés, améliorés ou recyclés. Lors de vos achats, privilégiez la qualité et la durabilité à la quantité. Vous pouvez également soutenir les produits ayant un pourcentage élevé de contenu recyclé et encourager les autres à faire de même.



Réduire, réutiliser, recycler- Évitez les articles à usage unique et les produits conçus pour une courte durée de vie. Réduisez ce que vous achetez, réutilisez ce que vous pouvez et recyclez le reste.



Louez au lieu d'acheter - Explorez et utilisez des services qui vous permettent d'emprunter, de louer ou de partager des produits au lieu de les posséder, ce qui réduit la demande globale de nouveaux produits.

Le pacte vert pour l'Europe

Domaine d'action – BIODIVERSITÉ

Les mers, les océans et l'environnement de l'Europe sont une source de richesse naturelle et économique pour l'Europe. Ce pilier du pacte vert comprend la protection de notre biodiversité et de nos écosystèmes, la réduction de la pollution de l'air, de l'eau et du sol, la transition vers une économie circulaire, l'amélioration de la gestion des déchets et la garantie de la durabilité de nos secteurs de l'économie bleue et de la pêche.

Le saviez-vous?

Les abeilles sont responsables de la pollinisation d'environ 75 % des cultures vivrières que nous consommons. Sans elles, un grand nombre de fruits, de légumes et de noix dont nous dépendons pour notre alimentation quotidienne ne pourraient pas se reproduire. Le déclin des populations d'abeilles est principalement dû aux activités humaines telles que la perte d'habitat, l'agriculture intensive et l'utilisation de pesticides.

Comment faire changer les choses?



Efforts de conservation - Participez à des projets de conservation locaux visant à protéger les habitats et les espèces, ou soutenez-les. Il peut s'agir de participer bénévolement à des campagnes de nettoyage, à des activités de plantation d'arbres ou à des enquêtes sur la faune et la flore.



Voyager de manière responsable - Lorsque vous voyagez, choisissez des options respectueuses de l'environnement et respectez les habitats naturels et la faune. Évitez les activités qui nuisent à l'environnement ou qui contribuent à la destruction des habitats. Par exemple, évitez d'explorer les zones naturelles avec des véhicules motorisés.



Des principes à la pratique: Applications concrètes du Green Deal européen

04

Des principes à la pratique:

Applications concrètes du pacte vert pour l'Europe

Après avoir exploré les différentes facettes et les objectifs du **Green Deal européen**, il est clair que cette initiative ambitieuse est plus qu'un simple cadre politique - **c'est un appel à l'action pour un changement transformateur dans tous les secteurs.**

La véritable mesure du succès du GDE réside dans sa mise en œuvre pratique, où les principes rencontrent les applications du monde réel.

C'est ici que nous nous concentrons sur des études de cas inspirantes d'entreprises et d'organisations du monde entier qui ont intégré avec succès le développement durable dans leurs pratiques, produits et services de base. Ces exemples servent non seulement de témoignage de ce qui a déjà été réalisé, mais aussi de source d'inspiration et d'orientation pour ceux qui souhaitent s'engager sur la même voie de la transformation durable.



Mode

International

DEPOP



DEPOP est une marketplace qui permet aux utilisateurs d'acheter et de vendre des articles de mode et de *lifestyle* de seconde main.

Les utilisateurs peuvent créer leurs propres vitrines virtuelles, où ils peuvent vendre des articles tels que des vêtements, des accessoires, des chaussures, des produits de beauté et de la décoration d'intérieur.

DEPOP propose également des ressources et des formations sur la mode durable et encourage les utilisateurs à réparer et à recycler leurs articles pour prolonger leur durée de vie.

Pour plus d'informations:
<https://www.depop.com/>

DEPOP

L'objectif principal de DEPOP est de changer notre façon d'acheter, en faisant en sorte que les vêtements qui existent déjà continuent de passer d'une personne à l'autre. L'entreprise prend des mesures pour promouvoir une industrie de la mode plus circulaire et mettre la mode circulaire à la portée d'un plus grand nombre de personnes. DEPOP encourage les utilisateurs à réparer et à recycler leurs articles pour prolonger leur durée de vie, réduisant ainsi le besoin de nouveaux produits et les émissions associées.

L'entreprise a élaboré un plan de développement durable pour 2021-2022 qui sert de lignes directrices pour tous les changements et améliorations à apporter dans ce domaine. Ce document est accessible à tous sur le site web et l'entreprise publie également une mise à jour annuelle de ses progrès. Par rapport à d'autres marketplaces d'occasion, l'entreprise s'est fortement engagée en faveur de la durabilité et d'une mode à faible émission de carbone et met en œuvre trois actions principales pour atteindre cet objectif.

Atteindre la neutralité carbone

Pour réduire son empreinte carbone, DEPOP investit dans des sources d'énergie renouvelable et s'engage à s'approvisionner à 100 % en énergie renouvelable pour ses bureaux et ses centres de données d'ici à 2022. Il met également en œuvre des pratiques d'efficacité énergétique dans ses bureaux et encourage les vendeurs à utiliser des méthodes d'expédition durables et des matériaux d'emballage respectueux de l'environnement.

DEPOP s'est associé à Carbon Trust pour compenser ses émissions de carbone restantes en investissant dans des projets d'énergie renouvelable et de réduction des émissions de carbone.

Préférence systématique pour la mode circulaire ou la mode fabriquée de manière responsable pour les collaborations

Depop s'associe à des marques et à des vendeurs pour proposer des collections circulaires à leur communauté. L'entreprise s'associe également à la télévision et aux industries du divertissement pour faire connaître la mode circulaire à un large public, contribuant ainsi à normaliser la seconde main dans la culture populaire.

Fournir des ressources éducatives et des opportunités de mentorat pour aider les entrepreneurs, les créatifs ou les petites entreprises issus de groupes sous-représentés à développer leurs activités de manière durable.

Le programme de mentorat Now/Next se concentre sur le soutien et l'accélération des efforts durables de la communauté. Il existe un programme dédié aux entreprises qui souhaitent intégrer la circularité à leur projet et un autre pour les projets à plus petite échelle.

L'engagement de DEPOP en faveur du développement durable est transversal et s'étend à tous les domaines de l'entreprise. L'objectif premier de l'entreprise est d'éduquer les clients et de leur donner les moyens de faire des choix plus durables lors de l'achat et de la vente d'articles d'occasion. DEPOP encourage les utilisateurs à réparer et à recycler leurs articles pour prolonger leur durée de vie, réduisant ainsi le besoin de nouveaux produits et les émissions associées. La plateforme promeut également des pratiques d'expédition durables et encourage les vendeurs à utiliser des matériaux d'emballage respectueux de l'environnement.

Les employés de DEPOP sont également concernés par les efforts de durabilité de l'entreprise, car la durabilité est intégrée dans la culture de l'entreprise et constitue une considération clé dans les processus de prise de décision. L'objectif est d'intégrer formellement le développement durable et l'équité, la diversité et l'inclusion (EDI) dans les objectifs de l'équipe de direction, les efforts de formation et les départements clés si nécessaire. DEPOP fournit des formations et des ressources éducatives à ses employés afin de promouvoir des pratiques et des comportements durables. Cela comprend des ateliers et des présentations sur des sujets liés au développement durable, tels que la réduction des déchets, l'efficacité énergétique et l'approvisionnement durable.

UNILEVER



Unilever est une entreprise multinationale de biens de consommation qui propose une large gamme de produits, notamment des aliments et des boissons, des produits de nettoyage, des produits de beauté et de soins personnels.

Elle a mis en œuvre diverses actions en faveur de la transition écologique. Elle s'est engagée à réduire à zéro les émissions nettes de ses produits d'ici à 2039 et à rendre ses activités neutres en carbone d'ici à 2030. Unilever se concentre sur la réduction des émissions de gaz à effet de serre, l'amélioration de l'efficacité de l'eau, l'approvisionnement en ingrédients durables et la promotion du recyclage et de la réduction des déchets dans l'ensemble de ses activités.

Bien de consommation International

L'engagement d'Unilever en faveur d'un avenir plus vert est le fruit d'une combinaison entre la direction et le département dédié à la responsabilité sociale des entreprises (RSE). Leurs efforts impliquent une collaboration entre les départements et l'engagement des employés à tous les niveaux.

La transition verte d'Unilever a commencé par une évaluation interne de son impact sur l'environnement au moyen d'audits approfondis, y compris la mesure de son empreinte carbone. Au-delà des opérations internes, l'entreprise a évalué l'impact de ses fournisseurs et de ses clients afin d'évaluer l'ensemble de sa chaîne de valeur et d'identifier les domaines à améliorer.

Ces efforts de transition verte déployés par Unilever ont une influence positive sur les différentes parties prenantes. Les clients sont incités à faire des choix plus durables, les employés s'engagent activement dans des pratiques durables, les fournisseurs sont encouragés à adopter des approches plus écologiques et les communautés locales bénéficient des initiatives environnementales.

Unilever adopte une approche interne pour intégrer les changements dans la structure de l'entreprise et dans l'état d'esprit des employés. Elle propose des formations et des ateliers pour sensibiliser au développement durable, encourager l'engagement des employés dans des initiatives environnementales et intégrer des pratiques durables dans son style de gestion. Elle a établi un Plan pour un Mode de vie Durable avec des objectifs spécifiques pour guider l'intégration de la durabilité dans ses produits, ses opérations et sa culture.

Pour soutenir sa transition écologique et ses objectifs de développement durable, Unilever utilise une série de mesures :

Unilever a élaboré un Plan pour un Mode de vie Durable qui décrit ses engagements et ses objectifs dans des domaines clés tels que le changement climatique, la gestion de l'eau, la réduction des déchets et l'approvisionnement durable. Ce plan sert de feuille de route pour ses efforts en matière de développement durable.

Unilever met en œuvre des pratiques de développement durable au sein de sa chaîne d'approvisionnement en imposant des exigences strictes à ses fournisseurs, notamment en matière de normes environnementales, d'approvisionnement éthique et de pratiques de fabrication responsables. Les fournisseurs qui ne se conforment pas à ces exigences s'exposent à des conséquences telles que la résiliation du contrat ou la perte d'opportunités commerciales.

L'engagement des employés est encouragé par le biais d'ateliers, de programmes de formation et de canaux de communication interne. L'entreprise sensibilise les employés aux questions de développement durable, leur fournit des conseils sur les pratiques durables et les encourage à proposer des idées et des initiatives qui soutiennent la transition écologique de l'entreprise.

Par son style de gestion, Unilever intègre le développement durable dans les processus de prise de décision, les évaluations des performances et les incitations pour les employés. L'entreprise encourage la réflexion et le comportement durables dans l'ensemble de l'organisation, dans le but de les intégrer dans la culture de l'entreprise.

Unilever se concentre sur le développement de produits ayant un impact réduit sur l'environnement. L'entreprise investit dans la recherche et le développement pour créer des innovations durables, telles que des formules concentrées qui nécessitent moins d'emballage, des matériaux recyclables et des ingrédients respectueux de l'environnement. Elle s'efforce également de minimiser l'utilisation de produits chimiques nocifs.

CABARET VERT

Culture

France



"Le Cabaret Vert est un festival de musique qui a lieu chaque année à Charleville-Mézières, une ville située dans le nord-est de la France. Le festival existe depuis 2005 et est devenu l'un des événements musicaux les plus populaires du pays.

Les organisateurs ont mis en œuvre un certain nombre de stratégies pour minimiser son impact sur l'environnement, et le festival a été reconnu pour ses efforts en matière de développement durable et a reçu le prestigieux prix "Greener Festival Award" plusieurs années de suite.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur - <https://cabaretvert.com/>

CABARET VERT

Le festival a été fondé par un groupe d'amis passionnés de musique et désireux de créer un nouvel événement culturel dans leur ville. À l'origine, le festival ne durait qu'une journée et attirait environ 4 000 participants, avec une programmation composée essentiellement de musiciens locaux et régionaux. Aujourd'hui, le festival Cabaret Vert est un événement de quatre jours qui a lieu chaque année au mois d'août et qui attire environ 100 000 personnes.

Le festival s'est également fait connaître pour son **engagement en faveur du développement durable et de la responsabilité environnementale** et a reçu plusieurs prix pour ses efforts visant à réduire son impact sur l'environnement. Les organisateurs du festival Cabaret Vert ont commencé à mettre en œuvre des mesures de développement durable au début des années 2010 en réponse aux préoccupations croissantes concernant l'impact environnemental des festivals de musique, notamment les émissions de carbone associées au transport et à la consommation d'énergie, ainsi que les déchets générés par les grandes foules. Ces mesures étaient également motivées par le désir de servir de modèle à d'autres événements et organisations de la région. Les efforts du festival en matière de développement durable ont été récompensés par plusieurs prix et certifications, notamment la certification ISO 20121 pour la gestion durable des événements et le label écologique européen pour les événements verts.

Le festival Cabaret Vert a mis en œuvre un large éventail de mesures pour promouvoir le développement durable, notamment une charte ou feuille de route détaillant 12 actions et objectifs ambitieux à atteindre d'ici 2025, qui sert de document d'orientation pour les efforts du festival en matière de développement durable. Il existe également une **stratégie spécifique de réduction des émissions de carbone** qui a débuté en 2022 avec l'établissement d'un bilan carbone de l'édition 2022 afin d'identifier les principaux défis, risques et opportunités de la stratégie. Le plan d'action 2023-2027 qui suit fixe des objectifs et des trajectoires compatibles avec l'objectif de limiter le réchauffement climatique à 2°C convenu par l'Accord de Paris en 2015.

Voici quelques exemples d'initiatives durables mises en œuvre par le festival qui contribuent à atteindre l'objectif "zéro carbone" :

Plan de gestion des déchets pour minimiser les déchets et maximiser le recyclage. Le festival met à disposition des bacs de recyclage et encourage les participants à apporter leurs propres bouteilles et gobelets réutilisables afin de réduire l'utilisation d'articles jetables.

Collaboration avec des artistes et des organisations locales pour **réutiliser et réaffecter les matériaux** utilisés pendant le festival. Par exemple, les bannières usagées sont transformées en sacs et les vieilles clôtures sont transformées en meubles.

Des actions en faveur de la biodiversité locale, telles que laisser une partie du sol à l'état naturel sans l'arroser, le tondre, le fertiliser ou planter des graines pendant une partie de l'année.

Les aliments et les boissons proviennent de sources locales, ce qui permet de réduire les émissions de carbone liées au transport et de soutenir les producteurs locaux.

Des sources d'énergie verte telles que des panneaux solaires et des éoliennes pour alimenter ses opérations. L'empreinte carbone et sa dépendance à l'égard des combustibles fossiles sont ainsi réduites.

Les modes de transport durables tels que les transports publics, le vélo ou la marche sont encouragés. Des navettes et des parkings à vélos sécurisés sont également proposés.

Pour avoir un impact plus important, le festival participe également à des campagnes nationales, comme la campagne **Drastic on Plastic** qui rassemble et accompagne plus d'une centaine de festivals français souhaitant dire non au plastique jetable et à usage unique. Ils font également partie de réseaux européens pour diffuser et améliorer les bonnes pratiques, comme le **projet européen DECARB-ON !** qui vise à expérimenter et à partager des pistes concrètes et inspirantes pour la décarbonisation des grands festivals.

Culture

France

151111
5555

CHARTRE DU JOURNALISME



L'initiative "Charte pour un journalisme à la hauteur des enjeux écologiques" (ou "Upgrading journalistic practices to tackle the ecological emergency") est une charte pour un journalisme responsable sur les questions environnementales qui comprend 15 engagements que les organisations de médias peuvent adopter pour intégrer les questions environnementales dans leurs reportages et leurs activités.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur - <https://chartejournalismeecologie.fr/la-charte/>

CHARTRE DU JOURNALISME

En mars 2022, le média Vert.eco a lancé l'idée d'un "manifeste pour une écologie des médias". Partant du constat que les Français sont mal informés sur le climat et que cette désinformation empêche la prise de conscience et l'action climatique, l'idée est de trouver un moyen de réconcilier les citoyens avec les journalistes et les médias dans une démarche qui associe les questions liées au climat, au vivant et à la justice sociale. Il s'agit également de réunir des acteurs des médias, de la société civile et des scientifiques.

La charte issue de cette idée initiale promeut des pratiques journalistiques responsables axées sur les questions environnementales et l'urgence d'une transition verte. Elle souligne **l'importance de couvrir tous les sujets liés au climat, à la biodiversité et à la justice sociale de manière interdisciplinaire, y compris en informant sur les solutions réelles, mais aussi la transparence, l'indépendance, la vérification des faits et l'approche scientifique, la coopération, l'approche éducative et la formation continue en journalisme** pour aborder pleinement ces questions.

Il convient de noter que l'initiative est volontaire et qu'il n'y a pas de mesures coercitives ou de sanctions en cas de non-respect des engagements. Cependant, en signant la charte, les médias s'engagent publiquement à modifier leurs pratiques journalistiques et à promouvoir des pratiques durables.

La charte a été signée par un nombre impressionnant de comités de rédaction, de sociétés de production, de syndicats, d'associations et de collectifs de journalistes, d'écoles de journalisme et de centres de formation, ainsi que par plus de 1 500 journalistes à titre individuel. Outre ces organisations de médias, la charte a également été approuvée par un certain nombre d'experts et de scientifiques, ainsi que par des membres de la société civile.

Voici trois exemples d'articles inclus dans la charte qui montrent qu'il s'agit d'une initiative très importante qui contribuera à l'objectif de l'Union européenne en matière de faibles émissions de carbone. Parmi l'audience et la visibilité dont disposent les médias, leur rôle d'éducation et d'information est central et ne peut être négligé.

Couvrir tous les sujets liés au climat, à la biodiversité et à la justice sociale de manière interdisciplinaire. Ces thèmes sont étroitement liés. L'écologie ne peut plus se limiter à une rubrique distincte ; elle doit devenir un prisme à travers lequel les sujets sont abordés.

Se préparer à un journalisme "à faible émission de carbone".

Réduire l'empreinte carbone des activités journalistiques en utilisant des outils et des moyens plus respectueux de l'environnement, sans pour autant renoncer au travail de terrain nécessaire. Encourager les rédactions à faire appel à des journalistes locaux dans la mesure du possible.

Élargir le champ d'action.

S'abstenir d'appeler uniquement les individus à la responsabilité et à l'action et considérer les bouleversements comme un problème systémique nécessitant des réponses politiques.

En tant que journaliste ou représentant des médias, vous pouvez signer cette charte directement en ligne :



Cette initiative concerne principalement les médias français, mais des initiatives similaires existent ailleurs :

- International: <https://coveringclimatenow.org/>
- Allemagne: <https://klimajournalismus.de/charta/>

BEYOND MEAT

Bien de consommation

International

Beyond Meat est un producteur de substituts de viande à base de plantes basé à Los Angeles.

"NOUS PENSONS QU'IL EXISTE UNE MEILLEURE FAÇON DE NOURRIR NOTRE AVENIR. En passant de la viande animale à la viande végétale, nous pouvons influencer positivement sur des problèmes mondiaux de plus en plus importants tels que les contraintes pesant sur les ressources naturelles et le bien-être des animaux."

Pour plus d'informations, rendez-vous sur <https://www.beyondmeat.com/fr-FR/mission>

BEYOND MEAT

L'entreprise a été fondée avec pour mission de s'attaquer à quatre problèmes mondiaux : **la santé humaine, le changement climatique, les contraintes pesant sur les ressources naturelles et le bien-être des animaux**. Dès le départ, Beyond Meat a utilisé une approche d'analyse du cycle de vie pour comprendre et minimiser l'impact environnemental de ses produits.

Les initiatives environnementales de Beyond Meat ont un impact sur un large éventail de parties prenantes, notamment les consommateurs qui consomment ses produits, les détaillants qui les vendent et la communauté mondiale dans son ensemble qui bénéficie de la réduction des émissions de gaz à effet de serre. L'engagement en faveur de la durabilité environnementale est porté par les dirigeants de l'entreprise et est au cœur de sa stratégie commerciale. L'entreprise mène également des activités de recherche et de développement afin d'améliorer encore l'empreinte environnementale de ses produits.

Le modèle d'entreprise et l'objectif de Beyond Meat, qui consiste à produire des substituts de viande à base de plantes, est en soi une initiative écologique. La production traditionnelle de viande contribue de manière significative aux émissions de gaz à effet de serre. En créant des substituts savoureux à base de plantes, Beyond Meat vise à réduire l'impact environnemental de l'industrie alimentaire.

Ligne de production - ces dernières années, BM a progressé, élargissant son champ d'action au-delà des produits pour y intégrer le fonctionnement de l'entreprise. L'objectif est non seulement de créer les produits les plus durables, mais aussi de produire de la manière la plus durable possible :

- Emballage durable
- Efficacité opérationnelle (gestion de l'eau et de l'énergie, gestion des déchets, installations certifiées "bâtiment vert")

Partenariats communautaires stratégiques - BM s'engage dans une variété de partenariats à impact social pour faire avancer leurs objectifs communs (environnement, social et gouvernance) et soutenir l'identification de nouveaux marchés, produits et bases de consommateurs.

Selon une analyse du cycle de vie réalisée par l'université du Michigan, le Beyond Burger de Beyond Meat génère 90 % d'émissions de gaz à effet de serre en moins, nécessite 46 % d'énergie en moins et a 99 % d'impact en moins sur la pénurie d'eau qu'un hamburger traditionnel au bœuf.

BM a également une approche interne forte pour intégrer les changements durables, en impliquant les employés dans le processus, via des enquêtes, une stratégie d'intégration, des principes de diversité et d'inclusion, et des programmes de formation technique et de gestion : **"Nous reconnaissons que si notre organisation veut relever les défis mondiaux auxquels nous sommes confrontés, nous devons commencer par impliquer nos employés".**

BM s'engage à faire preuve de transparence et à rendre compte de l'impact de sa production et des progrès réalisés : <https://investors.beyondmeat.com/esg/>

Mode

International

PATAGONIA

Patagonia est une marque de vêtements et d'équipements de plein air qui promeut activement la conservation et la durabilité de l'environnement par des pratiques telles que l'utilisation de matériaux recyclés, la défense de la protection des terres publiques et le soutien à l'activisme local.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur <https://eu.patagonia.com/fr/fr/activism/>

PATAGONIA

L'engagement de Patagonia en faveur de la responsabilité environnementale et de la durabilité a commencé avec son fondateur, **Yvon Chouinard**, qui était un fervent adepte des activités de plein air et de la protection de l'environnement. Son amour du plein air et son expérience directe de l'impact des activités humaines sur l'environnement ont façonné les valeurs fondamentales et l'approche commerciale de l'entreprise. C'est ainsi que Patagonia a adopté très tôt des pratiques respectueuses de l'environnement, bien avant que la RSE ne devienne une pratique commerciale courante.

Le parcours de Patagonia vers le développement durable a commencé avec sa décision d'utiliser du coton biologique en 1996, après avoir pris conscience de l'impact environnemental du coton cultivé de manière conventionnelle. Cette décision a marqué le début de l'attention portée par l'entreprise à l'évaluation de l'empreinte environnementale de ses activités, de ses matériaux et de sa chaîne d'approvisionnement.

Au fil des ans, Patagonia a élargi ses initiatives en matière de développement durable et mené diverses évaluations pour mesurer et réduire son impact sur l'environnement, ce qui contribue à atteindre l'objectif "zéro carbone".

Privilégier les matériaux et les chaînes d'approvisionnement durables et à faible impact, tels que le polyester recyclé, le coton biologique et le duvet d'origine responsable.

Mise en œuvre de mesures d'économie d'énergie pour améliorer l'efficacité énergétique, telles que l'incorporation d'un éclairage et de systèmes de chauffage, de refroidissement et de ventilation efficaces sur le plan énergétique.

Réduire les émissions de carbone en investissant dans des projets qui contribuent à réduire ou à éliminer les gaz à effet de serre de l'atmosphère, tels que la reforestation ou le captage du méthane.

Investir dans des solutions d'énergie renouvelable pour alimenter leurs installations et leurs magasins. Ils participent à des programmes tels que le *Green Power Partnership* (FR: le partenariat pour l'énergie verte) de l'EPA et s'efforcent d'augmenter la part des énergies renouvelables dans leur consommation globale d'énergie.

Soutenir les organisations environnementales locales par le biais du programme "1% pour la planète". Cela permet d'encourager l'action en faveur du climat et de sensibiliser à l'importance de la réduction des émissions de carbone.

Analyses de l'empreinte carbone, des émissions directes (sources appartenant à l'entreprise ou contrôlées par elle) et indirectes (activités en amont et en aval de la chaîne de valeur).

"Depuis 1996, tout le coton vierge de notre ligne a été cultivé de manière biologique, sans utilisation de produits chimiques nocifs (et nous fabriquons également des vêtements avec du coton recyclé). En utilisant du coton biologique, nous économisons de l'eau et réduisons les émissions de CO₂ de 45 % par rapport au coton conventionnel."

L'engagement environnemental de Patagonia a un impact sur tout le monde, des fournisseurs aux consommateurs en passant par les employés.

Les fournisseurs sont tenus d'adhérer à des normes environnementales et sociales strictes, ce qui permet d'améliorer les conditions de travail, les pratiques environnementales et la durabilité globale.

Les employés sont encouragés à adhérer aux valeurs de l'entreprise. Des "journées de l'environnement" sont organisées pour tous les nouveaux employés, des possibilités d'apprentissage sont offertes (sur le thème du zéro déchet, de l'empreinte carbone, de la semaine du vélo au travail, etc.) et ils sont encouragés à se porter volontaires pour des causes environnementales.

SEPHORA



Sephora est une multinationale qui vend au détail des produits de soins personnels et de beauté. La principale pratique mise en œuvre pour soutenir la transition écologique est la réduction de la consommation d'énergie par la recherche d'alternatives à l'électricité traditionnelle. L'entreprise utilise également des ingrédients plus sûrs pour ses produits et conçoit des emballages éco-efficaces.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur <https://www.sephora.fr/>

Beauté

International

SEPHORA

Sephora cherche à réduire de 50 % l'empreinte carbone de ses magasins, de son siège social et de ses centres de distribution d'ici à 2026, à s'approvisionner de manière plus responsable en matériaux et à réduire, réutiliser et recycler autant que possible.

Faire partie de réseaux spécifiques tels que le <i>Green Power Partner</i> de l'EPA, un programme volontaire qui encourage les organisations à chercher des alternatives à l'électricité .	Mise en œuvre de solutions d'économie d'énergie dans les magasins et les installations du monde entier : ils ont atteint 100 % d'énergie renouvelable en France, en Italie, au Portugal, en Espagne et aux États-Unis.	Vérifier les performances éthiques, sociales et environnementales des fournisseurs avant de travailler avec eux.
Des emballages naturels, sûrs, vegans, recyclables et éco-conçus - plus de 25 % des ventes en Europe et aux États-Unis font partie de cette sélection.	La solution " Take-back " pour les emballages vides de produits de beauté a démarré en France en 2016 et se développe à l'échelle mondiale (chaque année, plus d'un million de produits sont détournés des déchets).	Une réduction de 14 % des produits contenant des substances chimiques jugées problématiques par les clients et les organisations de protection de l'environnement et de la santé.

Toutes ces actions ont été imposées par la direction et ont été mises en œuvre au niveau international, dans la plupart des installations (magasins, centres de distribution, bureaux, etc.) et à tous les niveaux/aspects de l'entreprise : architecture, exploitation des magasins, logistique, produits, etc.

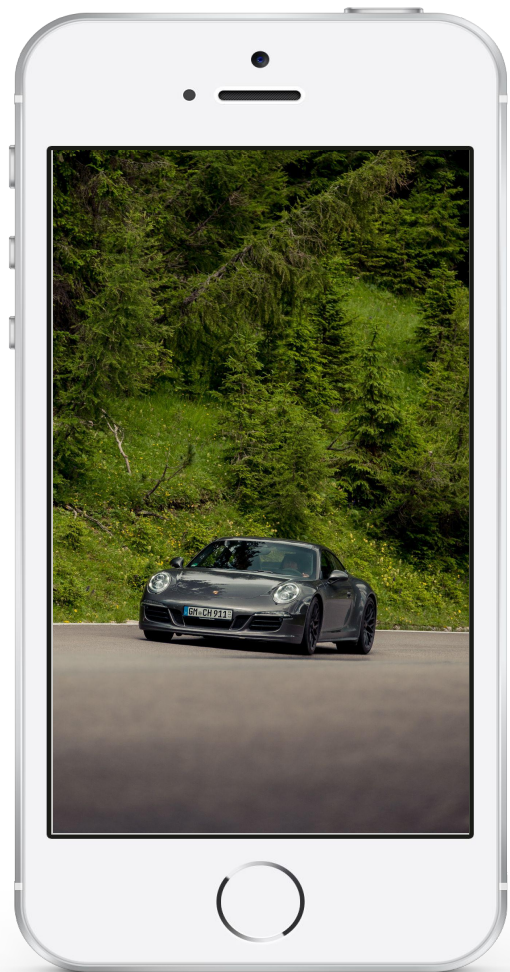
Outre leur impact positif sur l'environnement, ces mesures ont un impact sur les clients, car elles ont favorisé la transparence en augmentant le nombre de produits comportant des informations sur les ingrédients (de 15 %) et en utilisant des ingrédients de substitution plus sûrs pour leurs produits. Elles améliorent également la vie des travailleurs en améliorant la durabilité et la sécurité du produit. Ces mesures sont inscrites dans la charte "Sephora Public" sur la politique chimique.

Il y a également des changements indirects dans la structure :

- influencer les entreprises qui font partie de la chaîne d'approvisionnement, puisque 5 % des émissions sont concentrées dans les activités directes des entreprises, alors que 95 % des émissions proviennent de la chaîne d'approvisionnement. Elles contrôlent leurs fournisseurs par l'intermédiaire de la plateforme EDICOM ou de la plateforme Novi (plateformes de transparence de la chaîne d'approvisionnement) ;
- influencer les autres marques de leur portefeuille pour qu'elles soutiennent leurs efforts en matière de développement durable en lançant le programme Clean Planet Positive (engagement climatique, approvisionnement durable, emballage responsable, dons environnementaux).

Mobilité

International



Porsche est un constructeur automobile allemand créé en 1931 par Ferdinand Porsche et spécialisé dans les voitures de sport, les SUV et les berlines de haute performance, dont le siège se trouve à Stuttgart, en Allemagne. L'entreprise a mis en place un ambitieux programme de décarbonisation qui comprend la mise en œuvre de processus de production neutres en CO2 et des travaux sur la production de carburants synthétiques neutres en carbone.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur <https://www.porsche.com/france/>

La société Porsche a élaboré la **stratégie de développement durable 2030** qui met en évidence les principaux défis de l'entreprise dans six domaines d'action stratégiques. L'accord de Paris signé en 2015 par 196 pays, qui vise à réduire les risques et les impacts du changement climatique, a été l'une des principales motivations de cette stratégie. Porsche s'est donc engagée à atteindre les objectifs de protection du climat convenus à Paris.

L'ambitieux programme de décarbonisation a fixé l'objectif de 2030 pour que Porsche parvienne à un bilan neutre en CO2 sur l'ensemble de sa chaîne de valeur. Les sous-objectifs sont les suivants :

1

80 % des voitures Porsche seront équipées de moteurs électriques en 2030.

2

Production de la Taycan neutre en CO2.

3

100% renewable energy for all its production facilities.

4

Une chaîne d'approvisionnement durable - plus de 90 % des fournisseurs de Porsche ont une notation "S-rating"

5

Les cellules de batteries haute tension sont fabriquées à partir d'énergie durable.

6

Utilisation de matériaux recyclés et renouvelables.

La production dans les usines allemandes est déjà neutre en CO2, et des inspections énergétiques régulières ainsi que des ateliers pour les différentes disciplines sont organisés. En outre, Porsche met en œuvre de nombreux projets visant à préserver la biodiversité : les abeilles et de nombreuses espèces animales sauvages vivent en harmonie avec la nature et l'usine, sur les terrains hors route de l'usine.

Le saviez-vous? Même la gastronomie Porsche est plus durable (fruits, légumes et viande d'origine locale, utilisation de l'IA pour réduire la surproduction et le gaspillage alimentaire, amélioration de l'ergonomie des équipements de cuisine).

Ces mesures ont un impact sur l'ensemble des producteurs, qui s'engagent à atteindre l'objectif zéro carbone en sélectionnant leurs fournisseurs qui passent à l'énergie verte certifiée et collaborent avec Porsche pour réduire les émissions de CO2 dans la chaîne d'approvisionnement.

Elles ont également un impact sur les clients et les communautés, qui bénéficieront d'un environnement moins pollué.

De même, la stratégie de développement durable de Porsche a un rôle important à jouer lorsqu'il s'agit de préparer les prochaines générations d'employés :

- se concentrer sur l'avenir en termes de formation de ses travailleurs qualifiés ;
- se concentrer sur les systèmes intelligents et la science des données dans les programmes d'études informatiques ;
- de nouvelles offres numérisées ont évolué pour compléter les méthodes de formation existantes.

Concrètement, Porsche a lancé un format d'apprentissage interne innovant appelé Online Learning Lab en 2021. Ici, jusqu'à 100 employés de Porsche perfectionnent ensemble leur état d'esprit, c'est-à-dire leur façon de penser et leurs attitudes intérieures.

Porsche a lancé une campagne numérique de promotion de la marque employeur intitulée *Sustainable Career* (FR: carrière durable) en 2021. Cette campagne met l'accent sur les employés qui réduisent l'empreinte écologique de l'entreprise de diverses manières.

IKEA



Bien de consommation

International

Ikea a mis en œuvre une série de pratiques durables et d'initiatives en faveur de la transition écologique, notamment l'investissement dans les énergies renouvelables, l'approvisionnement responsable en matériaux, les pratiques de circularité et la conception de magasins et de produits économes en énergie.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur <https://www.ikea.com/fr/fr/this-is-ikea/sustainable-everyday/>

L'entreprise a lancé sa **stratégie de développement durable "People & Planet Positive"**, qui fixe des objectifs ambitieux pour l'entreprise afin de devenir plus durable et d'aider les clients à vivre une vie plus durable à la maison. Elle comprend des objectifs encore plus ambitieux, notamment celui de devenir une entreprise circulaire et climatiquement positive d'ici 2030. Depuis lors, Ikea a continué à mettre en œuvre de nouvelles pratiques et initiatives durables à travers ses opérations, ses produits et sa chaîne d'approvisionnement.

La mise en œuvre par Ikea de pratiques durables et d'initiatives en faveur d'une transition écologique contribue à réduire l'empreinte carbone de l'entreprise et à prolonger la durée d'utilisation des matériaux :

Investissements dans les énergies renouvelables	Adoption de pratiques circulaires telles que la reprise et le recyclage des produits	Approvisionnement en matériaux durables
Magasins et conception de produits économiques en énergie	Utilisation de véhicules électriques pour les livraisons à domicile	Élimination du CO2 par des processus naturels : reboisement, meilleure gestion des forêts et de l'agriculture

En 2015, IKEA a lancé **IKEA Home Solar**, offrant à ses clients la possibilité d'obtenir de **l'énergie renouvelable pour leurs maisons** en installant des panneaux solaires. L'objectif est d'offrir ce service aux clients dans 30 marchés d'ici 2025. En 2018, un essai pilote a été mené au Royaume-Uni, qui a permis à 5 500 clients d'IKEA de passer à l'énergie propre. Les prochaines étapes consisteront à ajouter des services et des avantages, tels que le stockage de l'énergie. Cela signifie que les gens peuvent stocker l'énergie excédentaire et l'utiliser en cas de besoin, ce qui leur permet d'économiser de l'argent sur leurs factures.

IKEA prévoit même d'aller au-delà de sa propre entreprise, avec son objectif de **devenir climatiquement positive et de réduire davantage les émissions de gaz à effet de serre**, elle assumera une responsabilité élargie pour l'empreinte climatique de ses clients, de ses fournisseurs et de ses approvisionnements. Pour ce faire, IKEA prévoit de permettre à ses clients de produire de l'énergie renouvelable à domicile et de convertir l'ensemble des usines ou des activités de ses fournisseurs à l'énergie renouvelable, et pas seulement la partie utilisée pour la production.

Ces changements ont été motivés par une forte volonté de la direction, avec le soutien et **l'implication des employés** de plusieurs départements qui ont proposé des formations sur le développement durable, créé un réseau d'ambassadeurs du développement durable, fixé des objectifs et des mesures de performance en matière de développement durable, encouragé l'engagement des employés dans des initiatives de développement durable et promu une culture d'entreprise qui valorise le développement durable.

Les initiatives d'Ikea en matière de développement durable touchent un large éventail de personnes, notamment ses clients, ses employés, ses fournisseurs, les communautés et la planète. En adoptant ces mesures, Ikea s'efforce de créer un modèle d'entreprise plus durable et plus responsable et de réduire son impact sur l'environnement.

DANONE



Danone est une entreprise multinationale de produits alimentaires qui a fait du développement durable un domaine d'intérêt majeur et a mis en œuvre plusieurs actions et pratiques en vue d'une transition écologique. L'entreprise s'est fixé des objectifs ambitieux pour réduire son impact sur l'environnement et promouvoir des pratiques durables tout au long de sa chaîne de valeur.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur

<https://www.danone.com/fr/about-danone/sustainable-value-creation.html>

L'engagement de Danone en faveur du développement durable et de la transition écologique remonte au début des années 1970, lorsque Antoine Riboud, alors PDG de l'entreprise, a introduit le concept de "responsabilité sociale" dans les activités de l'entreprise. M. Riboud estimait qu'une entreprise devait tenir compte de l'impact de ses activités sur la société et l'environnement, et que le succès d'une entreprise ne devait pas se mesurer uniquement à l'aune de ses performances financières.

Depuis lors, Danone a développé divers programmes et initiatives de développement durable au fil des ans. Récemment, Danone a renouvelé son engagement en faveur du développement durable et a lancé le programme de développement durable "One Planet. One Health", qui fixe des objectifs ambitieux pour réduire l'impact environnemental de l'entreprise et promouvoir des pratiques durables dans l'ensemble de sa chaîne de valeur, grâce à deux axes de travail principaux :

Neutralité carbone atteinte pour l'ensemble de ses émissions de portée 1 et 2, et engagement à devenir neutre en carbone pour l'ensemble de sa chaîne de valeur d'ici 2050.

Pour y parvenir, Danone investit dans les énergies renouvelables, telles que l'énergie éolienne et solaire, et s'engage à s'approvisionner en électricité 100 % renouvelable pour l'ensemble de ses activités d'ici à 2030. L'entreprise a également mis en œuvre plusieurs mesures pour réduire son empreinte carbone, notamment en améliorant l'efficacité énergétique de ses usines et de ses bureaux et en réduisant l'intensité carbone de ses transports.

L'entreprise a mis en place un **programme d'agriculture régénératrice** pour aider ses agriculteurs à adopter des pratiques plus durables et régénératrices et s'est engagée à s'approvisionner à 100 % en électricité renouvelable pour ses activités d'ici à 2030. En outre, l'entreprise prend des mesures pour devenir positive en matière d'eau et a lancé plusieurs initiatives pour promouvoir l'économie circulaire.

Les initiatives de Danone en matière de développement durable et de transition écologique peuvent affecter un large éventail de personnes, y compris les consommateurs et les investisseurs.

L'entreprise propose également des programmes de formation et d'éducation pour sensibiliser aux questions de développement durable et engage les **employés** dans diverses initiatives pour encourager la participation et l'innovation dans les initiatives de développement durable. Danone souligne également l'importance du développement durable dans sa culture et ses valeurs d'entreprise, ce qui contribue à intégrer le développement durable dans les opérations et les processus de prise de décision de l'entreprise.

L'entreprise fixe des objectifs internes et des indicateurs de performance pour suivre les progrès et garantir la responsabilité. Danone estime que ses employés sont les principaux moteurs du changement dans la réalisation de ses objectifs de développement durable et s'efforce de les responsabiliser et de les impliquer dans les efforts de développement durable de l'entreprise.

GOOGLE

Digital

International



Google est une entreprise technologique multinationale américaine spécialisée dans l'intelligence artificielle, la publicité en ligne, la technologie des moteurs de recherche, l'informatique en nuage, les logiciels informatiques, l'informatique quantique, le commerce électronique et l'électronique grand public. Google a mis en œuvre plusieurs actions en faveur d'une transition écologique, notamment en utilisant 100 % d'énergie renouvelable, en améliorant l'efficacité énergétique, en achetant des compensations carbone, en réduisant les déchets et en collaborant avec les fournisseurs pour réduire l'impact sur l'environnement.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur <https://www.google.fr/>

L'engagement de Google en faveur du développement durable et de la transition écologique a commencé par un audit interne de l'impact environnemental et de l'empreinte carbone de l'entreprise. L'entreprise s'est concentrée sur son empreinte carbone (émissions des champs 1 et 2) et a également étendu ses efforts aux fournisseurs et aux clients (émissions du champ 3) afin de promouvoir le développement durable dans l'ensemble de son organisation et de sa clientèle.

Google s'est fixé des objectifs ambitieux et a mis en œuvre une série d'initiatives, telles que l'achat d'énergies renouvelables, l'amélioration de l'efficacité énergétique, l'éducation et l'engagement des employés, afin de réduire son empreinte carbone et de promouvoir le développement durable. Ces actions favorisent la durabilité, réduisent les déchets et diminuent la dépendance à l'égard des combustibles fossiles, qui sont les principaux responsables des émissions de carbone, et sont donc essentielles pour atteindre l'objectif "zéro carbone".

1

Fonctionne avec de l'énergie 100 % renouvelable.

2

Compensation des émissions de carbone.

3

Utiliser des technologies à haut rendement énergétique.

4

Promouvoir une économie circulaire.

5

Encourager le transport durable.

Les efforts de l'entreprise en matière de développement durable sont menés par une équipe dédiée, dont le responsable en chef du développement durable. Les efforts de Google sont également intégrés dans la stratégie commerciale globale de l'entreprise. L'entreprise a reconnu que les pratiques durables peuvent conduire à des économies, à une meilleure fidélisation de la clientèle et à une plus grande satisfaction des employés, entre autres avantages. Par conséquent, Google a **intégré le développement durable dans son modèle d'entreprise, plutôt que de le traiter comme une initiative distincte.**

Les efforts de Google en matière de développement durable touchent ses clients, ses employés, les communautés locales et l'environnement. Les initiatives de l'entreprise en matière de développement durable visent à réduire son impact sur l'environnement, à promouvoir les énergies renouvelables et à créer des opportunités d'emploi dans l'économie verte. Google propose à ses employés une **éducation et une formation au développement durable**, ce qui leur permet de devenir des défenseurs du développement durable au sein de leur équipe et de leur bureau.

Finance

Italie

BANCA ETICA

Banca Etica est une banque coopérative qui fonctionne selon des principes éthiques. Elle promeut une économie socialement responsable et soutient les entreprises, les organisations et les individus qui partagent ses valeurs et financent des projets qui ont un impact positif sur la société et l'environnement, tels que les énergies renouvelables, le commerce équitable et les entreprises sociales.

Pour plus d'informations,
rendez-vous sur
<https://www.bancaetica.it/qui-sommes-nous/>



BANCA ETICA

L'accent mis par la Banca Etica sur la durabilité et la responsabilité sociale est au cœur de sa mission depuis sa création en 1999. La banque utilise les dépôts de ses clients pour financer des projets qui ont un impact positif sur la société et l'environnement, tels que les énergies renouvelables, le commerce équitable et les entreprises sociales, qui **peuvent contribuer à réduire les émissions provenant de l'énergie, de l'agriculture et de l'utilisation des sols.**

La Banca Etica vise également à être transparente dans ses opérations et ses processus de prise de décision et à impliquer ses clients dans la gouvernance de la banque.

La banque a réalisé des audits internes et externes afin d'identifier les domaines à améliorer et a élaboré un plan de développement durable pour guider ses opérations. La Banca Etica a également réalisé une analyse de l'empreinte carbone afin d'évaluer ses propres émissions, ainsi que les émissions liées à ses pratiques de prêt.

Les principaux outils utilisés par la banque pour contribuer à une société à faible émission de carbone sont les suivants :

Soutien financier à des **projets durables et respectueux de l'environnement**, tels que:

- Agriculture biologique et de proximité
- Organisations luttant contre le changement climatique par le biais de l'énergie renouvelable et de l'efficacité, de l'éducation, etc.
- Économie circulaire et protection de l'environnement, y compris le recyclage, la réutilisation, le traitement des eaux usées, etc.

Micro-crédits - petits prêts destinés à soutenir les personnes et l'économie vertueuse, y compris les segments les plus faibles de la population, souvent considérés comme "non-bancaires" parce qu'ils ne présentent pas de garanties suffisantes.

Gamme de produits et de services qui promeuvent la durabilité et la responsabilité sociale, tels que des prêts et des lignes de crédit verts et des fonds d'investissement qui donnent la priorité à la durabilité et à l'impact social.

Les initiatives de Banca Etica en matière de développement durable touchent un large éventail de parties prenantes, notamment les clients, les employés et la communauté au sens large. En finançant des projets durables, la banque contribue à créer des impacts sociaux et environnementaux positifs qui profitent à la société.

La Banca Etica a développé une **approche globale pour intégrer le développement durable dans ses opérations et sa culture**. La banque propose à ses employés des programmes de formation et d'éducation sur des sujets liés au développement durable, notamment le changement climatique, la responsabilité sociale et la finance éthique. La Banca Etica encourage également la participation de ses employés à des initiatives de développement durable, telles que la réduction de la consommation d'énergie et la promotion de la mobilité durable. En outre, la banque a mis en place une **"Académie de la finance durable" pour former les clients et les parties prenantes à la finance durable et encourager l'adoption de pratiques durables.**

La banque a également mis en œuvre des initiatives internes de développement durable, telles que la réduction de sa propre empreinte carbone et la promotion de pratiques durables dans ses opérations.

DAVINES GROUP



Beauté

International

Davines est une entreprise spécialisée dans la production de produits professionnels de soins capillaires et de soins de la peau formulés à partir d'ingrédients naturels conçus pour minimiser l'impact sur l'environnement. Davines met en œuvre une série de pratiques pour soutenir son engagement en matière de responsabilité environnementale, notamment en utilisant des énergies renouvelables, en réduisant les déchets et en s'approvisionnant en ingrédients naturels et biologiques.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur <https://fr.davines.com/>

DAVINES GROUP

L'engagement en faveur du développement durable et de la réduction de l'impact environnemental de ses activités fait partie des valeurs fondamentales de Davines depuis la création de la société à Parme, en Italie, en 1983. Cependant, ces dernières années, la société a fait un effort plus concerté pour formaliser sa stratégie et ses objectifs en matière de développement durable, ainsi que pour mesurer et rendre compte des progrès accomplis dans ce sens.

En 2011, Davines a réalisé le premier **audit interne de son impact environnemental**, qui comprenait le calcul de son empreinte carbone et l'identification des domaines dans lesquels l'entreprise pouvait améliorer sa performance environnementale. Davines a depuis mené plusieurs autres audits de son impact environnemental et a élargi la portée de ces audits pour inclure non seulement ses propres opérations, mais aussi celles de ses **fournisseurs et de ses clients**. L'entreprise utilise diverses méthodes pour mesurer son empreinte carbone et en rendre compte, notamment le **logiciel Carbon Trust Footprint Expert**, qui permet de calculer les émissions sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement.

Davines utilise également une série d'autres outils et cadres pour guider sa stratégie et ses objectifs en matière de développement durable, notamment les objectifs de développement durable (ODD) des Nations unies et les normes de certification B Corp. En utilisant ces outils et cadres, Davines peut s'assurer que sa stratégie de développement durable est alignée sur les normes mondiales et qu'elle réalise des progrès significatifs en matière de développement durable.

Énergie renouvelable :

Davines a installé un système photovoltaïque à son siège en Italie. L'entreprise utilise 99,7 % d'électricité provenant de sources renouvelables dans l'usine de fabrication et dans tous les centres commerciaux du monde.

En route vers le net zéro :

depuis 2018, Davines est une entreprise neutre en carbone. En 2019, elle s'est engagée à atteindre un niveau d'émissions nettes zéro d'ici 2030, rejoignant ainsi les efforts d'autres 800 B Corps dans le monde

Transport durable :

Mise en œuvre d'une politique d'utilisation de véhicules électriques ou hybrides pour la flotte de l'entreprise, et encouragement des employés à utiliser les transports publics, le vélo ou le covoiturage pour réduire leur empreinte carbone.

Produits verts conçus pour avoir un impact minimal sur l'environnement et formulés à partir d'ingrédients naturels et biologiques.

B Corp : L'entreprise est certifiée B Corp depuis 2016.

Réduction des émissions : En 2022, l'entreprise a signé l'engagement de réduire ses émissions dans le cadre de l'initiative SBTi (Science Based Targets Initiative), qui guide les entreprises sur la voie de la limitation du réchauffement climatique à 1,5 °C par rapport aux niveaux préindustriels.

Ces principales actions ont un impact sur les émissions de carbone et touchent les consommateurs, les fournisseurs, mais aussi les employés. Davines a mis en œuvre plusieurs approches internes pour intégrer ses objectifs et changements en matière de développement durable dans l'ensemble de la structure et dans l'esprit de ses employés, par le biais de programmes de formation, d'ateliers, de séminaires (sur la réduction des déchets, l'efficacité énergétique, etc.), d'un programme de primes vertes pour ceux qui contribuent de manière significative à l'effort de développement durable de l'entreprise, ou d'équipes interfonctionnelles et d'une collaboration sur les initiatives de développement durable.

Depuis 2015, Davines a rédigé la **Carta Etica** : un recueil de valeurs qui guide les relations entre les collaborateurs au sein de l'entreprise. La charte fournit un cadre pour les initiatives de durabilité de l'entreprise et permet de s'assurer que tous les employés sont alignés sur les objectifs de durabilité de l'entreprise.

Des principes à la pratique : Applications concrètes du pacte vert pour l'Europe

Après avoir examiné les grandes entreprises mondiales qui montrent la voie en matière de développement durable, nous nous intéressons maintenant à ce qui se passe plus près de chez nous.

Cette section de notre guide présente une collection de petites entreprises locales à travers l'Europe, chacune incarnant les principes du pacte vert européen de manière unique.

Ces entretiens, menés par les partenaires du projet, permettent d'aborder le concept de durabilité de manière plus concrète et plus réaliste, en montrant comment les particuliers et les petites entreprises réalisent eux aussi des progrès significatifs. Leurs récits témoignent du fait qu'une action environnementale efficace n'est pas seulement l'apanage des grandes entreprises, mais qu'elle est également à la portée des communautés locales et des entrepreneurs.

Pour visionner la série, rendez-vous sur le [site web de notre projet](#).

Comment mener une campagne de sensibilisation



Sub-Heading

Click to type..

05

Étapes à suivre pour mener une campagne de sensibilisation

Une campagne de sensibilisation est une activité de communication destinée à informer, éduquer et mobiliser un public spécifique sur une question ou une cause particulière.

Dans le cadre du projet "YouthFitfor55", la campagne de sensibilisation vise à impliquer et à éclairer les jeunes sur la transition verte.

Notre campagne vise à inspirer aux jeunes des actions positives et à promouvoir le sens des responsabilités, en encourageant la jeune génération à jouer un rôle actif dans la construction d'un avenir meilleur pour eux-mêmes et pour les communautés dans lesquelles ils vivent.

Si vous utilisez "Google" ou demandez à "ChatGPT" comment mener une campagne de sensibilisation, vous trouverez très probablement des milliers de ressources vous expliquant comment procéder. Il y a beaucoup d'informations, mais vous ne trouverez jamais comment "mener votre campagne de sensibilisation".

Une campagne de sensibilisation est personnelle et unique. Lors de la conception de votre campagne, vous devez tenir compte de nombreuses variables, ce qui rend impossible l'application d'une formule unique.

Dans ce petit guide, nous nous efforçons de présenter les étapes clés dérivées de nos propres expériences de projet. Bien que ces étapes soient fondamentales, elles sont volontairement larges, ce qui permet une certaine flexibilité et une adaptation à divers contextes.

Étapes à suivre pour mener une campagne de sensibilisation

Nous vous encourageons à adapter ces lignes directrices aux besoins spécifiques de votre campagne, en reconnaissant que chaque initiative possède un caractère et des objectifs qui lui sont propres.



ÉTAPE 1: Définir votre message et le groupe cible

Élaborer des messages clairs et convaincants.

Établir le profil de votre groupe d'intérêt - tenez compte d'aspects tels que l'âge, les centres d'intérêt, la localisation et le comportement.

ÉTAPE 2: Développer le contenu multimédia (matériel de campagne)

Élaborer un contenu attrayant qui trouve un écho auprès de votre public.

Utiliser des visuels, des infographies et des vidéos pour transmettre des informations de manière efficace.

ÉTAPE 3: Choisir les canaux de communication

Choisir les canaux de communication les plus efficaces pour votre public.

Mettre à profit les réseaux sociaux - publiez régulièrement du contenu sur les plates-formes

ÉTAPE 4: Établir un calendrier de campagne

Établir un calendrier pour chaque phase de la campagne.

Fixer des étapes et des délais précis. Tenez compte du temps dont vous disposez et planifiez en conséquence.

ÉTAPE 5: Promouvoir, promouvoir, promouvoir

Poster régulièrement et avec cohérence.

Collaborer et s'associer avec d'autres organisations, écoles, etc.

ÉTAPE 6: Contrôler et évaluer

Utiliser des outils d'analyse pour contrôler l'engagement de l'auditoire et adaptez votre action en conséquence.

Utiliser les informations recueillies pour améliorer les campagnes futures.

Étape supplémentaire : Défis interactifs

Dans notre cas, les idées des jeunes font l'objet d'un "concours" sur les modes de vie durables. Consultez la section suivante pour en savoir plus.



**Youth Fit for 55 Modèle –
Guide Pratique sur la
Manière de mener une
Campagne de
Sensibilisation pour un
Mode de Vie Durable**

Étapes à suivre pour mener une campagne de sensibilisation

La campagne de sensibilisation du projet "Youthfitfor 55" s'est articulée autour de deux activités principaux:

1. Campagne de sensibilisation comme instrument de développement des connaissances, des compétences et des attitudes sur le changement climatique et le développement durable.
2. Concours d'idées pour la jeunesse sur le mode de vie durable - un prix destiné à mettre en lumière et à récompenser la meilleure idée d'innovation sociale émanant de jeunes pour des idées ou des initiatives liées au mode de vie durable dans toutes ses dimensions, telles que sociale, environnementale, urbaine, comportementale, etc.

Principaux objectifs de la campagne de sensibilisation :

Sensibiliser, comprendre et s'engager en faveur de la transition écologique

Attirer l'attention des jeunes sur l'urgence de permettre la transition écologique

Motiver les jeunes à devenir des innovateurs sociaux confiants dans la transition écologique.

Message

“Quelles sont les meilleures initiatives locales et durables en Europe pour favoriser la transition vers le zéro carbone ? Dans le cadre de YOUTH FIT FOR 55, nous avons étudié 12 projets incroyables dont vous pourriez vous inspirer : au cours des prochaines semaines, nous dévoilerons les interviews de porteurs de projets de France, d'Italie, d'Irlande et de Roumanie. Découvrez-les dès aujourd'hui !
”

Youth Fit For 55 Interviews



YOUTH
FIT
FOR

55



Co-funded by
the European Union

Étapes à suivre pour mener une campagne de sensibilisation

Le groupe cible était constitué d'acteurs au service de la jeunesse, tels que des organisations de jeunesse, des écoles, des centres éducatifs, des jeunes, etc.

Développement du contenu - Présentation des bonnes pratiques

L'idée de la campagne de sensibilisation était de mettre en évidence les principaux aspects de nos entretiens vidéo avec les entrepreneurs locaux dans le domaine de la durabilité, menés dans la phase précédente du projet. L'objectif était de transformer ces informations en un message adapté au secteur de la jeunesse.

Après une longue séance de brainstorming, il a été convenu d'extraire les éléments de durabilité des entretiens et d'explorer la manière dont ces éléments pourraient être transférés et intégrés dans divers scénarios. À la dernière étape du développement du contenu, les éléments de durabilité ayant été identifiés à partir des entretiens avec les entrepreneurs, un texte court destiné à être publié sur les médias sociaux a été créé.

Harmonisation et identité visuelle

Un modèle aligné sur l'identité visuelle du projet a été préparé et diffusé sur les plateformes de médias sociaux telles que Facebook, Instagram et LinkedIn.



Figure 3: Modèle Instagram



Figure 4: Modèle LinkedIn

Calendrier réseaux sociaux

La campagne de sensibilisation s'est déroulée uniquement sur les plateformes de médias sociaux, ce qui a nécessité la création d'un calendrier des réseaux sociaux. Cet outil simple a facilité la planification et le suivi de la campagne, permettant aux partenaires de rester cohérents et efficaces dans leurs activités.

Le calendrier a joué un rôle crucial en facilitant la collaboration entre les partenaires concernés. Sa fonction allait au-delà de la simple programmation ; il garantissait que tous les partenaires étaient alignés sur le calendrier du contenu et la stratégie globale, favorisant ainsi une approche harmonisée et unifiée.

WP2: AWARENESS CAMPAIGN

SOCIAL MEDIA CALENDAR 25TH SEP- 3RD OF NOV

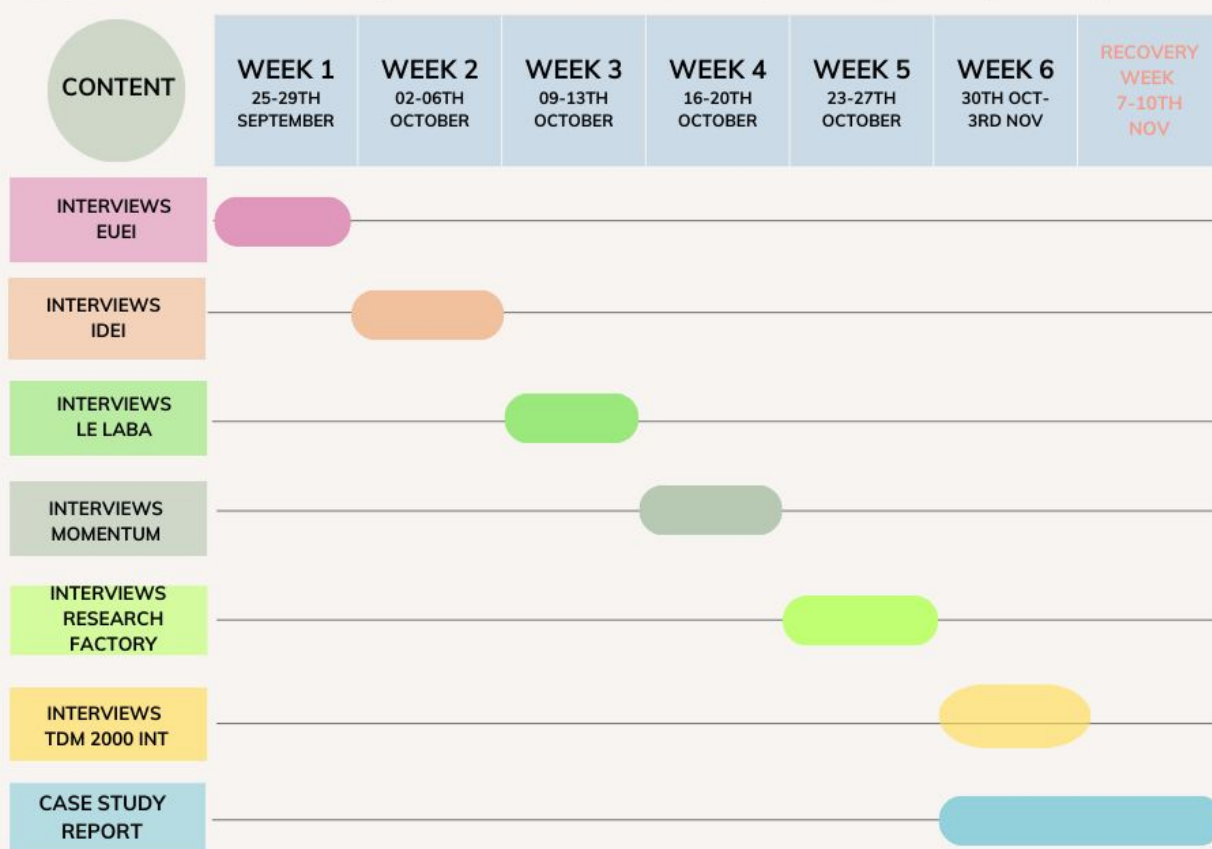


Figure 5: Youth-Fit-for-55 Calendrier Réseaux Sociaux



RÉCOMPENSES

LES MEILLEURES IDÉES ET
LES MEILLEURS PROJETS

UN MODE DE VIE DURABLE

5507

Récompenser les meilleures idées et les meilleurs projets en faveur d'un mode de vie durable

"Youth Innovations for Sustainable Living" est un concours mis en œuvre dans le cadre du projet Youth-Fit-for-55 de mi-novembre 2023 à mi-janvier 2024. Il représente un appel européen conçu pour les jeunes individus se concentrant sur la durabilité et l'innovation en alignement avec les objectifs du pacte vert pour l'Europe.

L'objectif de ce concours est double : honorer les créateurs de projets durables, mettre en lumière leurs initiatives et récompenser les meilleures idées d'innovation sociale, tout en stimulant la créativité et l'innovation par la présentation d'exemples réussis. Le prix vise à motiver les jeunes à devenir des moteurs du changement, à faire un premier pas vers l'entrepreneuriat social et à adopter un mode de vie plus vert, plus durable et sans émission de carbone.



Récompenses des meilleures idées et les meilleurs projets en faveur d'un mode de vie durable



À son terme, le concours a recueilli au total 28 candidatures éligibles. La sélection des trois premiers lauréats a été effectuée par les représentants de tous les partenaires sur la base des critères suivants : pertinence, accessibilité, clarté, innovation, impact et transférabilité, notés de 1 à 10.

Nous présentons ci-dessous les lauréats du concours "Innovations des jeunes pour un mode de vie durable", dont les initiatives et les projets ont reçu la meilleure note selon le vote du jury. Vous trouverez ci-dessous des résumés ou des extraits clés des candidatures gagnantes qui mettent en évidence les éléments les plus innovants et les plus percutants de chaque projet, donnant ainsi un aperçu de leur vision et de leur engagement en faveur du développement durable.



1^{er} PRIX

AlgherArt

Festival d'éco-art

5F5

1er prix - AlgherArt | Festival d'éco-art



Location: Sardinia, ITALIE



Réseau social: <https://www.instagram.com/algherart/>



Type de projet: Festival éco-artistique diffusé

À propos du projet

Le festival AlgherArt concentre ses efforts sur les thèmes suivants : Arts&Culture, Design urbain, Transport écologique et Bien-être.

Le “Slow-Tourism” : Nous visons à promouvoir une approche différente de l'exploration et du tourisme à Alghero, basée sur des expériences précieuses, le contact avec la nature et les interactions avec la communauté locale qui rendront le séjour de chacun à Alghero inoubliable.

Culture : Nous renforçons l'union des patrimoines culturels catalan et sarde à Alghero, une petite ville sarde qui a été au carrefour des cultures, des histoires, des langues et des récits pendant des siècles, par le biais du parrainage d'œuvres d'art pertinentes et spécifiques au site qui seront notre héritage à Alghero, tout en nous concentrant profondément sur les pratiques contemporaines et performantes. Nous voulons que les habitants et les visiteurs s'impliquent les uns dans les autres et fassent partie du même écosystème.

Le Festival : Le Festival se déroulera principalement sur une piste cyclable de 6 km déjà présente à Alghero, qui suit la géographie côtière de la ville. Sur cette route, nous avons sélectionné 9 points de contrôle principaux qui seront transformés en points névralgiques de la vie urbaine : ils accueilleront des événements, des ateliers, des expositions d'art contemporain, des jeux interactifs et plus encore (voir la section Activités du projet pour plus d'informations).

1er prix - AlgherArt | Festival d'éco-art

Activités du projet:

1. **TEX-TILE:** atelier de fabrication de paniers en osier traditionnels et atelier de fabrication de tuiles et de peinture par des artisans locaux.
2. **RÉALISATION DE LA DURABILITÉ :** la pièce doit être axée sur le développement durable, les pratiques écologiques et le mode de vie sans carbone. L'artiste sera sélectionné par le biais d'un appel ouvert, il peut être local ou international.
3. **BUSKER BAY:** les artistes de rue sont invités à mettre en œuvre leur propre forme d'art, qu'il s'agisse de musique, d'art visuel ou de pratique folklorique. Il y aura toujours de la musique et un espace dédié à la danse.
4. **ARTDOCK:** commande d'une statue qui représente l'héritage culturel d'Alghero en relation avec la mer en tant que voie de migration. L'interaction avec l'œuvre d'art se fera par le biais d'un code QR avec un support visuel, sonore et vidéo.
5. **BAYALAPLAYA:** concours photographique pour les participants - téléchargez votre photo sur l'application web et gagnez des prix fabuleux ! La photo doit contenir les éléments suivants : la plage, la mer et une personne tenant une boisson rafraîchissante. La boisson peut être achetée au stand du vendeur local situé à proximité.
6. **MARCHE DU SON :** une expérience de promenade sonore avec un artiste du son qui sera sélectionné à l'issue d'un appel ouvert. Cette activité aura lieu 3 fois par semaine (6 fois au total pendant le festival) et durera 1 heure pendant l'après-midi.
7. **CONTEMPORARY CORAL:** exposition pop-up d'art contemporain à mettre en place dans un espace existant autour de l'importance historique et de l'intérêt contemporain du corail rouge, symbole d'Alghero.
8. **SYMPHONIE INDIGÈNE:** dans la pinède fantaisiste proche de la plage, nous aimerions mettre en place des concerts en plein air de musique traditionnelle folklorique sarde / catalane. Les concerts auront lieu tous les jours à minuit.
9. **THÉÂTRE AU COUCHER DU SOLEIL:** dans le cadre incroyable d'un amphithéâtre en plein air, nous aimerions créer un petit festival de théâtre en collaboration avec des compagnies locales ("Teatro d'Inverno") et une compagnie internationale qui sera sélectionnée par le biais d'un appel d'offres. Nous aimerions proposer 4 pièces différentes qui se succéderont pendant les 14 jours du festival. Chacune de ces pièces sera jouée tous les soirs au coucher du soleil.

55



2^{ème} PRIX

BIBO

2ème prix - BIBO



Location: Libourne, Nouvelle-Aquitaine, FRANCE



Réseau social:

<https://linktr.ee/biboboissons>



Type de projet: Startup

À propos du projet

Bien que les consommateurs s'intéressent de plus en plus à la durabilité et aux produits d'origine locale, il existe relativement peu d'options dans la catégorie des boissons qui répondent à ces critères. Les volumes de production de café et de thé ont doublé au cours des 20 dernières années. Parallèlement, les caféiers et les théiers sont affectés par des pratiques agricoles intensives et par le réchauffement climatique qui menace leur environnement naturel. L'impact environnemental et social de leur production, de leur chaîne d'approvisionnement et de leur consommation quotidienne n'est pas durable.

BIBO propose une alternative et crée une culture moderne des boissons durables françaises. Plus qu'une inspiration de l'existant, BIBO innove en utilisant de nouveaux procédés, des ingrédients uniquement français (céréales, racines et graines), et en proposant des recettes originales et uniques pour tous les consommateurs.

Nous avons mené une étude avec Bordeaux Sciences Agro pour évaluer le CO2 du BIBO. Par rapport au café, le BIBO est 10 fois moins émetteur de CO2. Comment faisons-nous ?

Approvisionnement auprès des coopératives agricoles biologiques françaises.

Torréfaction et assemblage dans notre atelier artisanal situé dans la région de Bordeaux

La torréfaction consiste à chauffer les grains à haute température pour les sécher et développer leur saveur et leur arôme. Les grains sont préparés, chauffés dans un four, brassés en permanence et subissent une réaction chimique de Maillard qui crée de riches arômes. Une fois les grains torréfiés individuellement, nous les assemblons. Différentes torréfactions et différents grains créent des mélanges uniques.

Emballage dans une entreprise adaptée aux personnes handicapées dans la région de La Rochelle

BIBO a un premier produit sur le marché " L'original " : un mélange de grains de chicorée, d'orge, d'épeautre et de sarrasin. Il doit être infusé pendant 2 à 4 minutes dans de l'eau à 100°C pour apprécier toutes ses saveurs qui ont des notes de pain grillé, de noisettes torréfiées et de céréales caramélisées. Le lait, le sucre ou les sirops peuvent être ajoutés pour créer des recettes gourmandes.

BIBO contribue à nos objectifs zéro carbone grâce à ses pratiques respectueuses de l'environnement. Avec des ingrédients d'origine locale et des méthodes de production durables, BIBO minimise son empreinte carbone. Notre engagement envers l'environnement s'étend à chaque tasse, ce qui en fait un choix écologique pour les consommateurs conscients.



3^{ème} PRIX

DIY

Tisser des

Liens intergénérationnels

3ème prix - DIY- Tisser des liens intergénérationnels



Localisation: Cracovie, Pologne



Réseau social: ce projet innovant est actuellement au stade de la conception.



Type de projet - Projet d'engagement communautaire intergénérationnel

À propos du projet

Le projet DIY ("Do It Yourself": fais-le-toi-même) vise à mettre en relation les jeunes et les personnes âgées afin de lutter contre l'impact environnemental de la mode rapide par le biais d'un dialogue intergénérationnel, du partage de points de vue sur la vie, de l'échange de compétences pratiques et d'événements collaboratifs.

Le DIY permet de combler le fossé entre les générations et de lutter contre la solitude des personnes âgées en leur offrant des interactions sociales significatives et régulières, tandis que le partage des compétences favorise un sentiment d'appartenance et d'utilité.

Plus qu'un projet, il s'agit d'un mouvement vers un avenir plus inclusif, durable et interconnecté, où les fils de la connaissance et de la compréhension sont tissés entre les générations pour le bien-être de notre planète.

3^{ème} prix - DIY- Tisser des liens intergénérationnels

Activités du projet:

1. Ateliers de sensibilisation

Organiser des ateliers attrayants axés sur la mode durable, couvrant la consommation éthique, l'impact environnemental de la mode rapide et l'importance d'un mode de vie responsable et durable.

2. Dialogues sur la durabilité

Création de matériel pour un podcast Spotify - un échange de vues inspirant où les générations partagent des idées, des histoires et des leçons précieuses sur les pratiques durables.

3. Ateliers d'échange de compétences et de recyclage

Les personnes âgées partagent leurs compétences traditionnelles telles que la couture, le tricot, le recyclage, etc. tandis que les participants plus jeunes offrent des conseils sur l'utilisation sûre d'Internet et l'exploration de sites en ligne pour trouver de l'inspiration en matière de design.

4. Échange communautaire de vêtements

Coordonner des actions où les gens peuvent participer à des échanges de vêtements, promouvoir une économie de la mode circulaire et réduire les déchets textiles, tout en encourageant la participation active à des pratiques durables.

5. Défilé – Célébration journée de la mode

Organiser un défilé de mode pour présenter les résultats tangibles de la collaboration intergénérationnelle, attirer l'attention des médias pour la visibilité et mettre en lumière la créativité des participants.

La présentation des créations recyclées sur un podium confère un aspect festif au projet.

YOUTH
FIT
FOR

FF
55



<https://youthfitfor55.eu/>



Cofinancé par le
programme Erasmus+
de l'Union européenne