



**COMPRENDRE L'ÉCO-
ENTREPRENEURIAT**

CADRE THÉORIQUE

MODULE 1



INFORMATIONS RELATIVES AU PROJET

ACRONYME DU PROJET	ECOPRENEETS
TITRE DU PROJET	Renforcer les compétences éco-entrepreneuriales des NEETs
RÉFÉRENCE DU PROJET	2022-2-FR02-KA220-VOUS-000098683
DURÉE DU CHANTIER	31.03.2023-30.03.2025
SITE INTERNET DU PROJET	https://ecopreneets.erasmusplus.website/

PARTENAIRES DU PROJET



Version	Date	Auteur	Organisation	Action	Pages
1	16/06/23	LENA	LENA	C	
2	25/07/2023	LEARNING SEED	LEARNING SEED	I	13
3	11/10/2023	LEARNING SEED	LEARNING SEED	U	21
4	12/07/2024	LENA	LENA	I	5,7,8,10

(*) Action : C = Création, I = Insertion, U = Mise à jour, R = Remplacement, D = Suppression

Table des MATIÈRES

- 0 **MODULE 1 : Appréhender l'éco-entrepreneuriat**
 - 1 **Sous-module : Présentation de l'éco-entrepreneuriat et de son rôle essentiel**
 - 1.1 **Introduction**
 - 1.2 **Histoire de l'entrepreneuriat écologique**
 - 1.3 **Définitions : Écopreneuriat**
 - 1.4 **Définitions : Économie durable**
 - 1.5 **Principes fondamentaux de consommation et de production durables pour l'éco-entrepreneuriat**
 - 2 **Sous-module 2 : Enjeux environnementaux et perspectives de marché**
 - 2.1 **Introduction**
 - 2.2 **Définition : Écologie**
 - 2.3 **Définition : Durabilité**
 - 2.4 **Le défi écologique**
 - 2.5 **Le défi de la soutenabilité**
 - 2.6 **Réglementations et processus décisionnels politiques**
 - 2.7 **Opportunités de marché pour l'entrepreneuriat**
 - 3 **Sous-module 3 : Analyses de cas d'éco-entreprises**
 - 3.1 **Étude de cas : Fairphone**
 - 3.2 **Étude de cas : Patagonia**
 - 3.3 **Étude de cas : Too Good To Go**
 - 3.4 **Majora Carter : Trois récits d'éco-entrepreneuriat**
 - 4 **Pour approfondir**



COMPRENDRE L'ENTREPRENEURIAT ÉCOLOGIQUE

1 INTRODUCTION À L'ÉCO-ENTREPRENEURIAT ET SA SIGNIFICATION

1.1 Introduction

Bienvenue dans le premier module de ce cours en ligne !

L'objectif de ce module est de permettre aux participants (vous !) de saisir la notion d'éco-entrepreneuriat, la relation entre valeurs sociales et environnementales, ainsi que d'identifier et d'analyser les entreprises en activité.

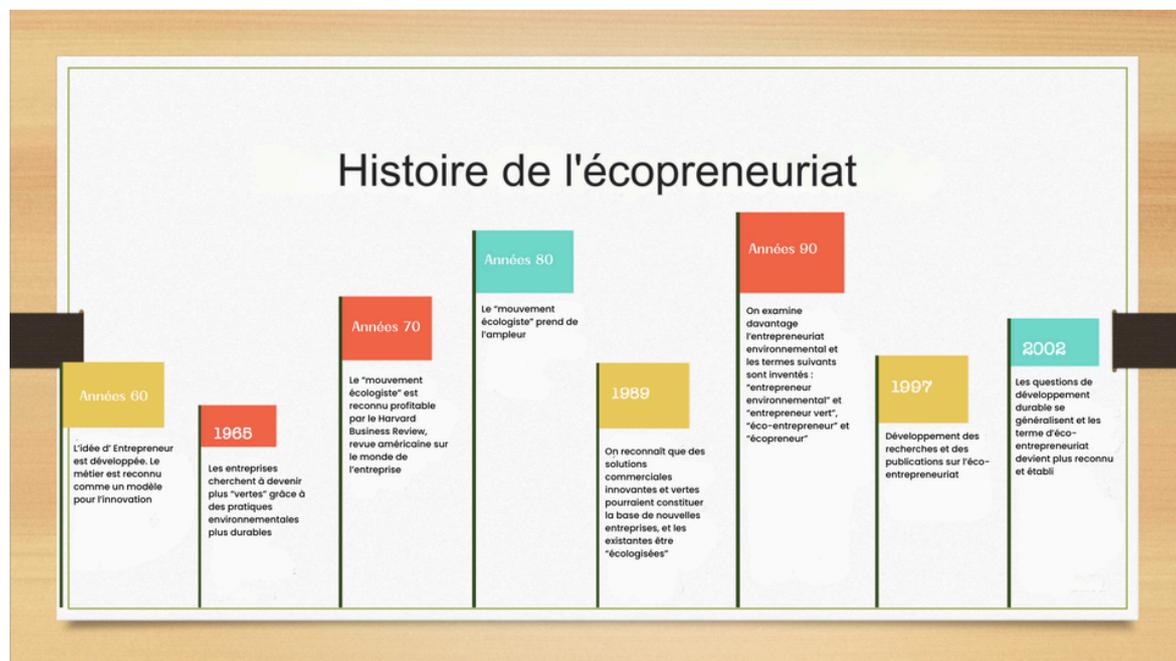
Le premier sous-module vise à vous fournir les éléments essentiels pour comprendre l'éco-entrepreneuriat, en présentant des définitions précises et un aperçu historique succinct.



1.2 Histoire de l'entrepreneuriat écologique

À la lumière des préoccupations croissantes concernant les changements des conditions environnementales, les politiques ont souligné que les entrepreneurs et leurs innovations pourraient jouer un rôle majeur dans l'adoption de pratiques commerciales plus durables et responsables (Anderson, 1998 ; Antolin-Lopez, Martínez-del-Río et Céspedes-Lorente, 2014 ; Dean et McMullen, 2007 ; Schaltegger et Wagner, 2011 ; Schaper, 2010). Cette tendance a été motivée par la reconnaissance que les politiques gouvernementales descendantes ne suffisent pas à développer des systèmes économiques plus durables, car les gouvernements sont généralement engagés dans un paradigme de renforcement de la croissance économique (Jackson, 2009). Les innovations dites écopreneuriales pourraient donc jouer un rôle clé dans la lutte contre des problèmes tels que le changement climatique, en participant aux transformations énergétiques vertes et au développement économique dans les limites planétaires (O'Neill et Gibbs, 2014). Dans cette optique, le changement climatique a été décrit comme le catalyseur d'une reconceptualisation du capitalisme, créant de nouvelles opportunités de richesse, surmontant les défaillances actuelles du marché et augmentant la privatisation des ressources.[1] Comme vous pouvez le constater, le terme « éco-entrepreneur » est relativement récent, ayant environ trente ans, même si certaines entreprises sont considérées comme éco-entreprises depuis bien plus longtemps.

Source : Tamara Galkina et Martin Hultman (2016) Écopreneuriat – Évaluation du domaine et description du potentiel de recherche, Recherche sur les petites entreprises, 23:1, 58-72, DOI: 10.1080/13215906.2016.1188716



1.3 Définitions : Écopreneuriat

« Un écopreneur désigne un individu qui s'efforce de transformer un domaine de l'économie en faveur de la durabilité en lançant une entreprise dans ce domaine, en adoptant une conception écologique, en mettant en œuvre des processus respectueux de l'environnement et en s'engageant de manière permanente envers la durabilité dans toutes ses actions et déclarations » (Isaak, 2005).

Il y a deux catégories d'écopreneurs :

1. **Les « entrepreneurs écoresponsables »** sont des individus qui conçoivent divers types d'innovations (produits, services et processus) visant à diminuer l'utilisation des ressources et leurs impacts, ou à optimiser l'efficacité des coûts tout en s'orientant vers un objectif de zéro déchet.
2. **Les « entrepreneurs écologiques »** sont des entrepreneurs qui sont à la fois conscients des enjeux environnementaux et dont l'activité commerciale s'inscrit dans le secteur de l'environnement. Ces entrepreneurs explorent des opportunités orientées vers l'environnement, qui offrent de bonnes perspectives de rentabilité (Volery, 2002).

L'entrepreneuriat et l'écologie reposent tous deux sur une appréciation de la valeur. Les attitudes qui soutiennent les préoccupations écologiques engendrent des domaines de valeur pouvant être exploités de manière entrepreneuriale. Les « entrepreneurs écologiques » non seulement identifient les opportunités, mais établissent de véritables organisations pour saisir et remédier aux changements dans la société (Anderson, 1998). [1]

[1] Source : iLibrary de l'OCDE Évaluer l'entrepreneuriat durable | Vue d'ensemble de l'entrepreneuriat 2011

TERMES POUR CARACTÉRISER L'ENTREPRENEURIAT DURABLE

**En d'autres termes,
C'est une manière de participer
au développement durable
tout en réalisant des bénéfices.**

01	éco-entrepreneuriat
02	écopreneuriat
03	entrepreneuriat durable
04	entrepreneuriat responsable
05	entrepreneuriat durable
06	enviro-preneuriat
07	entrepreneuriat responsable

Un entrepreneur écologique peut soit transformer son entreprise en « entreprise verte », soit simplement se lancer dans une « initiative verte ».

L'entrepreneuriat environnemental, l'entrepreneuriat durable ou l'écopreneuriat occupent une place essentielle dans l'évolution d'un système économique et commercial plus respectueux de l'environnement. La reconnaissance et la caractérisation de cet entrepreneuriat sont particulièrement complexes. L'écopreneuriat se manifeste sous de multiples formes et dans une large gamme d'activités commerciales. Leur dévouement à la durabilité peut différer, mais, dans l'ensemble, leur influence sur l'environnement demeure bénéfique.

Les caractéristiques principales reconnues et acceptées dans chaque courant de pensée sont :

1. Les entrepreneurs s'engagent dans des activités commerciales comportant des risques associés à une éventualité d'échec.
2. Les activités commerciales exercent un impact globalement bénéfique sur l'environnement naturel, en se dirigeant vers la durabilité.
3. Agir selon un ensemble de valeurs et d'aspirations visant la durabilité, désignées sous le terme de « consommation et de production durables ». [1]

[1] Source : Manuel de l'éco-entrepreneuriat du PNUE (Programme des Nations Unies pour l'environnement)

1.4 Définitions : Économie durable

Le PNUE a caractérisé l'économie verte comme « une économie qui favorise le bien-être humain et l'équité sociale, tout en diminuant de manière significative les risques environnementaux et les pénuries écologiques ». Une économie verte se définit comme une économie à faibles émissions de carbone, efficace en ressources et socialement inclusive. Dans une économie verte, la croissance de l'emploi et des revenus est alimentée par des investissements publics et privés dans des activités économiques, des infrastructures et des actifs qui contribuent à réduire les émissions de carbone et la pollution, à améliorer l'efficacité énergétique et des ressources, ainsi qu'à prévenir la perte de biodiversité et de services écosystémiques.

[1] Source : PNUE (Programme des Nations Unies pour l'environnement) *Économie verte*

[2] Source : Union européenne – *Collaboration sur l'eau, l'environnement et le changement climatique en Asie centrale (WECOOP) Pacte vert de l'UE*

1,5

Principes fondamentaux de consommation et de production durables pour l'éco-entrepreneuriat

01

Améliorer le bien-être sans aggraver la pollution environnementale et sans compromettre les besoins en ressources des générations futures.

03

Appliquer la réflexion sur le cycle de vie, qui considère les impacts de toutes les phases du cycle de vie du processus de production et de consommation.

04

Se protéger contre l'effet rebond, où les gains d'efficacité sont compensés par les augmentations de consommation qui en découlent.

02

Dissocier la relation entre croissance économique et dégradation de l'environnement, en :

- diminuer l'intensité matérielle et énergétique des activités économiques actuelles tout en réduisant les émissions et les déchets issus de l'extraction, de la production, de la consommation et de l'élimination ;
- promouvoir une transformation des habitudes de consommation vers des catégories de biens et de services à moindre intensité énergétique et matérielle sans nuire à la qualité de vie ;

[1] Source : Manuel de l'éco-entrepreneuriat du PNUE (Programme des Nations Unies pour l'environnement)



Co-funded by
the European Union

Le soutien de la Commission européenne à la réalisation de cette publication ne constitue pas une approbation de son contenu, qui reflète uniquement l'opinion des auteurs, et la Commission ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elle contient.

2

DÉFI ÉCOLOGIQUE ET PERSPECTIVES DE MARCHÉ



https://www.youtube.com/watch?v=G4HIN_yXBIA

2.1 Introduction

L'objectif de ce sous-module est de permettre aux apprenants de saisir tous les enjeux liés au changement climatique et au développement durable. Au-delà de la simple énonciation de faits, cette contribution théorique permet d'envisager des solutions évolutives au sein d'une éco-entreprise !



2.2 Définition : Écologie

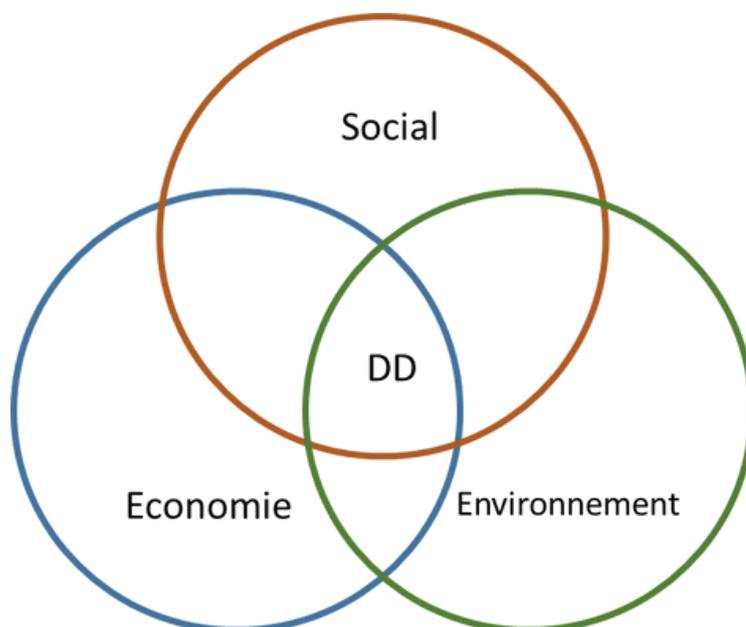
L'écologie est la science qui examine les interactions entre les êtres vivants, y compris les humains, et leur environnement naturel. Son objectif est de saisir les connexions essentielles entre les végétaux, les animaux et leur milieu. De plus, l'écologie offre des connaissances sur les bénéfices des écosystèmes et sur les méthodes permettant d'exploiter les ressources de la Terre tout en préservant un environnement sain pour les générations à venir. [1]

Source : ESA (Société Écologique d'Amérique) | Qu'est-ce que l'écologie ?

2.3 Définition : Durabilité

Le développement durable désigne un concept englobant les politiques, les projets et les investissements qui offrent des avantages immédiats tout en préservant la santé environnementale, sociale et individuelle pour les générations futures.[1]

[1] Source : Organisation mondiale de la santé | Durabilité



2.4 Définition : Écologie

Le changement climatique désigne la variation des conditions météorologiques moyennes dans une région sur une période prolongée. Une des composantes du changement climatique est le réchauffement climatique, qui fait référence à l'augmentation à long terme de la température de la Terre en raison des émissions de gaz à effet de serre.

Plus de 800 millions de personnes, représentant 11 % de la population mondiale, subissent déjà les effets du changement climatique dans leur vie quotidienne, notamment une augmentation de la fréquence des catastrophes naturelles, des sécheresses prolongées et des conditions météorologiques irrégulières. [1]

[1] Source : Globalgiving.org | Quel serait le coût pour mettre un terme au changement climatique ?

Causes et effets du changement climatique

Causes

- industrialisation rapide
- consommation d'énergie
- pratiques agricoles
- déforestation
- pratiques des consommateurs
- industrie du bétail
- transport
- extraction de ressources
- pollution



Effets

- températures en hausse
- élévation du niveau de la mer
- conditions météorologiques imprévisibles
- augmentation des événements météorologiques extrêmes
- dégradation du sol
- perte de la faune et de la biodiversité

Quels sont les impacts sociaux du changement climatique ?

Immigration, pauvreté, perte de moyens de subsistance, faim, malnutrition, risque augmenté de maladie, pénuries mondiales d'eau et de nourriture.

 GlobalGiving

2.5 Le défi de la soutenabilité

Les Nations Unies ont défini la durabilité comme « un développement qui satisfait les besoins actuels sans compromettre la capacité des générations futures à satisfaire les leurs ». Ce concept a été présenté pour la première fois en 1987 dans le rapport Brundtland, « Notre avenir à tous », de la Commission mondiale sur l'environnement et le développement.

Pour que les Nations Unies soient perçues comme une pratique de développement durable, l'approche doit inclure la viabilité financière, l'inclusion sociale et les enjeux environnementaux.

Le défi du développement durable représente une problématique multidimensionnelle qui inclut les aspects environnementaux, sociaux et économiques. Il requiert une approche systémique pour aborder les problèmes et défis interconnectés auxquels l'humanité fait face.

C'est un défi complexe, mais des solutions sont possibles!



<https://www.youtube.com/watch?v=2oxNld-H8r4>



2.6 Réglementations et processus décisionnels politiques

Conscients de l'importance d'opérer des changements durables et à grande échelle, les nations et les organisations mettent progressivement en œuvre des actions croissantes pour combattre le réchauffement climatique.

Nous analysons ici deux mesures à grande échelle :

L'Accord de Paris (Nations Unies, COP21, 2015) incite les pays à soumettre de nouvelles contributions déterminées au niveau national (CDN) tous les cinq ans, en tenant compte des dernières avancées technologiques, scientifiques et des évolutions des tendances économiques.



Suivez les émissions de dioxyde de carbone de votre pays
: <https://www.climatewatchdata.org/2020-ndc-tracker>

Pour approfondir : <https://www.un.org/fr/changements-climatiques/accord-de-paris>

Le Pacte vert pour l'Europe, Commission européenne (2019) métamorphosera l'UE en une économie contemporaine, économe en ressources et compétitive, assurant :

- aucune émission nette de gaz à effet de serre avant 2050
- croissance économique dissociée de l'utilisation des ressources
- Aucune personne ni aucun endroit n'ont été laissés derrière.

Le Pacte vert pour l'Europe représente également notre solution pour surmonter la pandémie de COVID-19. Un tiers des 1 800 milliards d'euros d'investissements du plan de relance NextGenerationEU et du budget pluriannuel de l'UE soutiendront le Pacte vert pour l'Europe.

La Commission européenne a approuvé un ensemble de propositions destinées à adapter les politiques de l'UE concernant le climat, l'énergie, le transport et la fiscalité, afin de diminuer les émissions nettes de gaz à effet de serre d'au moins 55 % d'ici 2030, par rapport aux niveaux de 1990.

2.7 Opportunités de marché pour l'entrepreneuriat



3 ÉTUDES DE CAS SUR LES ÉCO-ENTREPRISES

3.1 Étude de cas : Fairphone

FAIRPHONE

Fairphone est une société néerlandaise spécialisée dans la fabrication de smartphones durables. Elle privilégie des matériaux d'origine éthique et s'assure que ses produits soient recyclables et réparables.



https://www.youtube.com/watch?v=u08lwp_cl2Y



Fairphone a émergé du constat que la fabrication de smartphones engendre des enjeux sociaux et environnementaux significatifs. L'entreprise a été fondée en 2013 dans le but de concevoir un smartphone plus durable et plus éthique.





OBJECTIFS

Fairphone a pour objectif de développer une industrie électronique plus équitable et durable en concevant un produit destiné à avoir une durée de vie prolongée et fabriqué à partir de matériaux d'origine éthique.



SOLUTIONS

Fairphone a développé un smartphone durable, conçu pour avoir une longévité accrue et fabriqué à partir de matériaux d'origine éthique. L'entreprise intègre des matériaux recyclés dans ses produits et veille à ce que ceux-ci soient recyclables et réparables. Fairphone collabore également avec des fournisseurs pour garantir le respect des normes éthiques et environnementales. L'entreprise a mis en place un système de production en boucle fermée qui minimise les déchets et utilise des matériaux durables.



RÉSULTATS

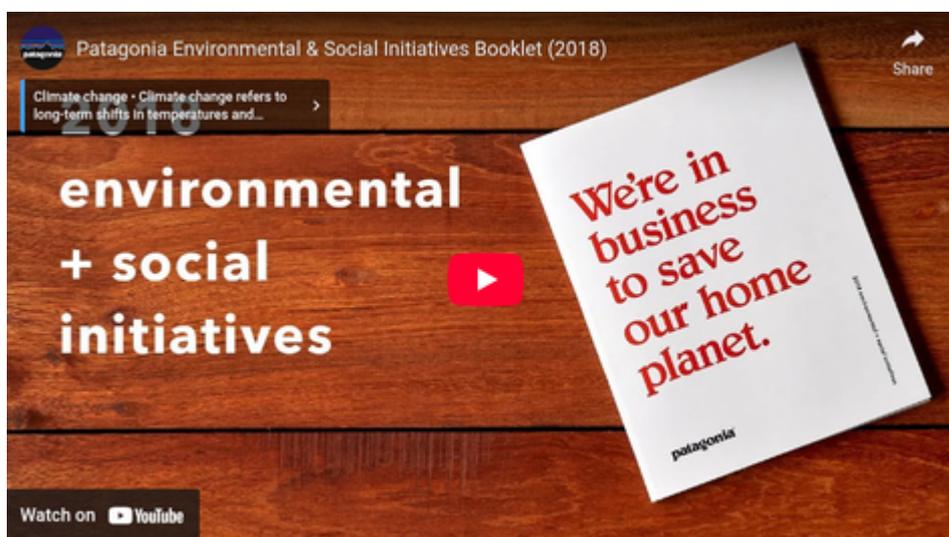
L'entreprise a écoulé plus de 200 000 téléphones et a obtenu des retours positifs de la part des clients et des critiques. Fairphone a été saluée pour ses initiatives en matière de développement durable et a reçu plusieurs distinctions pour son engagement. En 2016, le fondateur et premier PDG de Fairphone, Bas van Abel, a été l'un des trois récipiendaires du prix allemand de l'environnement.



3.2 Étude de cas : Patagonia

patagonia

Patagonia est une société de vêtements qui s'est engagée pour le développement durable. Elle emploie des matériaux recyclés dans ses articles et a instauré un programme visant à diminuer son empreinte carbone.



<https://www.youtube.com/watch?v=37PNpFrtnfg>



CONTEXTE / COMPTE RENDU

L'industrie de l'habillement est un domaine réputé pour ses conditions de travail inéquitables et son impact négatif sur l'environnement.



OBJECTIFS

Favoriser les valeurs plutôt que le profit, combattre le changement climatique.



SOLUTIONS

Patagonia a habilement mis en œuvre des stratégies marketing innovantes et respectueuses de l'environnement. L'entreprise a placé ses valeurs au premier plan et a soutenu activement des causes écologiques, ce qui lui a permis de fidéliser sa clientèle. Patagonia s'engage pleinement dans le mouvement marketing axé sur la durabilité grâce à ses initiatives en faveur d'un avenir plus respectueux de l'environnement. La stratégie marketing de Patagonia se concentre sur ses actions environnementales et durables, incitant les consommateurs à recycler, réparer et réduire leur consommation de vêtements. La campagne Worn Wear de Patagonia illustre parfaitement une initiative marketing qui transmet les significations et les valeurs essentielles de la production et de la consommation durables.



RÉSULTATS

Les stratégies marketing de Patagonia ont permis à l'entreprise de se positionner en tant que leader en matière de responsabilité environnementale et sociale, entraînant un taux de croissance des ventes de 12 %. L'engagement de Patagonia envers la responsabilité environnementale et sociale a incité les entreprises concurrentes dans le secteur des vêtements de plein air à adopter des pratiques similaires. Patagonia est reconnue comme l'une des entreprises les plus responsables sur les plans social et écologique à l'échelle mondiale. L'entreprise a su générer des bénéfices avec un objectif clair, prouvant ainsi que les entreprises peuvent être à la fois profondément responsables et très rentables.

[1]Source : *Marcher avec précaution : une analyse de la stratégie marketing de Patagonia concernant la responsabilité environnementale et sociale*, Lauren J. Cohune, 2019

3.3 Étude de cas : Too Good To Go



Too Good To Go

Too Good To Go est une société danoise qui a développé une application visant à diminuer le gaspillage alimentaire. Cette application connecte les consommateurs avec des restaurants et des épiceries disposant de surplus alimentaires, leur offrant la possibilité de les acquérir à prix réduit.



<https://www.youtube.com/watch?v=OU-bOVHf2Jo>



CONTEXTE / COMPTE RENDU

Le gaspillage alimentaire joue un rôle majeur dans l'augmentation des émissions de gaz à effet de serre, ce qui intensifie la crise du changement climatique. La diminution du gaspillage alimentaire constitue une étape essentielle pour atténuer les effets du changement climatique.





OBJECTIFS

Too Good to Go a pour but principal de diminuer le gaspillage alimentaire en offrant une solution bénéfique tant pour les consommateurs que pour les entreprises. L'entreprise cherche à maintenir un "océan bleu" en renforçant son identité corporative. Too Good to Go a pour mission d'inspirer et de responsabiliser chacun afin de lutter collectivement contre le gaspillage alimentaire, intégrant ainsi ses valeurs dans son fonctionnement. L'objectif de l'entreprise est de bâtir un avenir durable en réduisant le gaspillage alimentaire et en sensibilisant le public à cette problématique.



SOLUTIONS

Too Good to Go a conçu une application permettant aux consommateurs d'acquérir à prix réduit des aliments non vendus dans les restaurants, cafés et épiceries. L'entreprise a mis en place une solution efficace pour combattre le gaspillage alimentaire, en faisant de cette lutte son activité principale. Too Good to Go a pour objectif d'inspirer et de responsabiliser chacun afin de s'unir contre le gaspillage alimentaire, intégrant ainsi ses valeurs dans son fonctionnement. De plus, l'entreprise a élaboré un code d'éthique garantissant que ses partenaires et clients comprennent ce que signifie « bien » pour l'entreprise et comment s'y conformer.



RÉSULTATS

Too Good to Go a eu un impact positif sur la diminution du gaspillage alimentaire entre les établissements de restauration et les consommateurs, car la majorité des aliments récupérés grâce aux boîtes magiques sont effectivement consommés. L'entreprise a réussi à bâtir un avenir durable en diminuant le gaspillage alimentaire et en sensibilisant le public à cette problématique. [1]

[1] Sources : PNUE | Rapport sur l'indice de gaspillage alimentaire 2021
L'influence de Too Good To Go sur la diminution du gaspillage alimentaire au sein des foyers consommateurs, Sandra van der Haar (MSc) & Gertrude G. Zeinstra (PhD), 2019



MAJORA CARTER : TROIS RÉCITS D'ÉCO-ENTREPRENEURIAT



<https://www.youtube.com/watch?v=jyYjI7zQlaA>

Félicitations

**Vous avez complété le
premier module du MOOC !**

1



4



Pour approfondir

- **Diagramme du World Resources Institute concernant les gaz à effet de serre et les principaux pays émetteurs** : <https://www.wri.org/insights/interactive-chart-shows-changes-worlds-top-10-emitter>
- **Pour davantage d'informations sur les entreprises** : <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossaire:Entreprise>
- **Pour obtenir des informations supplémentaires sur le développement durable** : <https://www.youtube.com/watch?v=zx04KI8y4dE>
- **Faits et chiffres concernant le changement climatique** : <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20180703STO07123/climate-change-in-europe-facts-and-figures>
- **Plus d'informations sur le Pacte vert** : https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_fr
- **Pour suivre votre nation** : <https://www.climatewatchdata.org/2020-ndc-tracker>
- **Pour approfondir** : <https://www.un.org/fr/changements-climatiques/accord-de-paris>





**MODÈLES ÉCONOMIQUES
DURABLES : LE MODÈLE DE
TRIPLE BILAN
PERSONNES, PLANÈTE,
PROFIT ET DURABILITÉ
DANS LES ACTIVITÉS
COMMERCIALES.**

CADRE THÉORIQUE

MODULE 2

INFORMATIONS RELATIVES AU PROJET

ACRONYME DU PROGRAMME	LES ÉCOPRENEURS
TITRE DU PROJET	Renforcer les compétences entrepreneuriales écologiques des NEET
RÉFÉRENCE DU PROJET	2022-2-FR02-KA220-VOUS-000098683
DURÉE DU CHANTIER	31.03.2023-30.03.2025
SITE INTERNET DU PROJET	https://ecopreneets.erasmusplus.website/

PARTENAIRES DU PROJET



Version	Date	Auteur	Organisation	Action	Pages
1	16/06/23	LENA	LENA	C	
2	25/07/2023	LEARNING SEED	LEARNING SEED	I	13
3	11/10/2023	LEARNING SEED	LEARNING SEED	U	21

(*) Action : C = Création, I = Insertion, U = Mise à jour, R = Remplacement, D = Suppression

Table des MATIÈRES

- 1 **MODULE 2 | Modèles économiques durables : le triple bilan Personnes, Planète, Profit et Durabilité dans les activités commerciales**
 - 1.1 Introduction
- 2 **Sous-module 1 | Définition d'un modèle économique.**
- 3 **Sous-module 2 | Le TBL et passage à la durabilité**
- 4 **Sous-module 3 | Le modèle de triple bilan (TBL)**
- 5 **Sous-module 4 | Intégration du modèle TBL au sein d'une entreprise**
- 6 **Sous-module 5 | Analyses de cas sur le triple bilan : personnes, environnement, profit**



MODÈLES ÉCONOMIQUES DURABLES : L'OBJECTIF TRIPLE PERSONNES, PLANÈTE, PROFIT ET DURABILITÉ DANS LES ACTIVITÉS COMMERCIALES.

1 MODÈLES ÉCONOMIQUES DURABLES : L'OBJECTIF TRIPLE BILAN PERSONNES, PLANÈTE, PROFIT ET DURABILITÉ DANS LES ACTIVITÉS COMMERCIALES.

1.1 Introduction

Les modèles d'entreprise durables (Sustainable business models / SBM) cherchent à générer un impact bénéfique sur l'environnement et la société. Ils harmonisent les objectifs économiques, environnementaux et sociaux en s'appuyant sur le triple résultat (TBL) : les personnes, le profit et la planète. Les SBM mettent l'accent sur les besoins de toutes les parties prenantes et soulignent l'importance de la préservation de l'environnement.

Actuellement, les PME sont encore peu répandues et il est nécessaire d'encourager davantage l'innovation pour favoriser la conservation des ressources et la croissance durable. Des études récentes indiquent que les outils, les évaluations, l'innovation, les expériences et les collaborations sont cruciaux pour accélérer la durabilité. Les recherches à venir devraient se pencher sur la manière dont divers groupes peuvent coopérer et tester de nouvelles idées. Elles devraient également analyser les défis et les opportunités auxquels les PME font face dans l'atteinte des Objectifs de développement durable (ODD). De plus, il est essentiel de comprendre comment les modèles commerciaux opèrent dans différents contextes, tels que les villes et les pays, afin d'assurer un développement durable généralisé.

Ce module vous apprendra les fondamentaux des plans d'affaires durables et du triple résultat. De nos jours, les entreprises doivent considérer des aspects au-delà de la simple rentabilité ; elles doivent également se préoccuper des individus et de l'environnement. Le TBL aide les entreprises à établir un équilibre entre la génération de profits et la responsabilité sociale et écologique.

Dans ce module, vous apprendrez le fonctionnement des SBM et comment l'approche TBL permet aux entreprises d'adopter une plus grande responsabilité. Nous examinerons les méthodes par lesquelles les entreprises peuvent générer de la valeur pour tous tout en minimisant leur impact sur l'environnement.

Engageons-nous dans ce parcours vers des pratiques commerciales améliorées pour les individus, l'environnement et le profit !



2 QU'EST-CE QU'UN MODÈLE ÉCONOMIQUE ?

Tout d'abord, analysons ce qu'est un modèle économique et pourquoi il revêt une importance cruciale lors de la création d'une entreprise.

« Les modèles économiques décrivent la manière dont les entreprises fonctionnent (Magretta, 2002). Ils illustrent la conception ou l'architecture de la manière dont la valeur est proposée, créée, livrée et capturée par l'organisation (Richardson, 2008 ; Teece, 2010). Un modèle économique dépasse la simple modification des offres de produits et de services pour le client – l'innovation du modèle économique implique de transformer « la manière dont vous opérez », plutôt que « ce que vous proposez », et doit donc transcender le processus et les produits (Amit & Zott, 2012). »

(source:

https://www.researchgate.net/publication/346782066_Sustainable_Business_Models
)

Ces dernières années, une forte tendance se dessine vers des modèles commerciaux durables, tels que le Triple Bottom Line : personnes, planète et profit, que nous allons examiner dans ce module.



3

LE TBL ET PASSAGE À LA DURABILITÉ

Le concept de triple résultat (TBL) indique que les entreprises devraient accorder une importance primordiale aux enjeux sociaux et environnementaux en plus de la rentabilité. Il présente trois résultats : le profit, les personnes et la planète. La théorie TBL évalue l'engagement d'une entreprise en matière de responsabilité sociale ainsi que son impact sur l'environnement. Ce terme a été introduit par John Elkington en 1994 pour mesurer la performance d'une entreprise en fonction de sa réussite financière, de l'amélioration de la société et du bien-être environnemental. Le TBL met en avant que les entreprises peuvent être gérées de manière à bénéficier non seulement à leur succès financier, mais également à la vie des individus et à la santé de la planète.

Les modèles d'affaires durables (Business Models for Sustainability / BMfS) ou modèles d'affaires durables (Sustainable Development Goals / SBM) ont gagné en importance en raison des préoccupations croissantes liées à la durabilité et du besoin de compétitivité dans un environnement commercial en constante évolution. Les principales préoccupations en matière de durabilité sont désormais résumées dans les Objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies, qui comprennent dix-sept objectifs mondiaux établis par l'Assemblée générale des Nations Unies comme un appel universel à l'action pour éradiquer la pauvreté, protéger la planète et garantir que tous les peuples puissent bénéficier de la paix et de la prospérité. Cela offre une base solide aux entreprises pour développer des solutions innovantes afin de répondre aux préoccupations majeures en matière de durabilité telles que la pauvreté, la pénurie de ressources et le changement climatique.



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Source de l'image : <https://www.bcm-co.jp/>

Les PME stimulent l'innovation en intégrant les dimensions économiques, environnementales et sociales de la durabilité. Elles mettent l'accent sur les besoins de toutes les parties prenantes, promeuvent la protection de l'environnement et adoptent une approche systémique. Contrairement aux modèles centrés sur le profit, les PME favorisent la collaboration et dépassent les innovations de produits isolés. Bien qu'elles doivent également être économiquement viables, les PME cherchent à générer de la valeur dans les trois domaines : économique, environnemental et social, afin de construire une entreprise véritablement durable.

4 LE MODÈLE DE TRIPLE BILAN

Le Triple Bottom Line (TBL) des personnes, de la planète et du profit, un concept introduit par Elkington en 1997, a gagné en popularité à l'échelle mondiale. Selon cet auteur, ce modèle incite les entreprises à adopter des stratégies à long terme qui favorisent leur transition vers la durabilité, reposant sur trois dimensions essentielles du développement durable : la qualité de l'environnement, l'équité sociale et les bénéfices économiques. Une manière d'illustrer la durabilité et le TBL est le diagramme de Venn suivant. La durabilité est représentée comme l'intersection des trois dimensions :

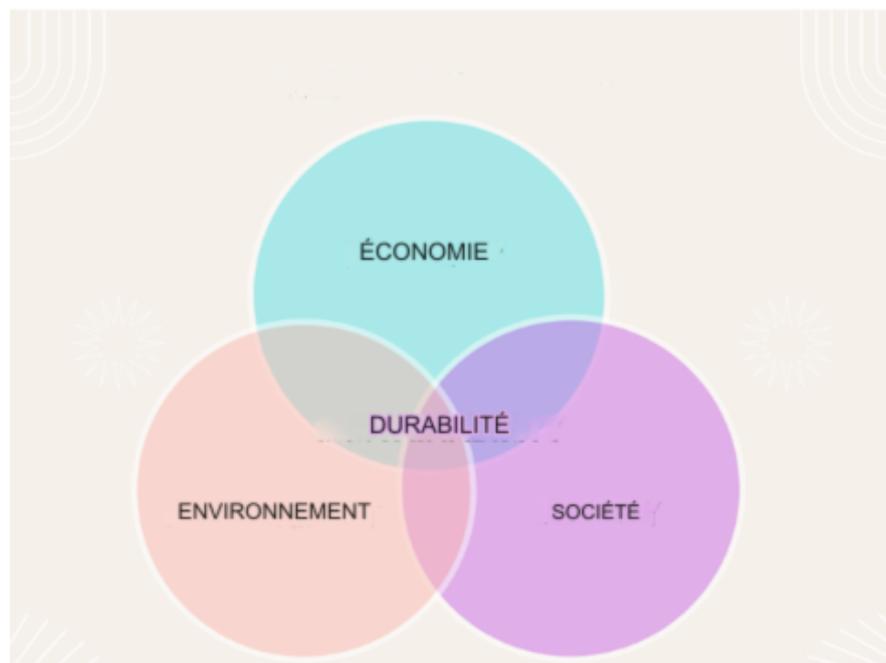


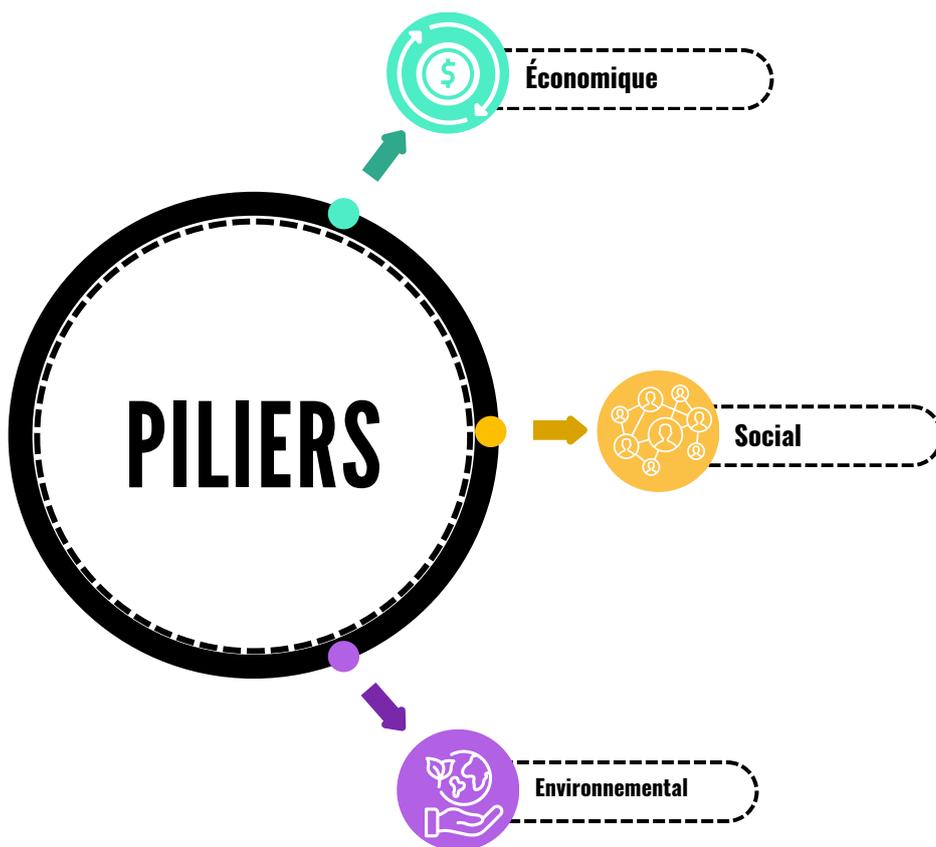
Figure 1 - Diagramme de Venn élaboré par ATERMON

Selon la théorie TBL, les entreprises doivent agir de manière simultanée sur ces trois axes :

- Bénéfice : Il s'agit de l'indicateur classique du bénéfice d'une entreprise : le compte de résultat.
- Personnes : Cet indicateur évalue le niveau de responsabilité sociale d'une organisation au cours de son existence.
- Planète : Cet indicateur évalue le niveau de responsabilité écologique d'une entreprise.

Le triple résultat est un cadre qui évalue la performance d'une entreprise en tenant compte de trois dimensions : économique, sociale et environnementale. Ce concept encourage les entreprises à aller au-delà des simples bénéfices financiers et à considérer l'impact de leurs activités sur la société et l'environnement. En intégrant ces trois aspects, les entreprises peuvent adopter des pratiques durables qui favorisent le bien-être des parties prenantes tout en assurant leur propre viabilité à long terme.

L'objectif de la durabilité, tel qu'il est défini par la loi américaine sur la politique environnementale nationale de 1969 (NEPA), est de « créer et de maintenir des conditions dans lesquelles les êtres humains et la nature peuvent coexister de manière productive, permettant de satisfaire les besoins sociaux, économiques et autres des générations actuelles et futures ».



Pilier financier

Bénéfice : Dans le cadre du triple bilan, le bénéfice dépasse la simple réussite financière. Il inclut la création de revenus éthiques et justes, les responsabilités financières responsables et l'apport au bien-être économique de la communauté. Cet élément est associé au pilier économique de la stratégie d'entreprise.

Pilier sociétal

Les personnes : L'élément « personnes » se rapporte au pilier social de la stratégie d'entreprise. Il englobe les employés, les fournisseurs et les clients. Il met l'accent sur des rémunérations justes, des conditions de travail sécurisées, des fournisseurs variés et l'intégration des retours des clients concernant l'équité et la sécurité. Les entreprises doivent également s'efforcer d'assister les communautés affectées par la pollution dans l'amélioration de leur santé et de leur environnement. De plus, elles doivent assurer l'accès aux ressources essentielles telles que l'eau, la nourriture, la terre et l'énergie pour les générations présentes et futures.

Pilier écologique

Planète : L'orientation planétaire cherche à atténuer les impacts environnementaux et à adopter des choix durables. Cela inclut la diminution de la consommation d'énergie, la réduction des émissions de gaz à effet de serre et la préservation des habitats et des écosystèmes naturels. Il s'agit de maintenir des normes de qualité de l'air et de diminuer les polluants atmosphériques nocifs. Les entreprises s'efforcent également de concevoir des produits et des procédés chimiques qui éliminent les risques toxiques, réutilisent ou recyclent les matériaux et diminuent les coûts globaux du cycle de vie.



5

COMMENT INCORPORER LE MODÈLE TRIPLE BILAN DANS UNE ENTREPRISE

L'adoption du modèle du triple résultat au sein d'une entreprise nécessite de considérer les effets économiques, sociaux et environnementaux de vos activités. Voici quelques étapes essentielles pour vous assister dans l'intégration du modèle du triple résultat dans votre entreprise :

1. **Comprendre le triple bilan**: Initiez-vous au concept du triple résultat net, qui souligne l'importance du profit, des personnes et de la planète dans les décisions des entreprises. Reconnaissez que la réussite financière doit être harmonisée avec les responsabilités sociales et environnementales.

2. **Effectuez une évaluation de la durabilité** : examinez vos pratiques commerciales actuelles et identifiez les domaines où vous pouvez renforcer la durabilité. Prenez en compte des éléments tels que la consommation d'énergie, la gestion des déchets, les pratiques de la chaîne d'approvisionnement, le bien-être des employés et l'engagement envers la communauté.

3. **Définissez des objectifs de développement durable** : établissez des cibles précises et quantifiables qui s'alignent sur les principes du triple résultat. Ces cibles doivent concerner des domaines tels que la diminution des émissions de carbone, la promotion de la diversité et de l'inclusion, le soutien aux communautés locales et l'adoption de pratiques d'approvisionnement durables.

4. **Intégrez la durabilité dans votre stratégie** : incorporez les considérations de durabilité dans votre stratégie commerciale globale. Veillez à ce que les objectifs et les pratiques de durabilité soient intégrés à tous les aspects de vos opérations, du développement de produits au marketing et à l'engagement des clients.

5. **Engagez les parties prenantes** : associez les employés, les clients, les fournisseurs et les autres parties prenantes à vos initiatives de développement durable. Demandez leur avis, recueillez leurs retours et collaborez pour élaborer des solutions novatrices face aux défis du développement durable. Favorisez l'implication des employés et établissez une culture du développement durable au sein de votre organisation.



6. **Appliquer des pratiques durables** : effectuez des actions concrètes pour intégrer des pratiques durables dans vos activités commerciales. Cela peut inclure l'adoption de technologies écoénergétiques, la diminution des déchets, l'établissement de programmes de recyclage, l'approvisionnement en matériaux durables et la promotion d'une consommation responsable.

7. **Évaluez et rapportez les avancées** : observez et évaluez régulièrement l'impact de vos initiatives de développement durable. Employez des indicateurs clés de performance (ICP) pour suivre les avancées et rendre compte des résultats de vos efforts en matière de triple résultat. Partagez de manière transparente vos réalisations en matière de développement durable avec les parties prenantes.

8. **Encouragez les partenariats et les collaborations** : travaillez avec d'autres entreprises, organisations sectorielles, ONG et agences gouvernementales pour échanger des meilleures pratiques, apprendre mutuellement et faire face ensemble aux défis du développement durable. Examinez les opportunités de partenariats qui s'alignent sur vos objectifs de triple résultat.

9. **Amélioration continue** : le développement durable est un processus incessant. Révisez et actualisez régulièrement vos objectifs et pratiques en matière de développement durable, en tenant compte des tendances émergentes et des meilleures pratiques. Restez informé des nouvelles technologies, des réglementations et des normes sectorielles qui peuvent vous aider à optimiser encore plus vos performances en matière de triple résultat.

10. **Informez et éduquez** : Transmettez de manière efficace votre engagement envers le triple résultat à vos employés, clients et parties prenantes. Sensibilisez-les à l'importance du développement durable et aux bénéfices qu'il apporte à l'entreprise, à la société et à l'environnement. Incitez-les à s'engager activement dans vos initiatives de développement durable.

En suivant ces étapes, vous pouvez intégrer de manière efficace le modèle du triple résultat dans votre entreprise, ce qui aura un impact positif sur les bénéfices, les individus et la planète. N'oubliez pas que la durabilité est un processus continu et qu'elle exige un engagement ainsi que des efforts constants pour parvenir à un succès durable.



6

ÉTUDES DE CAS SUR LE TRIPLE RÉSULTAT NET : LES INDIVIDUS, LA PLANÈTE ET LE BÉNÉFICE

De nombreuses entreprises ont intégré le modèle du triple résultat dans leurs opérations, mais analysons quelques-uns des exemples les plus significatifs de ces dernières années :

patagonia®

Patagonia utilise depuis longtemps le TBL comme guide éthique pour développer et gérer ses activités, et représente un excellent exemple d'entreprise qui doit réussir pour avoir un impact dans les trois domaines que sont les personnes, le profit et la planète. Voici comment Patagonia a abordé chaque domaine :



Planète : L'ambition de Patagonia est de concevoir des vêtements de qualité qui respectent l'environnement. Cette ambition les a amenés à :

- La production de vêtements à partir de bouteilles en plastique recyclées a été lancée en 1993 pour aider à combattre la crise du plastique.
- En 1994, Patagonia a réalisé que 25 % de tous les pesticides toxiques employés dans l'industrie agricole étaient issus de la culture du coton. Par conséquent, bien qu'ils aient connu une hausse de leurs coûts de 50 à 100 % dans certains cas, ils ont opté pour le coton biologique et ont ainsi augmenté le prix de leurs vêtements.
- Ils sont également reconnus pour mettre fin à leur collaboration avec des fournisseurs ayant des pratiques inhumaines envers les animaux.
- Ils promeuvent la sobriété (principes de soutien à l'économie circulaire) en incitant les consommateurs à se questionner sur la nécessité d'un achat, illustré par leur célèbre campagne publicitaire « N'achetez pas cette veste ». En 2016, ils ont approfondi cette notion en reversant 100 % de leurs ventes au détail mondiales à des organisations à but non lucratif engagées dans des problématiques environnementales.



- En 1985, Yvon (le créateur de Patagonia) et son associé, Craig Matthews, ont initié 1% pour la planète, à peu près au même moment où Patagonia a réduit son don de 10 % des bénéfices à 1 % des ventes pour des initiatives environnementales.
- Pour renforcer son engagement envers la planète, Patagonia a établi Tin Shed Ventures, un fonds d'investissement, en 1993, afin de financer des entreprises développant des solutions d'énergie renouvelable, l'agriculture régénératrice, la conservation de l'eau, la gestion des déchets et la fabrication de matériaux durables.
- Yvon a également collaboré avec de nombreuses organisations, notamment : The Conservation Alliance, The Sustainable Apparel Coalition, The Fair Labor Association, le label de produits organiques régénératifs, The Common Threads Initiative, B Corporation, et l'American Sustainable Business Council.



Personnes : Patagonia est depuis longtemps un champion de l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, comme en témoigne le titre du livre d'Yvon « Let My People Go Surfing ». L'entreprise a œuvré pour améliorer la qualité de vie de ses employés, ce qui se traduit par un taux de rotation du personnel très faible. Voici quelques initiatives qu'ils ont mises en place :

- Le titre du livre d'Yvon n'est pas seulement une figure de style, l'entreprise offre véritablement à ses employés la possibilité d'aller surfer lorsque le temps est clément, ou encore de faire une promenade à vélo ou de l'escalade pour encourager la santé et le bien-être.

Ouvrir des crèches pour leurs employés

En permettant des horaires flexibles, ils ferment néanmoins les portes du bâtiment à 20 heures et le week-end afin de garantir que les employés ne travaillent pas tard et ne perdent pas de moments précieux avec leur famille et leurs amis.

Ils proposent un congé parental de 2 mois aux parents.

Couvrir l'intégralité des frais d'assurance santé des employés.

L'entreprise veille à ce que sa chaîne d'approvisionnement traite également ses employés de manière équitable et met fin à sa collaboration avec des fournisseurs qui ne respectent pas cette exigence. En 2010, elle a réalisé un audit de 90 % de sa chaîne d'approvisionnement afin de s'assurer du respect des engagements environnementaux et sociaux de ses fournisseurs.

Patagonia est également un membre fondateur de l'Association du Commerce Équitable.





Bénéfice : En explorant l'histoire de Patagonia, on a presque l'impression que le bénéfice n'est qu'un effet secondaire de leur mission fondamentale, qui consiste à fabriquer des vêtements écologiques, une mission à laquelle les clients ont pu s'engager et qu'ils ont soutenue, ce qui leur a permis de multiplier par quatre leurs ventes au cours de la dernière décennie. Les stratégies mises en œuvre pour croître comprennent :

- Comment elle applique sa stratégie marketing pour exprimer son engagement envers le Triple Bilan afin d'attirer des clients et de continuer à élargir sa base fidèle de consommateurs, ce qui contribue à sa rentabilité.
- Patagonia a généré un chiffre d'affaires d'un milliard de dollars en 2012.

(Source : <https://www.greenbusinessmba.com/blog/what-is-the-triple-bottom-line>)



Unilever

Unilever, le leader mondial des biens de consommation, a profondément intégré le Triple Bilan dans sa stratégie, en mettant l'accent sur l'impact social, la durabilité environnementale et la croissance économique. Le Plan de Vie Durable de l'entreprise décrit ses ambitions pour engendrer des changements positifs dans ces domaines. Voici comment Unilever aborde chaque aspect du TBL :



Planète : Unilever s'engage à diminuer son impact environnemental avec des objectifs tels que l'atteinte de zéro émission nette sur l'ensemble de sa chaîne de valeur d'ici 2039. L'entreprise a investi dans des solutions novatrices telles que des emballages durables et des énergies renouvelables pour soutenir cet objectif.

- L'entreprise s'est engagée à assurer que tous ses emballages en plastique soient recyclables, réutilisables ou compostables d'ici 2025. Unilever s'implique également activement dans les initiatives mondiales visant à combattre les déchets plastiques et à promouvoir les pratiques d'économie circulaire.

L'entreprise met l'accent sur la préservation de l'eau, avec pour objectif de diminuer de 50 % l'eau consommée dans ses processus de production d'ici 2025 et d'améliorer l'accès à l'eau dans les communautés où elle est active.





Personnes : Unilever s'engage à rehausser les conditions de vie de millions d'individus à travers divers programmes, incluant des rémunérations équitables et des initiatives de développement communautaire. L'entreprise promeut l'égalité des genres et s'est engagée à assurer des pratiques de travail justes dans l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement.

- Les initiatives de santé et de bien-être de l'entreprise visent plus d'un milliard de personnes, en se concentrant sur l'amélioration de l'hygiène, de la nutrition et de la santé mentale à travers ses marques et ses collaborations.



Bénéfice : Unilever a affiché de solides performances financières avec un chiffre d'affaires annuel s'élevant à 60 milliards d'euros en 2022. L'engagement de l'entreprise envers des pratiques durables renforce non seulement sa réputation, mais favorise également sa croissance. Les marques durables de son portefeuille connaissent une expansion plus rapide que les autres, prouvant que la responsabilité sociale et environnementale peut coexister avec le succès économique.

- En intégrant la durabilité dans ses activités fondamentales et dans son éventail de produits, Unilever s'assure que ses bénéfices financiers sont en harmonie avec des contributions notables à la société et à l'environnement.



3 Elizabeth Wanjiru Wathuti

Elizabeth Wanjiru Wathuti, une éminente militante écologiste du Kenya, a créé la Green Generation Initiative, qui a planté plus de 30 000 jeunes arbres au Kenya. Cette initiative ne se limite pas à la reforestation, mais incite également les jeunes à découvrir et à préserver le monde naturel. L'engagement de Wathuti met en lumière l'importance de la reforestation dans la lutte contre le changement climatique et souligne la nécessité de sensibiliser les jeunes à la protection de l'environnement.

Ses efforts ont reçu une reconnaissance internationale. À l'occasion de la Journée internationale de la jeunesse en 2019, le duc et la duchesse de Sussex ont salué son travail de préservation de l'environnement sur Instagram. Elle a également été mise en avant sur le site Web du Queen's Commonwealth Trust. De plus, Greenpeace l'a reconnue, avec Vanessa Nakate et Oladuso Adenike, comme l'une des trois jeunes militantes noires pour le climat en Afrique ayant eu un impact significatif cette année-là. L'engagement de Wathuti en faveur de pratiques durables inspire une nouvelle génération à s'impliquer activement dans la lutte contre le changement climatique.

Références

- <https://www.greenbusinessmba.com/blog/what-is-the-triple-bottom-line>)
- <https://www.unep.org/youngchampions/bio/2019/africa/elizabeth-wathuti>)
- <https://www.greenbusinessmba.com/blog/what-is-the-triple-bottom-line>)



Félicitations

**Vous avez complété le
deuxième module du MOOC !**

2



Co-funded by
the European Union

Le soutien de la Commission européenne à la réalisation de cette publication ne constitue pas une approbation de son contenu, qui reflète uniquement l'opinion des auteurs, et la Commission ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elle contient.



DÉFINIR UN PROJET

**CADRE
THÉORIQUE**

MODULE 3

INFORMATIONS RELATIVES AU PROJET

ACRONYME DU PROJET	ECOPRENEETS
TITRE DU PROJET	Renforcer les compétences éco-entrepreneuriales des NEETs
RÉFÉRENCE DU PROJET	2022-2-FR02-KA220-VOUS-000098683
DURÉE DU CHANTIER	31.03.2023-30.03.2025
SITE INTERNET DU PROJET	https://ecopreneets.erasmusplus.website/

PARTENAIRES DU PROJET



Version	Date	Auteur	Organisation	Action	Pages
1	16/06/23	LENA	LENA	C	
2	25/07/2023	LEARNING SEED	LEARNING SEED	I	13
3	11/10/2023	LEARNING SEED	LEARNING SEED	U	21

(*) Action : C = Création, I = Insertion, U = Mise à jour, R = Remplacement, D = Suppression

Table des MATIÈRES

0 MODULE 3 : Définition d'un projet

1 Introduction

2 Sous-module 1 : Analyser les aspirations personnelles

2.1 Objectifs à long terme

2.2 Objectifs à court terme

3 Sous-module 2 : Analyse de la faisabilité

Dimension du marché

Supériorité du produit ou du service

Opportunité économique

Evaluation de l'équipe de direction

- Obstacles ou catalyseurs de l'entrepreneuriat durable
- Politiques publiques et entrepreneuriat durable

4 Sous-module 3 : Évaluation de l'impact potentiel

4.1 Évaluation des impacts

- Entreprises à vocation sociale
- Exemples d'entreprises grecques ayant un impact social et environnemental

DÉTERMINER UN PROJET

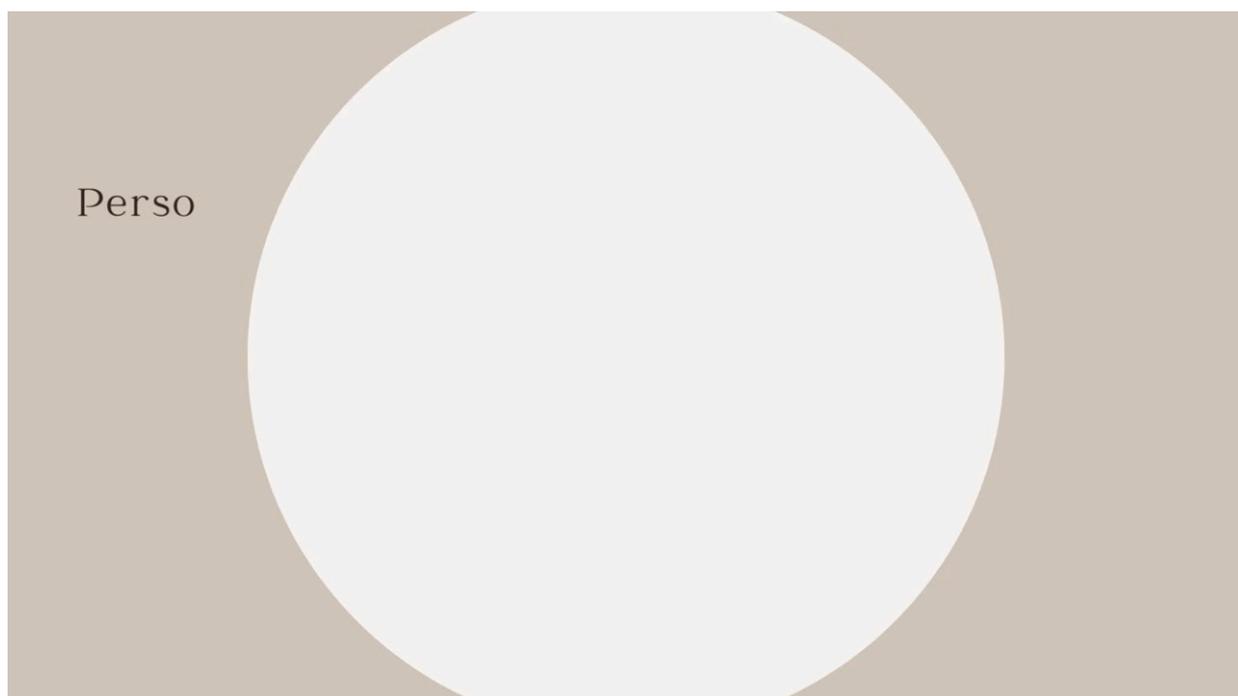
1 INTRODUCTION

Cette section vous expliquera les éléments nécessaires pour être employé dans une entreprise respectueuse de l'environnement, ou lancer une éco-entreprise. Nous aborderons les objectifs qui doivent être clairement établis avant de lancer une entreprise, en précisant ce qu'ils sont et comment les définir efficacement. En explorant l'interaction captivante entre l'entrepreneuriat et la responsabilité écologique, vous apprendrez à réaliser une évaluation des besoins, à identifier l'écart avec le marché avant de prendre des décisions cruciales, et à relier l'impact social aux bénéfices escomptés tout en préservant la vision et les objectifs de l'entreprise.



2

EXPLOREZ VOS AMBITIONS PERSONNELLES



<https://www.youtube.com/watch?v=XpKvs-apvOs>

Dans les projets d'entreprise, il est courant que les aspirations et les objectifs personnels coïncident, se répartissant en objectifs à long terme et à court terme.



2.1 Objectifs à long terme.

Lorsque nous évoquons des objectifs à long terme, nous faisons référence à ce qu'une entreprise aspire à réaliser sur une période prolongée, tout en ayant une échéance définie. Ces objectifs requièrent des stratégies spécifiques et des processus hautement coordonnés, généralement établis dès le départ, afin de prévoir des dates précises, le nombre exact d'employés et de cadres impliqués, tout en garantissant que le personnel reçoit la formation adéquate pour les atteindre. L'importance des équipements et des outils ne doit pas être sous-estimée, car en établissant des objectifs à long terme, les besoins ou les pénuries nécessaires se manifestent.

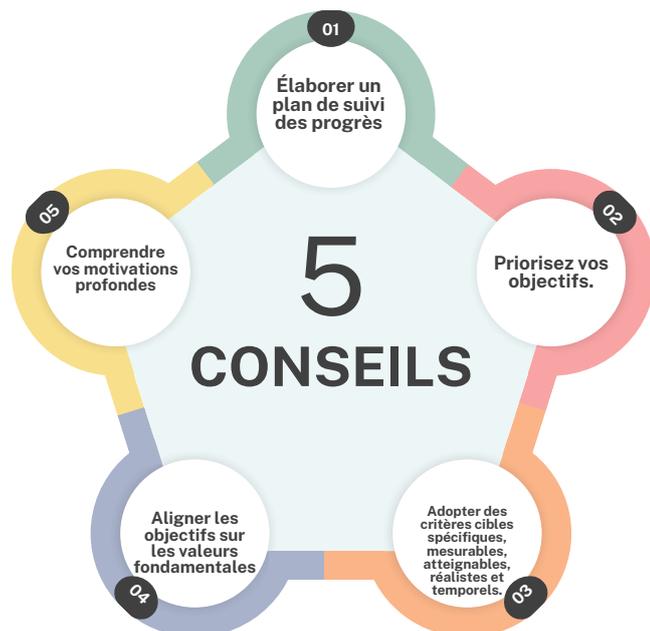
Par conséquent, nous pouvons affirmer que les objectifs à long terme sont des aspirations personnelles et professionnelles qui se projettent vers l'avenir, nécessitent une planification approfondie et prennent souvent entre 12 mois et 10 ans pour être réalisés.

Ces objectifs représentent vos aspirations, en vous offrant une orientation et une vision pour votre entreprise. Un aspect remarquable est la manière dont ces objectifs reflètent intrinsèquement vos valeurs et votre éthique, servant de principes directeurs pour influencer le cours de votre vie et de votre entreprise. Le fait que nous discutons d'un modèle économique n'exclut pas que vos ambitions personnelles aient leur place ici. Ce n'est pas parce que les objectifs à long terme évoquent une vision, un but plus large, qu'il ne doit pas y avoir un équilibre entre les ambitions personnelles et professionnelles, car elles semblent toutes étroitement interconnectées. Par exemple, si une entreprise écologique est fondée pour offrir au public des produits de haute qualité issus de matières naturelles, l'ambition personnelle est que votre entreprise ait un impact positif sur la communauté et la société. Ainsi, un objectif à long terme de l'entreprise est d'éduquer le public sur l'importance d'utiliser des matières naturelles plutôt que des produits chimiques, tout en augmentant vos revenus, ce qui est en harmonie avec le bien que vous souhaitez apporter à la société.

Pour réaliser des objectifs à long terme, il est essentiel de concevoir un plan global, c'est-à-dire une stratégie qui inclut plusieurs étapes ainsi que des processus de suivi et d'évaluation des progrès et du succès. Par conséquent, il est également nécessaire de définir des objectifs à court terme, qui agissent comme de petites étapes réalisées en cours de route et qui servent de « tremplins » pour atteindre un objectif à long terme.



Pour améliorer vos chances de succès, prenez en considération les recommandations suivantes :



- **Élaborer un plan de suivi des progrès.**

Établissez un plan méthodique pour surveiller vos avancées vers vos objectifs à long terme.

- **Priorisez vos objectifs.**

Établissez une priorisation parmi vos objectifs selon leur importance et leur pertinence. Cela assure que vos efforts sont concentrés sur les objectifs les plus essentiels.

- **Adoptez des critères cibles spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et temporels.**

Établissez des objectifs spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et temporels (SMART). Cette méthode renforce la clarté et la faisabilité, rendant le suivi des progrès plus aisé.

- **Aligner les objectifs sur les valeurs fondamentales**

Alignez vos objectifs à long terme avec vos valeurs essentielles, telles que la compassion, la créativité ou la reconnaissance. Cet alignement offre une motivation intrinsèque et assure que vos objectifs sont en accord avec vos convictions fondamentales.

- **Comprendre vos motivations profondes**

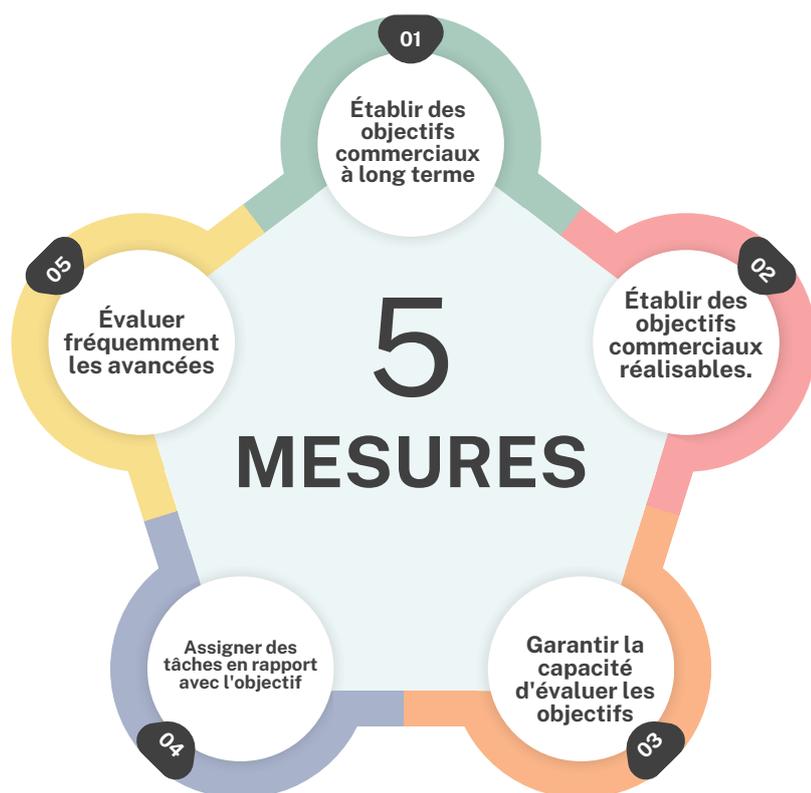
Acquérir une compréhension approfondie des raisons qui sous-tendent la volonté d'atteindre un objectif spécifique. Connaître les motivations fondamentales renforce votre engagement et votre résilience, surtout durant les phases difficiles du processus.

2.2 Objectifs à court terme

Le terme « court » est fondamental pour décrire les objectifs à court terme. Ceux-ci définissent les objectifs commerciaux que vous aspirez à réaliser dans un avenir proche, pouvant s'étendre d'une semaine à un an, en fonction du projet et des préférences de l'organisation. Ils mettent l'accent sur le présent, favorisant la productivité et une gestion efficace du temps.

Les objectifs à court terme sont précis, réalisables et centrés sur les efforts individuels ou collectifs plutôt que sur une stratégie globale. Cela dit, ces objectifs doivent toujours être établis en tenant compte d'une stratégie à long terme. Pour définir des objectifs à court terme, il est essentiel de connaître la direction générale de votre entreprise. En d'autres termes, les objectifs à court terme représentent les étapes nécessaires pour atteindre vos aspirations et servent d'outil pour s'assurer que vous progressez dans la bonne direction.

Les étapes à suivre pour établir des objectifs commerciaux à court terme :



- **Établir des objectifs commerciaux à long terme :**

La première étape pour définir des objectifs commerciaux à court terme est d'identifier les objectifs à long terme. Aligned ces objectifs avec les besoins commerciaux immédiats et la vision globale de votre entreprise.

- **Établir des objectifs commerciaux réalisables :**

Pour atteindre chaque petit objectif, il est essentiel de s'engager dans des étapes précises et claires dès le début. Par exemple, si vous souhaitez recruter deux personnes qualifiées pour un projet spécifique, il sera nécessaire de publier une annonce, de planifier des entretiens dans un délai déterminé et de fixer une date limite pour finaliser le recrutement afin d'éviter tout retard.

- **Garantir la capacité d'évaluer les objectifs :**

Une fois que vos objectifs sont clairement établis, ils doivent être quantifiables. Par exemple, si vous souhaitez entrer en contact avec des entreprises en lien avec vous pour vous développer ou acquérir de l'expérience, précisez dès le départ combien de ces entreprises existent et à chaque fois que vous les contacterez jusqu'à ce que vous atteigniez vos attentes.

- **Attribuer des missions en rapport avec l'objectif :**

Une fois les objectifs définis, assignez les tâches associées à chaque objectif à court terme à des employés ou à des équipes spécifiques responsables.

- **Évaluez fréquemment les avancées :**

Élaborez des méthodes ou des outils et à chaque fois, vous évalueriez les avancées et l'atteinte de chaque objectif.

DIFFÉRENCES

La distinction essentielle entre les objectifs à court terme et les objectifs à long terme réside dans leur finalité. Les objectifs à long terme sont stratégiques : ils forment un plan pour l'avenir de l'entreprise. Les objectifs à court terme participent au succès de l'entreprise, mais sont davantage associés à vos performances actuelles.

Il n'existe pas d'approche unique pour déterminer ce qui est considéré comme à court ou à long terme, mais en général, les objectifs à court terme sont souvent mesurés en semaines ou en mois, tandis que les objectifs à long terme s'étendent sur des années. Les stratégies commerciales à long terme nécessitent de multiples objectifs à court terme pour être réalisées.

Les objectifs à court terme et les objectifs à long terme d'une organisation se distinguent également par leur adaptabilité. Les objectifs à court terme sont souvent plus précisément définis et réalisables, tandis que les objectifs à long terme présentent une plus grande flexibilité face aux évolutions stratégiques.

Veillez visionner cette vidéo « Fixation d'objectifs pour les entrepreneurs modernes » :



<https://www.youtube.com/watch?v=nSsh-FSLJE8>



3

ÉVALUATION DE LA VIABILITÉ

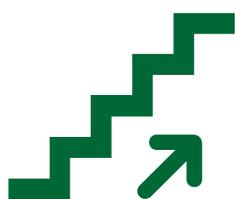
Une étude de faisabilité exhaustive permet de confirmer que nous sommes sur la bonne voie concernant les processus ou les étapes que nous avons planifiés. Elle fournit aux décideurs une vue d'ensemble sur les avantages, les inconvénients, les obstacles et les contraintes potentiels qui pourraient influencer le résultat. L'objectif principal d'une étude de faisabilité est d'établir la viabilité et l'opportunité globale d'un projet, en tenant compte des aspects techniques, financiers, juridiques et commerciaux. Lorsqu'on envisage la poursuite d'un projet, les étapes initiales nécessitent un examen minutieux de sa faisabilité. Dans certains cas, la réponse peut être simple : sans aucun doute réalisable. Cependant, pour les projets jugés essentiels, surmonter les obstacles devient une partie intégrante du parcours, mettant en lumière l'engagement nécessaire pour relever les défis.

Mais quand une analyse de faisabilité est-elle nécessaire ?



Source de l'image :

<https://senwork.com/engineering/feasibility-conceptual-study/>



Phases d'une évaluation de faisabilité

• Dimension du marché

1. Lors de la conduite d'une étude de faisabilité, l'évaluation de la taille du marché est cruciale pour prendre des décisions éclairées et analyser la probabilité de succès d'un projet entrepreneurial. Pour établir efficacement la taille du marché, suivez ces étapes :
2. **Identifiez votre audience cible** : concentrez-vous sur des individus ou des groupes particuliers intéressés par votre produit ou service en facilitant la collecte et l'analyse des données.
3. **Examiner les données de marché disponibles** : tirer des informations de rapports sectoriels, de publications gouvernementales, d'associations professionnelles et de sociétés de recherche.
4. **Réaliser des enquêtes et des entretiens** : enrichissez les données existantes avec des informations spécifiques en menant des enquêtes auprès de clients potentiels. Employez des outils en ligne pour collecter des informations sur les préférences, les comportements d'achat et les perceptions.
5. **Exploitez les recherches secondaires** : utilisez les sources déjà publiées, telles que les rapports sectoriels et les études de cas, pour comprendre les tendances du marché, l'analyse de la concurrence et le comportement des clients. Cela s'avère particulièrement utile lorsque les recherches primaires ne sont pas réalisables.
6. **Considérez le marché total adressable (TAM)** : évaluez le potentiel de revenus maximal en l'absence de concurrence ou de contraintes de marché. Bien qu'il soit peu probable que cela reflète l'intégralité du TAM, cela offre une base pour appréhender la taille réalisable du marché.

• Supériorité du produit ou du service.

1. Il est essentiel de confirmer que votre produit ou service n'est pas encore disponible sur le marché ou qu'il surpasse les offres existantes. Le public doit être conscient que votre proposition est supérieure et qu'elle apportera une valeur ajoutée significative au marché. Les bénéfices que vous pourrez offrir aux clients peuvent inclure une amélioration de leur qualité de vie, un gain de temps et une réduction de la frustration, une rentabilité accrue ou une facilitation des gains financiers.



• Possibilité économique

1. Les entreprises conçoivent un modèle d'entreprise stratégique qui détermine les facteurs favorables à une rentabilité exceptionnelle. La viabilité d'une entreprise est définie par le consensus des parties prenantes sur le fait que les perspectives économiques sont prometteuses et que le risque d'échec est relativement faible.

• La puissance de l'équipe de direction

1. Les entrepreneurs qui créent une start-up doivent analyser si l'équipe qu'ils ont formée possède les compétences et l'expérience requises pour garantir le succès de l'entreprise. Pour remédier aux lacunes de l'équipe, les fondateurs doivent concevoir un plan qui précise les personnes spécifiques dont ils ont besoin ainsi que la stratégie pour les recruter. Démarrer une entreprise avec une équipe de direction incomplète ou peu expérimentée diminue les chances de succès. Disposer d'un excellent produit ou d'un plan d'affaires de qualité ne suffit pas ; l'équipe de direction doit prouver sa capacité à mettre en œuvre le plan de manière efficace et précise.

Obstacles ou catalyseurs de l'entrepreneuriat durable

1. Les entrepreneurs écologiques doivent naviguer dans un environnement réglementaire complexe et souvent incohérent pour les entreprises respectueuses de l'environnement. En fonction de leur secteur, de leur localisation et de l'ampleur de leurs activités, ils peuvent faire face à des obstacles juridiques et administratifs, notamment des exigences en matière de licences, des structures fiscales, des normes environnementales, des restrictions commerciales et des droits de propriété intellectuelle. Ces éléments peuvent accroître les coûts, provoquer des retards et engendrer des incertitudes, ce qui peut freiner l'innovation et la concurrence. Par conséquent, les entrepreneurs écologiques doivent être au fait des réglementations en vigueur et s'y conformer, plaider pour des politiques plus favorables et harmonisées, et dialoguer avec diverses parties prenantes telles que les gouvernements, la société civile et les associations professionnelles.

Overcoming Challenges and Barriers in Green Entrepreneurship



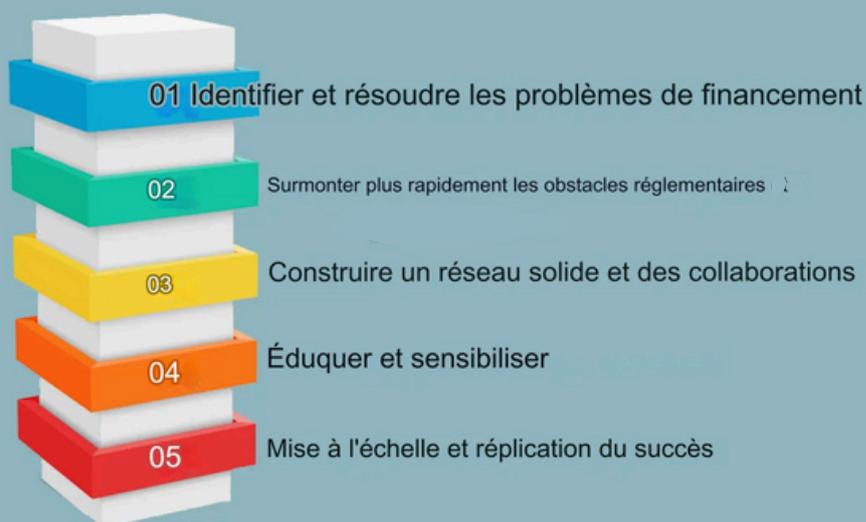
Image Source:

<https://fastercapital.com/content/Why-Green-Entrepreneurship-is-the-Future-of-Business.html>

Public policy and green entrepreneurship

If you want to start an eco-business, policies and initiatives should be put in place to promote environmentally friendly business practices and facilitate the development of sustainable industries. In addition, you need to seek educational programmes and training initiatives that empower entrepreneurs with the skills and knowledge needed to create and sustain environmentally conscious businesses.

Surmonter les défis et les obstacles de l'entrepreneuriat vert



Source de l'image :

<https://fastercapital.com/content/Pourquoi-Green-Entrepreneurship-is-the-Future-of-Business.html>

Politiques publiques et entrepreneuriat durable

1. Si vous envisagez de fonder une entreprise écologique, il est essentiel d'établir des politiques et des initiatives visant à encourager des pratiques commerciales respectueuses de l'environnement et à favoriser le développement d'industries durables. De plus, il est important de se renseigner sur les programmes éducatifs et les initiatives de formation qui fournissent aux entrepreneurs les compétences et les connaissances requises pour créer et gérer des entreprises respectueuses de l'environnement.

4 types d'analyses de faisabilité

Une étude de faisabilité se compose de quatre éléments essentiels : la faisabilité technique, la faisabilité financière, la faisabilité commerciale (ou adéquation au marché) et la faisabilité opérationnelle. Ces quatre catégories d'études de faisabilité sont largement acceptées, bien qu'il soit important de souligner que la majorité des études de faisabilité incluent une analyse de chacun de ces éléments.



FAISABILITÉ TECHNIQUE

En réalisant une étude de faisabilité technique, les organisations peuvent évaluer si elles possèdent les ressources techniques requises, telles que les outils, la technologie, les matériaux, la main-d'œuvre et l'infrastructure logistique adéquate pour transformer une idée en un système d'exploitation pleinement opérationnel et financièrement viable. Cette étude permet d'identifier de manière proactive les défis potentiels en proposant des solutions aux problèmes avant le lancement du projet. De plus, elle constitue une feuille de route stratégique pour la planification à long terme, décrivant l'évolution des produits et services depuis la conception jusqu'à la commercialisation.



VIABILITÉ ÉCONOMIQUE

L'évaluation de la faisabilité économique consiste à déterminer si un projet est économiquement viable. Cela implique un examen approfondi dans le cadre d'un rapport de faisabilité économique, qui inclut une analyse coûts-avantages du projet. De plus, le rapport anticipe le retour sur investissement (ROI) prévu et décrit les risques financiers éventuels. L'objectif principal de l'étude de faisabilité économique est de mieux appréhender les bénéfices économiques que le projet est susceptible de générer.



VIABILITÉ DU MARCHÉ

Ce type de rapport vise à évaluer les performances anticipées des livrables du projet sur le marché. Ce segment du rapport inclut une analyse de marché, une étude de la concurrence sur le marché et des prévisions de ventes.



FAISABILITÉ OPÉRATIONNELLE

Le dernier type évalue l'organisation, sa capacité à exécuter tous les processus requis pour la réalisation d'un projet. Il évalue l'organisation dans son ensemble, depuis les ressources humaines jusqu'au cadre juridique dans lequel elle opère.

4 ÉVALUATION DE L'IMPACT POSSIBLE



<https://www.youtube.com/watch?v=RWtTOEfhNsE>

4.1 Évaluation des impacts

Lorsque nous évoquons l'« évaluation d'impact » en lien avec un projet futur que vous envisagez de réaliser, nous faisons référence à l'analyse approfondie des effets environnementaux et sociaux d'un projet proposé ainsi que de ses alternatives, dans le cas où il est estimé que ses effets, tant durant la phase de mise en œuvre qu'après son achèvement, seront préjudiciables plutôt que bénéfiques. Cette évaluation inclut des descriptions tant qualitatives que quantitatives, englobant des évaluations qualitatives telles que les niveaux d'impact élevés, moyens et faibles, ainsi que des mesures quantitatives. Une fois l'évaluation détaillée achevée, des mesures d'atténuation sont déterminées pour réduire ou éviter les impacts prévus.

Dans ce contexte, l'atténuation désigne les stratégies visant à réduire ou à contourner les impacts identifiés. Ces mesures répondent directement aux conclusions de l'évaluation d'impact et incluent des actions préventives pour éviter les dommages, des limitations de la gravité et de la durée des impacts, ainsi que des mécanismes de compensation pour les impacts inévitables qui ne peuvent pas être réduits davantage. Une fois que vous avez une compréhension systématique et complète des impacts potentiels, vous pouvez mettre en œuvre une stratégie pour garantir que les impacts négatifs sont minimisés ou maintenus dans des limites acceptables. Cela inclut un inventaire détaillé des impacts pertinents, y compris les impacts cumulatifs, les impacts sociaux et les risques pour la santé, ainsi que l'identification de mesures d'atténuation spécifiques fondées sur les résultats de l'évaluation d'impact.



Source de l'image :

<https://www.fool.com/investing/stock-market/market-sectors/real-estate-investing/commercial-real-estate/environmental-impact-assessment/>

Les trois principaux types d'évaluation d'impact sont :

- **Évaluation des effets sur l'environnement**

Ce processus, qui examine les impacts environnementaux durant l'organisation et la mise en œuvre d'un projet, n'a pas pour objectif d'entraver des processus prédéterminés, mais d'informer le public et les parties prenantes sur les impacts futurs afin d'obtenir une approbation éclairée. Il ne s'agit pas d'une méthode ou d'une technique d'analyse unique, mais d'une combinaison de diverses approches selon le problème, et constitue un élément essentiel de l'analyse et de la stratégie d'entreprise d'un projet. Au cours de l'analyse d'impact, des informations émergent, nécessaires à la prise de décisions cruciales, et font partie intégrante de la conception d'un projet, plutôt que d'être considérées comme des éléments séparés ou additionnels. Le processus d'évaluation de l'impact environnemental doit être réalisé de manière professionnelle, rigoureuse, équitable, objective, impartiale et équilibrée, et doit être soumis à des contrôles et vérifications indépendants.

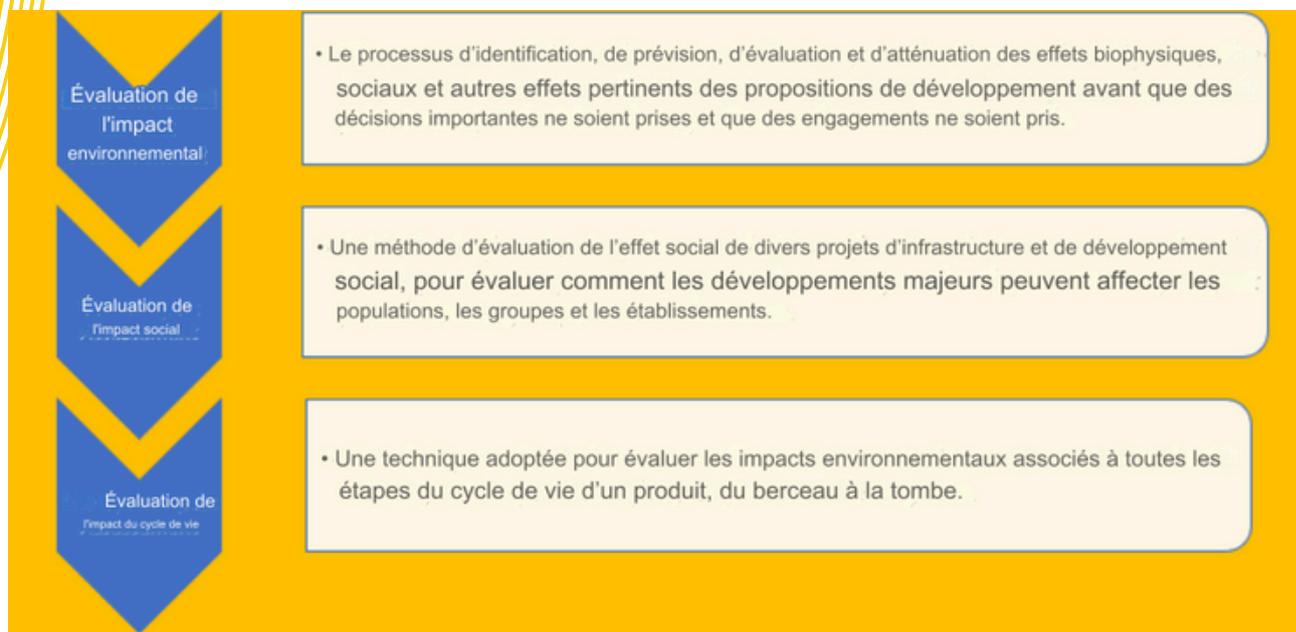
- **Évaluation de l'impact sociétal**

L'évaluation de l'impact social (EIS) examine, surveille et gère les effets sociaux des projets envisagés et a pour objectif de maintenir une société équitable et durable. L'EIS cherche à favoriser des résultats de développement bénéfiques, à renforcer les capacités et la confiance des communautés, ainsi qu'à impliquer les parties prenantes dans le processus d'évaluation. Les meilleures pratiques en matière d'EIS reconnaissent l'interconnexion des impacts sociaux, économiques et environnementaux. Bien qu'elle soit principalement appliquée aux interventions planifiées, l'EIS peut également évaluer les effets d'événements tels que les catastrophes et les changements démographiques. Elle est liée à de nombreux domaines, tels que le patrimoine culturel, les impacts sur la santé et les infrastructures. L'EIS intégrée nécessite généralement une équipe en raison de son ample portée.

- **Évaluation de l'impact du cycle de vie**

L'analyse du cycle de vie (ACV) est un processus qui a pour but d'évaluer les impacts environnementaux et sociaux d'un produit ou d'un service durant toute sa « vie » ou son utilisation. L'objectif d'une entreprise réalisant une analyse du cycle de vie est de déterminer si ses pratiques nécessitent des améliorations pour atteindre la durabilité. Une fois cette évaluation effectuée, les entreprises peuvent prendre des décisions concernant leurs processus afin de promouvoir de bonnes pratiques durables et d'identifier les méthodes appropriées.





Source de l'image :

<https://studycafe.in/evaluation-dimpact-et-methodologies-associees-117923.html>

Entreprises célèbres à impact social :

Patagonia

1. Patagonia est une société de vêtements dédiée à la durabilité écologique. La société emploie des matériaux recyclés dans ses articles, incite ses clients à réparer et réutiliser leurs vêtements, et soutient les organisations environnementales à travers son programme 1% for the Planet.

Toms

1. Toms est une société de chaussures qui adopte un modèle « un pour un ». Pour chaque paire de chaussures vendue, Toms offre une paire à un enfant dans le besoin. L'entreprise a également élargi sa mission pour inclure des initiatives liées aux lunettes, à l'accès à l'eau potable et à des naissances sécurisées.

Ben et Jerry's

1. Ben & Jerry's est une société de crèmes glacées dédiée à la justice sociale et environnementale. La société se procure des ingrédients provenant du commerce équitable, utilise des emballages écologiques et défend l'égalité des mariages ainsi que les questions relatives au changement climatique.



Exemples d'entreprises grecques ayant un effet social et environnemental :

Cocomat

Cocomat est une société spécialisée dans la literie et les meubles écologiques, utilisant des matériaux naturels tels que la fibre de coco et les algues dans ses créations. Elle met l'accent sur l'approvisionnement durable et le recyclage.

Sklavenitis

Sklavenitis est une enseigne de supermarchés en Grèce qui a mis en place des initiatives pour diminuer l'utilisation du plastique et favoriser des produits durables et locaux.

KORRES

KORRES est une société spécialisée dans les soins de la peau et les cosmétiques, mettant l'accent sur l'utilisation d'ingrédients naturels et de méthodes durables. Elle s'engage à utiliser des emballages écologiques et à soutenir les communautés locales en Grèce.

Costa Navarino

Costa Navarino représente un complexe hôtelier haut de gamme et un projet immobilier élaboré avec une attention particulière à la durabilité et à la protection de l'environnement. Ce complexe abrite plusieurs hôtels, des parcours de golf et diverses installations, tout en mettant un accent fort sur la préservation de l'écosystème local, la gestion de l'eau et le soutien à la communauté locale à travers différentes initiatives sociales. Ce projet revêt une grande importance dans le Péloponnèse, alliant tourisme de luxe et engagement envers la responsabilité environnementale et sociale.





Références

- Coursera. (2023, September 27). Career Aspirations. Retrieved from <https://www.coursera.org/articles/career-aspirations>
- Ulwick, A. (2016). Know Your Customers' "Jobs to Be Done." Harvard Business Review. <https://hbr.org/2016/09/know-your-customers-jobs-to-be-done>
- Meyer, E. (2021). How Cultural Differences Can Impact Global Teams. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2021/06/research-how-cultural-differences-can-impact-global-teams>
- Berkeley Wellbeing. (n.d.). Aspirations. <https://www.berkeleywellbeing.com/aspirations.html>
- Opexmanagers.com. (2023, September 28). Examples of Personal Aspirations. <https://opexmanagers.com/examples-of-personal-aspirations/>
- Nikolaou E.I., Ierapetritis D. & Tsagarakis K.P. (2021). An evaluation of the prospects of green entrepreneurship. eco-entrepreneurship.eu. https://eco-entrepreneurship.eu/wp-content/uploads/2021/07/An_evaluation_of_the_prospects_of_green.pdf
- Small Business - Chron. (n.d.). Counter Argument to the Potential Investor's Claim That Most Small Businesses Fail. <https://smallbusiness.chron.com/counter-argument-potential-investor-small-businesses-fail-76609.html>
- Convention on Biological Diversity. (n.d.). Importance of Biodiversity. <https://www.cbd.int/impact/importance.shtml>
- Salim, J. (n.d.). Rise of Social Entrepreneurship: Making a Positive Impact While Generating Profits. LinkedIn Pulse. <https://www.linkedin.com/pulse/rise-social-entrepreneurship-making-positive-impact-while-jawad-salim>
- Study Smarter. (n.d.). Understanding Markets and Customers. Study Smarter. <https://www.studysmarter.co.uk/explanations/marketing/marketing-information-management/understanding-markets-customers/>

Félicitations

**Vous avez complété le
troisième module du MOOC !**

3





PLAN D'AFFAIRES POUR ÉCO-ENTREPRENEURS

CADRE THÉORIQUE

MODULE 4

INFORMATIONS RELATIVES AU PROJET

ACRONYME DU PROJET	ECOPRENEETS
TITRE DU PROJET	Renforcer les compétences éco-entrepreneuriales des NEETs
RÉFÉRENCE DU PROJET	2022-2-FR02-KA220-VOUS-000098683
DURÉE DU CHANTIER	31.03.2023-30.03.2025
SITE INTERNET DU PROJET	https://ecopreneets.erasmusplus.website/

PARTENAIRES DU PROJET



Version	Date	Auteur	Organisation	Action	Pages
1	16/06/23	LENA	LENA	C	
2	25/07/2023	LEARNING SEED	LEARNING SEED	I	13
3	11/10/2023	LEARNING SEED	LEARNING SEED	U	21

(*) Action : C = Création, I = Insertion, U = Mise à jour, R = Remplacement, D = Suppression

Table des MATIÈRES

- 1 **MODULE 4 | Business Plan pour Éco-entrepreneurs**
 - 1.1 Introduction
- 2 **Sous-module 1 | Définition d'un business plan et son utilité**
- 3 **Sous-module 2 | Quels éléments sont inclus dans un Business Plan ?**
- 4 **Sous-module 3 | Modèle de plan d'affaires**



PLAN D'AFFAIRES POUR ÉCO-ENTREPRENEURS

1 PLAN D'AFFAIRES POUR ÉCO-ENTREPRENEURS

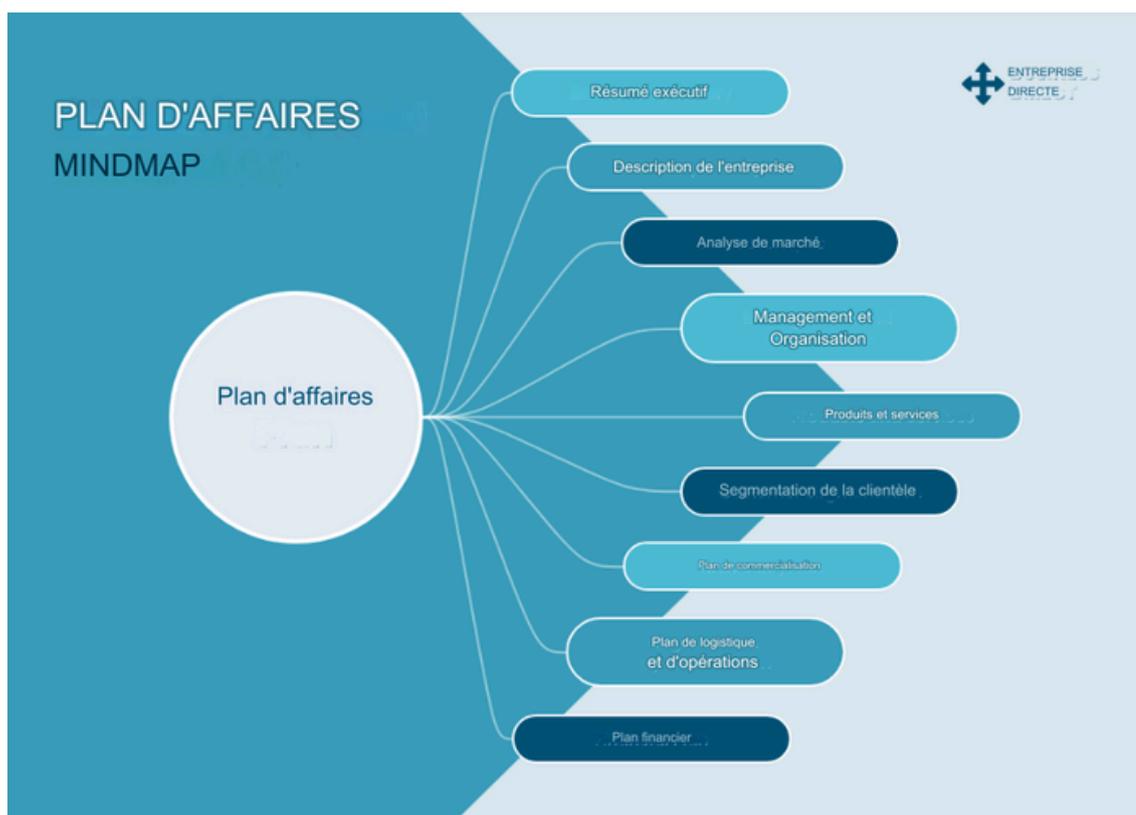
1.1 Introduction

Dans le paysage commercial contemporain, un plan d'affaires robuste est crucial pour les entrepreneurs et les organisations. Un plan d'affaires définit les objectifs, les stratégies et les prévisions financières d'une entreprise, servant de guide pour la croissance et le succès. Il est indispensable pour attirer les investisseurs, obtenir des financements et transmettre la vision de l'entreprise aux parties prenantes. Au cours de cette formation, nous analyserons l'importance des plans d'affaires, aborderons leurs éléments essentiels et étudierons les nouvelles tendances, telles que la durabilité, les pratiques responsables et la transformation numérique. Plongeons dans l'univers des plans d'affaires et découvrons comment ils peuvent contribuer à la réussite de vos entreprises.



2 QU'EST-CE QU'UN PLAN D'AFFAIRES ET À QUOI SERT-IL ?

Un plan d'affaires est un document qui présente les activités essentielles d'une entreprise, ses objectifs et les stratégies qu'elle envisage d'adopter pour les réaliser. Il inclut des informations sur les produits ou services offerts par l'entreprise, sa mission, sa vision, ses stratégies marketing et sa situation financière. Pensez-y comme à une feuille de route pour le marketing, les finances et les opérations. Le plan d'affaires est non seulement utile pour séduire des investisseurs ou obtenir des financements, mais il sert également de guide précieux pour la gestion et le développement de votre entreprise au fil du temps.



Source de l'image : <https://venngage.com/blog/business-plan-outline/>

3

QUELLES SONT LES COMPOSANTES D'UN PLAN D'AFFAIRES ?

Les plans d'affaires peuvent différer selon la nature de l'entreprise ou le public visé, mais en règle générale, ils contiennent les sections suivantes pour que le lecteur puisse appréhender l'entreprise, sa mission, ses activités et son marché :

Résumé :

- Une présentation de l'entreprise, de sa mission et de sa proposition de valeur distinctive.
- Met en lumière les objectifs et les buts essentiels du plan d'affaires.
- Offre une vue d'ensemble des prévisions financières et des exigences de financement de l'entreprise.
- Décrivez l'accent mis par l'entreprise sur la durabilité et la façon dont elle mettra en œuvre des stratégies fondées sur le triple résultat ou d'autres modèles de durabilité.

2. Présentation de l'entreprise et stratégie opérationnelle :

- Fournit une analyse approfondie du contexte, de l'historique et de la structure juridique de l'entreprise.
- Décrit la mission, la vision et les valeurs essentielles de l'entreprise.
- - Présente les produits ou services disponibles ainsi que leurs caractéristiques distinctives.
- Le plan opérationnel comprend : les prévisions de liquidités, le plan de bénéfices, le budget adaptable, l'analyse du point mort, le rapport sur les variations, l'évaluation par la direction, la réunion de direction et la déclaration de mission.

L'étude de marché et l'analyse de la concurrence offrent une évaluation approfondie du marché cible, englobant les données démographiques des clients, les tendances du marché et la concurrence. Cela peut comprendre une analyse SWOT (qui permet à une entreprise d'identifier ses forces, ses faiblesses, ses opportunités et ses menaces) pour apprécier la position de l'entreprise sur le marché.

4. Offres et services : Cette partie présente les offres ou services fournis par l'entreprise, en mettant en avant leurs caractéristiques distinctives et la façon dont ils satisfont les exigences du marché cible.



5. Les stratégies de marketing et de vente décrivent les approches utilisées pour promouvoir les produits ou services, attirer les clients et atteindre les objectifs de vente. Cette section peut comprendre une stratégie de tarification, des tactiques promotionnelles et des canaux de distribution.

6. La structure organisationnelle présente l'agencement organisationnel de l'entreprise, incluant les rôles et responsabilités essentiels des membres de l'équipe, ainsi que la façon dont l'entreprise sera administrée. Elle :

- Fournit une vue d'ensemble de la structure organisationnelle, incluant les rôles et responsabilités essentiels.
- Mets en avant les compétences et l'expérience de l'équipe de direction.
- Décrit la structure de gouvernance ainsi que tous les conseils consultatifs ou partenariats externes.

7. Les prévisions financières exposent les attentes financières de l'entreprise, y compris les estimations de revenus, l'évaluation des coûts et les états de flux de trésorerie. Elles englobent également l'analyse du point mort et le rendement sur investissement anticipé :

- Fournit une analyse approfondie des résultats financiers de l'entreprise, englobant les prévisions de chiffre d'affaires, de coûts et de rentabilité.
- Fournit une analyse des coûts de démarrage et des exigences de financement.
- Comprend un état des flux de trésorerie, un bilan et un compte de résultat.

8. Demande de financement : si vous êtes à la recherche d'un investissement, cette section précise le montant de financement requis, l'objectif des fonds et les conditions offertes aux investisseurs. Elle doit également illustrer les rendements potentiels et les opportunités de croissance pour les investisseurs.

9. Évaluation des risques :

- Identifie les dangers et les obstacles potentiels qui peuvent affecter l'entreprise.
- Élabore un plan de gestion des risques et des stratégies pour réduire les risques.
- Traite de la conformité légale et réglementaire, ainsi que de tous les risques particuliers au secteur.

10. Les annexes incluent toute information additionnelle qui soutient le plan d'affaires, telles que les données d'études de marché, les CV des membres essentiels de l'équipe, les documents juridiques et d'autres documents pertinents.

- Inclut tous les documents justificatifs additionnels, tels que les CV des membres essentiels de l'équipe, les données d'études de marché, les brochures de produits/services ou les contrats légaux.

10. Durabilité et modèle de triple bilan :

Personnes :

Bien-être des employés : La mise en place d'un environnement de travail positif et inclusif est essentielle, avec un accent particulier sur la promotion du bien-être et de l'épanouissement professionnel des employés. Une rémunération attractive, des avantages sociaux et des opportunités de formation et de développement seront proposés.

Un engagement proactif envers la communauté locale sera mis en œuvre par le biais de partenariats, de programmes de bénévolat et d'initiatives philanthropiques visant à satisfaire les besoins sociaux et à favoriser l'amélioration de la société.

Impact environnemental : La nécessité de réduire l'empreinte environnementale est reconnue, avec des stratégies visant à appliquer des pratiques durables dans l'ensemble des opérations, notamment la diminution de la consommation d'énergie, de la production de déchets et des émissions de gaz à effet de serre.

Dans la gestion de la chaîne d'approvisionnement, une coopération étroite avec les fournisseurs sera favorisée pour assurer le respect des pratiques durables et éthiques. Les fournisseurs qui partagent un engagement envers la gestion environnementale et la responsabilité sociale seront mis en avant.

Viabilité financière à long terme : les pratiques écologiques sont perçues comme un levier de succès financier durable. Les économies générées par l'efficacité énergétique et la diminution des déchets peuvent accroître les bénéfices tout en préservant l'environnement.

Innovation et perspectives de marché : L'examen de technologies émergentes et de solutions durables sera essentiel. En restant attentif aux tendances du marché et aux attentes des consommateurs, de nouvelles perspectives peuvent être repérées pour favoriser l'augmentation des bénéfices.

Le contenu et la structure d'un plan d'affaires peuvent différer selon le type d'entreprise et le public ciblé. Il doit être adapté pour satisfaire les besoins et les objectifs particuliers de l'entreprise. En outre, il est crucial d'intégrer une section sur votre « proposition de valeur ajoutée » afin de souligner ce qui vous différencie de vos concurrents et en quoi votre produit ou service est distinct.

4 EXEMPLE DE PLAN D'AFFAIRES

Plan d'entreprise :

La finalité d'un plan d'affaires est d'établir une entreprise pérenne qui répond aux enjeux environnementaux et encourage des pratiques écologiques. Nous sommes convaincus qu'en harmonisant nos objectifs commerciaux avec les principes de durabilité, nous pouvons bâtir une entreprise florissante tout en générant un impact bénéfique sur la planète.

Résumé "Notre entreprise orientée vers l'écologie et le développement durable a pour objectif de proposer des solutions novatrices face aux enjeux environnementaux, tout en satisfaisant la demande croissante de produits et de services durables. Ce document présente notre vision, notre mission et nos valeurs essentielles, ainsi que les opportunités de marché et les prévisions financières de notre société.

Chez [Nom de l'entreprise], nous nous engageons à gérer notre entreprise de manière socialement et écologiquement responsable. Nous adhérons aux principes du modèle de triple bilan, qui souligne l'importance des personnes, de la planète et du profit. Dans cette section, nous exposons nos objectifs et nos stratégies en matière de développement durable, ainsi que la façon dont nous prévoyons de les intégrer dans les opérations de notre entreprise. "

2. Introduction à l'entreprise

« Notre société, [Nom de l'entreprise], sera une entité centrée sur le développement durable et dédiée à la promotion de pratiques écologiques. Nous fonctionnerons en tant que [structure juridique] à [lieu]. Notre équipe fondatrice se compose de professionnels chevronnés ayant une expertise en conservation de l'environnement et en gestion d'entreprise. »



3. Étude de marché

« Notre analyse de marché détaillée révèle une demande en hausse pour des produits et services écologiques. Nous avons repéré des segments de clientèle cibles de plus en plus sensibilisés à leur empreinte écologique et en quête d'alternatives durables. L'évaluation de marché inclut également une étude des concurrents et des opportunités de différenciation. »

4. Proposition de produits/services

« Chez [Nom de l'entreprise], nous offrirons une sélection de produits et services novateurs et écologiques qui s'attaquent aux principaux enjeux environnementaux. Notre gamme inclura [décrire les produits/services] qui apportent des solutions durables tout en satisfaisant les exigences de notre marché cible. Nous continuerons à perfectionner et à élargir notre portefeuille de produits afin de demeurer à la pointe des tendances du marché. »

5. Plan de marketing et de vente

« Notre approche marketing mettra l'accent sur l'accroissement de la visibilité de la marque et sur l'information des consommateurs concernant les bénéfices de nos produits écologiques. Nous mettrons en œuvre des stratégies de marketing numérique, des initiatives sur les réseaux sociaux et des partenariats avec des organisations écologiques pour toucher notre audience cible. Notre plan commercial comprendra la création de collaborations avec des détaillants et des plateformes en ligne afin d'optimiser la distribution. »

6. Plan d'action

« Notre plan opérationnel détaille l'infrastructure, les ressources et les processus requis pour la fourniture de nos produits et services. Nous mettrons l'accent sur des pratiques durables dans nos opérations, telles que l'utilisation de sources d'énergie renouvelables, l'optimisation de la gestion des déchets et l'implémentation d'une gestion efficace de la chaîne d'approvisionnement. Nous investirons également dans la recherche et le développement afin de favoriser l'innovation. »

7. Plan financier/Prévisions

« Les prévisions financières soulignent le potentiel de revenus et la rentabilité de notre entreprise orientée vers l'écologie et le développement durable. « Nous anticipons une croissance constante en fonction de la demande du marché et de notre compétitivité. Les prévisions incluaient des estimations de revenus détaillées, une analyse des coûts et des projections de rentabilité. Nous recherchons un investissement de [montant de l'investissement] pour appuyer nos projets de croissance. »



8. Évaluation de l'impact sur la durabilité

« Nous nous engageons à évaluer et à rendre compte de notre impact sur l'environnement. Nos indicateurs de durabilité comprendront la diminution de l'empreinte carbone, l'efficacité de la gestion des déchets et les évaluations de l'impact social. Nous suivrons et analyserons régulièrement nos avancées pour assurer la transparence et la responsabilité. »

9. Évaluation des risques

« Notre évaluation des risques souligne les défis potentiels tels que les modifications réglementaires, les évolutions du marché et la concurrence. Nous avons élaboré des stratégies pour gérer ces risques et garantir le bon fonctionnement de l'entreprise. »

En résumé, notre initiative centrée sur l'écologie a pour objectif de fusionner rentabilité et durabilité environnementale. En traitant les enjeux environnementaux majeurs, nous pouvons participer à la création d'un avenir plus durable et séduire des consommateurs éclairés. Nous sommes désireux d'échanger plus en profondeur sur notre projet et d'examiner les opportunités de collaboration.



Félicitations

**Vous avez complété le
quatrième module du MOOC !**

4



Co-funded by
the European Union

Le soutien de la Commission européenne à la réalisation de cette publication ne constitue pas une approbation de son contenu, qui reflète uniquement l'opinion des auteurs, et la Commission ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elle contient.



**CONCEPTION ET DÉVELOPPEMENT
DE PRODUITS DURABLES**

CADRE THÉORIQUE

MODULE 5



INFORMATIONS RELATIVES AU PROJET

ACRONYME DU PROJET	ECOPRENEETS
TITRE DU PROJET	Renforcer les compétences éco-entrepreneuriales des NEETS
RÉFÉRENCE DU PROJET	2022-2-FR02-KA220-VOUS-000098683
DURÉE DU CHANTIER	31.03.2023-30.03.2025
SITE INTERNET DU PROJET	https://ecopreneets.erasmusplus.website/

PARTENAIRES DU PROJET



Version	Date	Auteur	Organisation	Action	Pages
1	16/06/23	LENA	LENA	C	
2	25/07/2023	LEARNING SEED	LEARNING SEED	I	13
3	11/10/2023	LEARNING SEED	LEARNING SEED	U	21

(*) Action : C = Création, I = Insertion, U = Mise à jour, R = Remplacement, D = Suppression

Table des MATIÈRES

MODULE 5 : Conception et développement de produits durables

1 Sous-module : 1. Promotion de la conscience environnementale

1.1 Le passé : antécédents et élaboration des fondements

1.2 Le présent : enjeux mondiaux et responsabilité personnelle

1.3 L'avenir : défis inévitables et nouvelles perspectives

2 Sous-module 2 : Fondements de la conception durable et innovation

2.1 Innovation

3 Sous-module 3 : Durabilité des entreprises et compétitivité du marché

3.1 Durabilité des organisations

3.2 Durabilité des entreprises et compétitivité du secteur

4 Matériel supporté pour ce module

5 Références



CONCEPTION ET DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS DURABLES

1 ÉVEIL DE LA CONSCIENCE ÉCOLOGIQUE

La sensibilisation à l'environnement implique de comprendre l'importance de la protection de notre planète et de reconnaître l'impact de nos actions sur celle-ci. Cela inclut la prise de conscience des effets des activités humaines, telles que l'exploitation des ressources naturelles ou la production de pollution, sur la nature et notre environnement. En développant cette conscience environnementale, les individus et les communautés apprennent à adopter des comportements qui favorisent la préservation et la protection de la Terre pour les générations à venir.

Le secteur du développement et de la conception de produits durables est actuellement très captivant et crucial. Pour accomplir de véritables avancées dans ce domaine, il est fondamental d'être conscient des enjeux environnementaux. Dans ce chapitre, nous examinerons l'historique, la situation actuelle et les perspectives futures de la sensibilisation à l'environnement.

1.1 L'HISTOIRE

Antécédents et formation des bases de la conscience écologique

1.2 LE TEMPS PRÉSENT

Défis d'aujourd'hui et responsabilité personnelle

1.3 L'AVENIR

Défis inévitables et nouvelles voies



1.1 Le passé : antécédents et élaboration des bases de la conscience écologique

Pour saisir l'évolution de la conscience environnementale, il est essentiel de se pencher sur l'histoire et les bases de la durabilité contemporaine. Pendant la révolution industrielle, les individus ont commencé à prendre conscience de leur responsabilité envers l'environnement. Entre la fin du XIXe siècle et la fin du XXe siècle, les mouvements écologistes ont commencé à faire entendre leurs préoccupations concernant la pollution engendrée par l'industrie.

Dans les années 1960, la sensibilisation à l'environnement se développe considérablement. L'ouvrage de Rachel Carson, « Printemps silencieux », qui expose les conséquences néfastes du pesticide DDT, choque de nombreuses personnes et agit comme un catalyseur pour les mouvements écologistes. La conférence des Nations Unies de Stockholm en 1972 représente la première reconnaissance officielle des enjeux environnementaux par la communauté internationale.

Dans les années 1980 et au-delà, la sensibilisation à l'environnement s'est davantage intégrée dans la vie quotidienne. Des enjeux tels que le changement climatique, la déforestation et la disparition des espèces animales sont devenus des préoccupations pour tous, du citoyen ordinaire aux chercheurs. L'ONU a établi des objectifs de développement durable, et les organisations écologiques ainsi que les individus ont commencé à s'engager davantage pour un avenir durable.



1.2 Le présent : enjeux mondiaux et responsabilité personnelle

Les enjeux environnementaux contemporains sont si sérieux et pressants qu'ils requièrent l'engagement de tous – individus, entreprises et nations – en faveur du développement durable. Des problématiques telles que le changement climatique, la pollution plastique et l'exploitation des ressources constituent des défis globaux qui appellent une réponse collective.

Chaque individu a un rôle essentiel à jouer. Nous devons tous analyser nos habitudes de consommation et nos choix de vie, en prenant des décisions éclairées qui favorisent la durabilité. Cela inclut la diminution de la consommation d'énergie, l'adoption de modes de transport plus durables et la réalisation de choix quotidiens respectueux de l'environnement.

L'intégration de technologies innovantes est cruciale pour favoriser la durabilité. Par exemple, les téléphones intelligents et les habitations connectées aident les individus à consommer l'énergie et les ressources de façon plus efficace. Les secteurs industriels mettent en œuvre des pratiques écologiques et durables grâce à l'innovation. De nouveaux matériaux et technologies permettent de concevoir des produits respectueux de l'environnement.

L'éducation revêt également une importance capitale. Les établissements scolaires et universitaires conçoivent des programmes, mènent des recherches et lancent des initiatives pour aider les jeunes à saisir l'importance du développement durable. L'éducation stimule la sensibilisation, incite les étudiants à adopter des comportements et des mentalités durables. Elle prépare également les futurs leaders à faire face aux défis du développement durable.

Pour surmonter ces défis mondiaux avec succès, il est essentiel de bénéficier de la coopération active des individus et des institutions à tous les niveaux. Ensemble, par le biais de la responsabilité individuelle, de l'innovation technologique et de l'éducation, nous pouvons favoriser la durabilité.



1.3 L'avenir : défis inévitables et nouvelles perspectives

Le développement de la conscience écologique est un processus continu qui n'a pas de point d'achèvement définitif. L'avenir offre des défis et des opportunités diversifiés, qui exigent une intégration approfondie de la durabilité dans tous les domaines de la société.

Le changement climatique représente un défi mondial complexe qui exige une action immédiate et durable. Une sensibilisation accrue à l'environnement est cruciale pour l'avenir. L'innovation, l'éducation et la responsabilité individuelle sont fondamentales pour s'assurer que les citoyens et les entreprises s'engagent en faveur de la protection de l'environnement et du développement durable.

Le développement et la conception de produits durables présentent des opportunités exceptionnelles. Les nouvelles technologies, les matériaux écologiques et les procédés de production durables permettent de concevoir des produits qui sont non seulement esthétiques et fonctionnels, mais également respectueux de l'environnement. Cette évolution constitue à la fois une avancée technologique et un changement sociétal, soulignant les impacts environnementaux et sociaux liés à la création de produits.

Développer une conscience écologique est une responsabilité collective. Au fur et à mesure que nous progressons, il est essentiel de collaborer pour bâtir un monde plus durable et plus conscient. Ce parcours est crucial pour les générations présentes et futures. La première étape consiste à prendre conscience et à comprendre, puis à transmettre ces valeurs et ces engagements aux générations à venir. En devenant des défenseurs engagés du développement durable, nous pouvons engendrer un changement véritable et durable pour l'avenir.



2

PRINCIPES DE CONCEPTION ÉCORESPONSABLE ET INNOVATION

Les fondements du design durable ont connu une évolution significative au fil des décennies. Initialement, le design se concentrait sur la fonctionnalité et l'esthétique. Toutefois, en réponse aux défis environnementaux croissants, ces fondements ont commencé à se transformer. Le développement durable a élargi la vision du design, en intégrant l'empreinte écologique, l'analyse du cycle de vie et les notions d'économie circulaire.

L'évaluation du cycle de vie est un concept fondamental en matière de conception. Elle implique l'examen complet du cycle de vie d'un produit, depuis sa fabrication jusqu'à son utilisation, en incluant la gestion des déchets. Cette approche holistique permet aux concepteurs de repérer et de réduire les impacts environnementaux tout au long de la vie du produit.

Un autre principe fondamental est l'économie circulaire, qui incite les concepteurs à élaborer des produits pouvant être recyclés, reconditionnés ou facilement démontés pour le recyclage des matériaux. L'objectif est de réduire les déchets et d'exploiter les ressources naturelles de manière plus durable.

Historiquement, les principes de la planification durable existent depuis longtemps, mais ils ont été accentués en réponse aux défis contemporains. Le mouvement Arts and Crafts à la fin du XIXe siècle, par exemple, a souligné l'importance de l'artisanat et a contesté les produits jetables. Ces époques et mouvements ont établi les fondations des paradigmes de conception durable actuels.

Le design durable n'est pas simplement un mot à la mode, mais une philosophie profonde qui influence la relation entre les designers, les entreprises et les consommateurs. L'application de ces principes encourage non seulement la durabilité environnementale, mais soutient également le succès commercial à long terme et la responsabilité sociale. Le design durable sert de lien entre le passé, le présent et l'avenir, où la sagesse d'antan rencontre les solutions contemporaines aux nouveaux défis.



2.1 Innovation

L'innovation dans le secteur du design durable avance rapidement. Les matériaux intelligents qui s'ajustent aux conditions environnementales et les matériaux facilement recyclables sont tous deux le fruit d'un engagement envers le développement durable et l'avancement technologique. Les entreprises qui innovent et font preuve de flexibilité dans le domaine du design durable deviennent souvent des leaders du marché.

Les défis contemporains et futurs révèlent que la conception durable et l'innovation sont intimement connectées. Après l'époque de la consommation jetable, la durabilité s'est imposée comme le nouveau socle de la conception et de l'innovation. L'innovation en matière de conception durable ne se limite pas à l'expérimentation de nouvelles idées, mais inclut également la recherche de méthodes novatrices pour élaborer des solutions écologiques et performantes. Par exemple, l'émergence de matériaux intelligents permet aux produits de s'adapter de manière réactive aux variations environnementales, d'améliorer l'expérience utilisateur et de réduire l'empreinte écologique.

La fabrication de matériaux recyclables dans le cadre de processus circulaires transforme la gestion des déchets et aide à atteindre l'objectif zéro déchet. Cette innovation mène à des produits plus écologiques et modifie les perceptions des articles jetables en faveur de solutions plus durables et soutenables, tant pour les entreprises que pour les consommateurs.

Le défi pour les entreprises ne réside pas uniquement dans l'aspect technologique de l'innovation, mais aussi dans le développement de modèles commerciaux et de philosophies de conception qui encouragent une véritable durabilité.

L'innovation en matière de conception durable consiste à élaborer de nouvelles solutions respectueuses de l'environnement tout en améliorant les solutions déjà existantes. Cela implique de trouver des méthodes pour diminuer l'impact environnemental et d'optimiser l'utilisation des ressources. Pour les entreprises engagées dans la durabilité, l'innovation est cruciale, car elle leur permet de créer des produits qui sont non seulement bénéfiques pour la planète, mais également rentables et compétitifs sur le marché. En intégrant des matériaux intelligents et des conceptions recyclables, les entreprises peuvent minimiser les déchets et favoriser une économie circulaire, ce qui conduit à une durabilité à long terme et à un positionnement de leader sur le marché.



Le modèle d'économie circulaire :

moins de matières premières, moins de déchets, moins d'émissions



Source : Service de recherche du Parlement européen



Source:

<https://www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20151201STO05603/circular-economy-definition-importance-and-benefits>

3 DURABILITÉ DES ENTREPRISES ET COMPÉTITIVITÉ DU SECTEUR

La durabilité des entreprises et la compétitivité sur le marché sont interconnectées et représentent des éléments fondamentaux des stratégies d'entreprise contemporaines. La durabilité ne se limite pas à un impératif éthique ; elle est devenue un élément déterminant de la compétitivité d'une entreprise. Dans ce chapitre, nous analyserons comment la durabilité favorise le succès des entreprises et présenterons des exemples de pratiques durables en application.

3.1 Durabilité des organisations

Les entreprises participent à de nombreuses initiatives de développement durable, et l'utilisation efficace de l'énergie en est un exemple marquant. Par exemple, Apple a effectué des investissements significatifs dans l'efficacité énergétique. Les entreprises qui adoptent des pratiques énergétiques écologiques diminuent non seulement leur empreinte environnementale, mais réalisent également des économies de coûts sur le long terme.

La responsabilité sociale constitue un autre domaine essentiel. De nos jours, les entreprises doivent fonctionner en tant qu'entités économiques tout en remplissant leurs obligations sociétales. Par exemple, Patagonia est célèbre pour ses produits écologiques et son engagement actif envers les initiatives environnementales. Cela démontre que se focaliser sur les dimensions sociales est éthique et peut également offrir un avantage concurrentiel durable.

Le développement durable offre de véritables bénéfices pour les entreprises. Il influence les dimensions environnementales et sociales et a un impact direct sur la pérennité des entreprises à long terme. L'engagement envers le développement durable dépasse le cadre d'une simple stratégie commerciale : il est crucial pour la compétitivité sur le marché. Les entreprises qui incorporent le développement durable dans leur culture organisationnelle peuvent tirer parti d'un avantage concurrentiel durable.



3.2 Durabilité des entreprises et compétitivité du secteur

Aujourd'hui, la durabilité des entreprises et la compétitivité sur le marché ne sont plus uniquement des préoccupations d'entreprise, mais ont des répercussions mondiales. Unilever [1] démontre à quel point ces concepts sont interconnectés. En mettant en œuvre un plan de développement durable ambitieux, Unilever améliore non seulement ses propres opérations, mais exerce également un impact positif sur sa chaîne d'approvisionnement. Les entreprises qui adoptent une approche aussi globale peuvent rencontrer des défis pour atteindre leurs objectifs de développement durable, mais ces efforts influencent en fin de compte leur position sur le marché et dans la société.

La compétitivité sur le marché désigne la capacité d'une entreprise à offrir des produits ou des services qui satisfont ou surpassent les normes du marché tout en préservant sa rentabilité. Dans le cadre de la durabilité, cela implique qu'une entreprise se mesure non seulement sur des critères traditionnels tels que le prix et la qualité, mais également sur son impact environnemental et social. Les entreprises qui réussissent à intégrer la durabilité dans leurs modèles commerciaux peuvent se distinguer de leurs concurrents en attirant un segment croissant de consommateurs, d'investisseurs et d'employés préoccupés par les enjeux environnementaux et sociétaux.

L'innovation occupe une place essentielle dans cette relation. Tesla, par exemple, est reconnue pour fabriquer des véhicules respectueux de l'environnement et pour offrir des solutions énergétiques durables. Les entreprises qui perçoivent la durabilité comme un atout stratégique plutôt que comme une simple obligation sont plus agiles et s'ajustent mieux aux changements du marché. Cette mentalité innovante accroît l'efficacité, diminue les coûts et renforce la compétitivité sur le long terme.

Sur le marché contemporain, la compétitivité ne se résume pas à satisfaire les attentes des consommateurs. Les entreprises qui affichent clairement leur engagement envers le développement durable attirent un plus grand nombre d'investisseurs et de consommateurs, tout en bénéficiant d'un atout pour recruter des employés talentueux. Atteindre des objectifs de développement durable constitue non seulement une obligation éthique, mais également un avantage commercial indéniable. En intégrant le développement durable dans leur modèle économique fondamental, les entreprises participent à la préservation de l'environnement mondial tout en consolidant leur position sur le marché.

Le développement durable ne se limite pas à une simple tendance commerciale, mais constitue un choix stratégique. Pour les entreprises, il incarne à la fois une obligation et une occasion d'accroître leur compétitivité. Celles qui parviendront à intégrer le développement durable dans leur culture d'entreprise se positionneront en tête de la concurrence sur le marché et exerceront un impact positif sur la société et l'environnement, préparant ainsi le terrain pour un avenir plus durable.

[1] <https://www.unilever.com/files/92ui5egz/production/16cb778e4d31b81509dc59370015591f5c863ab.pdf> [2] https://www.tesla.com/ns_videos/2023-tesla-impact-report-highlights.pdf

3

RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES POUR CE MODULE

- Histoires de succès entrepreneurial

<https://sustainabilitymag.com/top10/top-10-brands-embracing-the-circular-economy-in-2023>



- Concepts d'entreprises écologiques

<https://www.sage.com/en-gb/blog/sustainable-business-ideas-green-entrepreneurs/>

- Principes de conception écologique

<https://guides.library.illinois.edu/c.php?g=347670&p=2344606>

- Logiciel destiné aux entrepreneurs écologiques

[Chaîne environnementale Mobius](#)

- Élaborer des cadres juridiques pour les entreprises sociales

<https://base.socioeco.org/docs/172b60b2-en.pdf>

- Cours

https://www.ied.edu/subjects/design-de-produit-et-de-service?activityId=70169000002P1xb&gad_source=1&gclid=CjwKCAiAx_GqBhBQFiwAIDNAZt9pzU0D0a8NkyWUZxud4C_GK6C0KwOIF0inb9Mi9leS9OILO0diwxoCPNwQ_AvD_BwE

<https://www.arts.ac.uk/subjects/3d-design-and-product-design/short-courses/product-design/sustainable-product-design-online-short-course-csm>

<https://www.dezeen.com/courses/sustainable-product-design-online-short-course-university-of-the-arts-london/>

<https://www.bucks.ac.uk/courses/undergraduate/bsc-hons-sustainable-product-design>

<https://online.unschools.co/courses/sustainability-design-production>



Félicitations

**Vous avez complété le
cinquième module du MOOC !**

5



Co-funded by
the European Union

Le soutien de la Commission européenne à la réalisation de cette publication ne constitue pas une approbation de son contenu, qui reflète uniquement l'opinion des auteurs, et la Commission ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elle contient.

5

R

Références

- "Sustainability in Product Development: A Challenge for Design Science" – R. Stark, H. M. Klassen (Journal of Cleaner Production)
- "Sustainable Product Development: A Case Study of Innovation Management" – D. Troussier, B. Weil (Sustainability)
- Harvard Business Review – Sustainability – Articles on sustainability trends and practices in the business world
- "Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things" – William McDonough, Michael Braungart
- "Sustainable Product Design and Manufacturing" – Vilas Nitivattananon
- "Design for Sustainability: A Practical Approach" – Fabrizio Ceschin





EcopreNEETs

**COMPÉTENCES NUMÉRIQUES
POUR ÉCO-ENTREPRENEURS**

**CADRE
THÉORIQUE**

MODULE 6



INFORMATIONS SUR LE PROJET

ACRONYME DU PROJET	ÉCOPRENEETS
TITRE DU PROJET	Renforcer les compétences éco-entrepreneuriales des NEET
RÉFÉRENCE DU PROJET	2022-2-FR02-KA220-VOUS-000098683
DURÉE DU PROJET	31.03.2023-30.03.2025
SITE WEB DU PROJET	https://ecopreneets.erasmusplus.website/

PARTENAIRES DU PROJET



Version	Date	Auteur	Organisation	Action	Pages
1	16/06/23	LENA	LENA	C	
2	25/07/2023	LEARNING SEED	LEARNING SEED	I	13
3	11/10/2023	LEARNING SEED	LEARNING SEED	U	21

(*) Action : C = Création, I = Insérer, U = Mettre à jour, R = Remplacer, D = Supprimer

Table des MATIÈRES

1 Module 6 : Compétences numériques pour éco-entrepreneurs

1.1 Définitions

- Open source
- « Logiciel libre »
- « Logiciel propriétaire »
- Cyberattaque
- Numérique durable

21 Sous-module 1 : La communication digitale dans le monde de l'entreprise

2.1 Maîtriser la rédaction d'e-mails !

2.2 Maîtriser les appels vidéo !

2.3 Utiliser le chat sur le lieu de travail

3 Sous-module 2 : Comment choisir ses outils/cybersécurité

3.1 Logiciel propriétaire VS logiciel libre

3.2 Cybersécurité

4 Sous-module 3 : Les différents outils numériques dans le monde de l'entreprise

4.1 Outils de tableur

4.2 Logiciel de présentation

4.3 Outils de création de sites Web

4.4 Services de stockage et de partage de fichiers dans le cloud

COMPÉTENCES NUMÉRIQUES POUR ÉCO-ENTREPRENEURS

1 INTRODUCTION AUX COMPÉTENCES NUMÉRIQUES POUR ÉCO-ENTREPRENEURS

Les compétences numériques sont un outil indispensable des entreprises modernes. Elles permettent aux entrepreneurs de naviguer dans le paysage numérique, de créer une présence en ligne, d'interagir avec les clients, de gérer efficacement les opérations et de s'adapter à un marché en constante évolution.

Ces compétences permettent aux individus d'exploiter efficacement la technologie, d'ouvrir des opportunités et de faciliter une communication, un marketing et une résolution de problèmes transparents dans le domaine numérique, ce qui est fondamental pour réussir dans le paysage entrepreneurial d'aujourd'hui.

1.1 Définitions :



« Open source » fait référence à un type de logiciel ou de projet où le code source (la version lisible par l'homme du programme) est mis à la disposition du public.

Cela signifie que tout le monde peut visualiser, utiliser, modifier et distribuer le code. L'open source favorise la collaboration, la transparence et le développement axé sur la communauté.

Il permet aux développeurs de contribuer et d'améliorer les logiciels, favorisant ainsi l'innovation et conduisant souvent à la création de solutions gratuites, accessibles et personnalisables.

Les risques de problèmes de sécurité sont moindres car le logiciel est constamment amélioré.

- **Parmi les exemples de projets open source, on peut citer le système d'exploitation Linux, le serveur Web Apache et le navigateur Mozilla Firefox.**

<https://web.archive.org/web/20070611152544/https://opensource.org/docs/osd>





Le logiciel libre fait référence aux logiciels qui offrent aux utilisateurs des libertés essentielles, notamment la liberté d'exécuter, d'étudier, de modifier et de partager le code source du logiciel.

Ce concept met l'accent sur l'autonomisation des utilisateurs, la transparence et la collaboration, permettant aux individus d'utiliser, de comprendre, d'adapter et de distribuer le logiciel librement.

Dans ce contexte, le terme « libre » fait référence à la liberté, mettant en avant la liberté de l'utilisateur plutôt que l'absence de coût. Le logiciel libre est souvent associé aux principes défendus par la Free Software Foundation (FSF) et la communauté open source, favorisant une culture de partage des connaissances et de développement collaboratif.

- **Le meilleur exemple est la suite LibreOffice dans son ensemble, ainsi que Linux et bien d'autres.**

<https://www.gnu.org/philosophy/free-sw.en.html>



Les logiciels propriétaires font référence aux programmes informatiques ou aux applications qui appartiennent à une entreprise ou à un individu spécifique, et dont le code source n'est pas librement accessible au public.

L'accès, la modification et la redistribution du logiciel sont généralement restreints et les utilisateurs doivent généralement acheter une licence pour utiliser le logiciel.

Les logiciels propriétaires sont souvent accompagnés d'un support client, de mises à jour régulières et d'une interface conviviale, mais les utilisateurs ont un contrôle limité sur le code sous-jacent et peuvent être liés par des conditions générales spécifiques définies par le propriétaire du logiciel.

- Les logiciels de Microsoft, Google et Apple en font tous partie.

<https://solutionshub.epam.com/blog/post/proprietary-software-definition-examples>



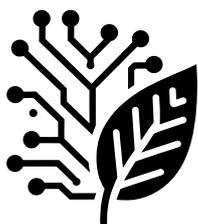
Une cyberattaque est une tentative malveillante visant à perturber, endommager ou obtenir un accès non autorisé à des systèmes informatiques, des réseaux ou des appareils numériques.

Ces attaques peuvent prendre diverses formes et cibler des individus, des organisations ou même des nations entières.

Les cyberattaques peuvent impliquer le vol d'informations sensibles, la fraude financière, la propagation de logiciels malveillants, la perturbation des services ou la manipulation non autorisée de données.

Les cyberattaquants, souvent appelés hackers, utilisent toute une gamme de techniques et d'outils pour exploiter les vulnérabilités des logiciels, des réseaux ou du comportement humain. L'objectif d'une cyberattaque peut être varié, notamment l'appât du gain, des motivations politiques ou simplement la perturbation d'un réseau.

https://csrc.nist.gov/glossary/term/cyber_attack

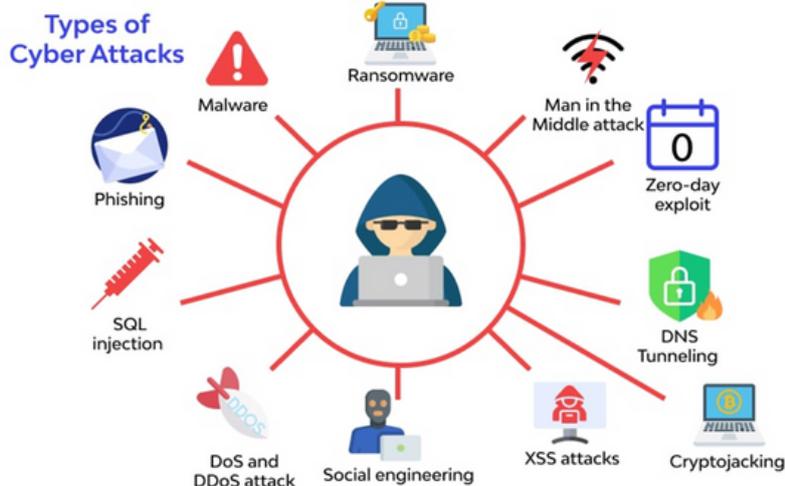
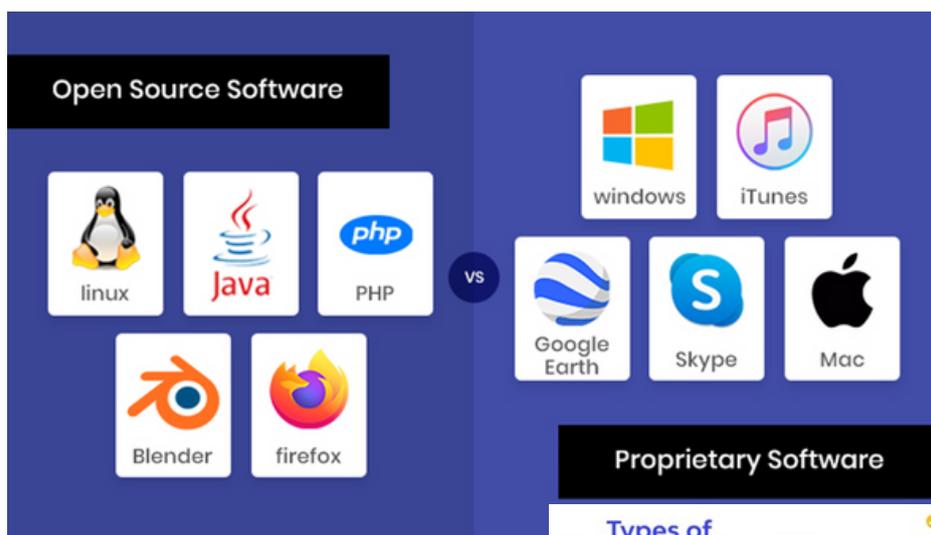


Le terme « numérique durable » fait généralement référence aux pratiques, aux technologies et aux systèmes qui donnent la priorité à la durabilité environnementale et sociale dans le domaine numérique. Il s'agit d'une utilisation responsable des ressources numériques pour minimiser les impacts négatifs sur l'environnement, soutenir le bien-être social et assurer la viabilité à long terme.

Les pratiques numériques durables peuvent inclure des technologies à haut rendement énergétique, une gestion responsable des données et des efforts visant à réduire les déchets électroniques. Elles englobent également le développement et l'utilisation de solutions numériques qui contribuent positivement aux objectifs environnementaux et sociaux, tels que les technologies énergétiques propres, les principes de conception écologique et les outils numériques visant à promouvoir l'équité sociale et l'inclusion.

Les exemples incluent le choix de services d'hébergement Web alimentés par des sources d'énergie renouvelables ou d'entreprises engagées à réduire leur empreinte carbone ou à adopter le travail à distance et les réunions virtuelles pour réduire le besoin de voyager, minimisant ainsi les émissions de carbone.

<https://smowl.net/en/blog/digital-sustainability/>



2 LA COMMUNICATION DIGITALE DANS LE MONDE DES AFFAIRES

2.1 Maîtriser la rédaction d'e-mails !

Le courrier électronique est essentiel pour ceux qui débutent leur parcours professionnel car il sert de principale plate-forme numérique de communication dans le monde des affaires.

Il permet la correspondance formelle, les candidatures à des emplois et le réseautage, tout en fournissant un enregistrement documenté des interactions professionnelles.

À l'ère du travail à distance, le courrier électronique facilite la collaboration, ce qui en fait un outil indispensable pour une communication fluide avec les collègues et les employeurs potentiels.

Dans l'ensemble, le courrier électronique est un aspect fondamental pour établir et mener à bien une carrière professionnelle.

Fait intéressant : chaque jour, 347,3 milliards d'e-mails sont envoyés dans le monde.

Une communication claire est essentielle et le courrier électronique peut être un excellent moyen d'y parvenir, mais le courrier électronique est un outil qui suit un ensemble de règles qu'il est important de maîtriser. Nous allons vous les présenter aujourd'hui.

• Une liste rapide et non exhaustive de services de messagerie :

- 1 Runbox (payant, propriétaire)
- 2 Posteo (payant, open source)
- 3 Tutanota (freemium, open source)
- 4 Apple Mail (gratuit (uniquement sur les appareils Apple), propriétaire)
- 5 ProtonMail (freemium, propriétaire (le client Web peut être open-source))
- 6 Outlook (gratuit, propriétaire)
- 7 Yahoo Mail (gratuit, propriétaire)
- 8 Gmail (gratuit, propriétaire)

Voici un article sur la façon de choisir un service de messagerie électronique éthique : <https://www.leptidigital.fr/emailing/alternatives-a-gmail-vie-privee-19045/>



• Les éléments essentiels d'un email :

- 1 **Objet : Le sujet de votre email**
- 2 **Salutation : par politesse**
- 3 **Introduction : pour indiquer le but du message**
- 4 **Corps : le message, clair et organisé**
- 5 **Clôture : au revoir et résumé des points principaux si nécessaire**
- 6 **Signature : qui vous êtes et comment vous contacter**
- 7 **Pièces jointes : les fichiers que vous pouvez envoyer avec votre email**

Exemple de courriel

Objet : Demande de renseignements sur un projet à venir 1

Cher [Nom du destinataire], 2

J'espère que tout va bien de votre côté, 3

Je vous écris au sujet des détails du projet à venir mentionné lors de notre récente réunion. Pourriez-vous me fournir plus d'informations sur le calendrier, les principaux produits à livrer et toute exigence spécifique ? 4

En outre, j'aimerais organiser une brève réunion pour discuter de mon rôle et de mes responsabilités dans le projet. Votre avis sera précieux pour me préparer aux tâches à venir.

Dans l'attente de votre réponse rapide 5

Cordialement,

[Votre nom complet] [Votre fonction] [Votre entreprise] [Vos coordonnées] 6

Pièces jointes : 7

Document de présentation du projet.doc

Mon CV mis à jour.pdf

Objet : Le sujet votre email

L'objet d'un e-mail doit être concis, pertinent et convaincant. Il doit fournir un aperçu clair du contenu de l'e-mail, incitant le destinataire à ouvrir et à interagir avec le message. Évitez toute ambiguïté, utilisez des mots-clés et, le cas échéant, indiquez les échéances ou les éléments d'action importants. L'objectif est d'attirer l'attention et de communiquer l'essence de l'e-mail en quelques mots.

Salutation : par politesse

La formule de salutation idéale dans un e-mail doit trouver un équilibre entre professionnalisme et convivialité. Elle doit être adaptée à la relation avec le destinataire. Pour des contacts formels ou professionnels, utilisez une formule de salutation polie comme « Cher [Nom] ». Dans un contexte plus décontracté ou familial, un simple « Bonjour [Nom] » peut être approprié. Veillez toujours à ce que la formule de salutation corresponde au ton et à la nature du contenu de votre e-mail.

Introduction : pour indiquer le but du message

L'introduction d'un e-mail doit être concise et pertinente. Commencez par une introduction amicale et professionnelle, en indiquant brièvement qui vous êtes et la raison de votre prise de contact. Communiquez clairement votre intention ou l'objectif de l'e-mail, en fournissant suffisamment d'informations pour intéresser le destinataire et l'encourager à poursuivre sa lecture. Restez concentré et pertinent pour garantir une introduction forte et efficace.

Corps : le message, clair et organisé

Le corps idéal d'un e-mail doit être clair, concis et organisé. Commencez par une brève introduction ou un contexte, suivi du contenu principal présenté dans des paragraphes bien structurés. Utilisez des puces ou des listes numérotées pour plus de clarté lorsque vous présentez plusieurs points. Gardez les phrases et les paragraphes courts pour une meilleure lisibilité. Énoncez clairement votre objectif et toute information nécessaire, et terminez par une conclusion ou un appel à l'action, le cas échéant. Visez un équilibre entre professionnalisme et accessibilité, et assurez-vous que votre message correspond aux attentes et aux besoins du destinataire.

Clôture : au revoir et résumé des points principaux si nécessaire.

La conclusion idéale d'un e-mail doit résumer les points clés, réitérer les actions nécessaires et laisser une impression positive. Il s'agit d'une brève conclusion qui renforce l'objectif principal de votre e-mail. Incluez une déclaration de clôture qui invite à une communication plus approfondie si nécessaire. Assurez-vous que votre conclusion s'aligne sur le ton général de votre message et permet au destinataire de comprendre clairement vos points clés ou vos demandes.

Signature : qui vous êtes et comment vous contacter

La signature électronique idéale est professionnelle, concise et fournit des informations de contact essentielles. Elle comprend généralement votre nom complet, votre poste ou votre affiliation, ainsi que des coordonnées pertinentes telles que votre numéro de téléphone et votre adresse électronique professionnelle. Vous pouvez éventuellement inclure un lien vers votre site Web professionnel ou vos profils de réseaux sociaux. Si votre signature est une image, gardez le design simple et évitez les graphiques ou informations excessifs, en veillant à ce que votre signature soit propre et facile à lire.

Pièces jointes : les fichiers que vous pouvez envoyer avec votre email

La pièce jointe idéale est pertinente, clairement étiquetée et de taille appropriée. Assurez-vous que la pièce jointe est directement liée à l'objectif de l'e-mail et utilisez un nom de fichier descriptif. Si vous envoyez plusieurs fichiers, pensez à les compresser dans un dossier zip pour une manipulation plus facile. Vérifiez toujours que le destinataire dispose du logiciel nécessaire pour ouvrir la pièce jointe. De plus, incluez une brève note dans le corps de l'e-mail mentionnant la pièce jointe et toute instruction spécifique s'y rapportant.

L'importance de la relecture

Il est essentiel de veiller à la clarté et à la cohérence d'un e-mail pour transmettre votre message avec précision et éviter les malentendus. Un e-mail bien rédigé reflète le professionnalisme et la compétence, favorisant une impression positive. Il contribue à instaurer la confiance et la crédibilité, en mettant en valeur votre engagement envers une communication efficace.

Dans l'ensemble, investir des efforts dans la rédaction de courriers électroniques clairs et sans erreur fait partie intégrante d'une communication efficace et professionnelle.

Si vous n'êtes pas sûr de votre orthographe, il existe un certain nombre d'outils gratuits ou payants qui peuvent vous aider à corriger vos e-mails ou vos documents en général (ces logiciels dépendent de votre langue).

Maintenant que vous savez comment rédiger un e-mail, vous devez savoir à qui l'envoyer, et il existe trois champs utilisés pour spécifier les destinataires d'un e-mail :

À:

Le champ « À » est l'endroit où vous entrez les principaux destinataires de votre e-mail. Ces personnes ou adresses e-mail constituent le public principal du message, et l'e-mail leur est directement adressé.

CC (copie carbone) :

Le champ « CC » est utilisé pour inclure des destinataires supplémentaires dans la communication.

Les personnes répertoriées dans le champ CC reçoivent une copie de l'e-mail à des fins d'information, mais elles ne constituent pas le public principal.

BCC (copie carbone invisible) :

Le champ « BCC » vous permet d'inclure des destinataires sans révéler leurs adresses e-mail à d'autres.

Les personnes répertoriées dans le champ BCC reçoivent une copie de l'e-mail, mais leurs adresses ne sont pas visibles par les autres destinataires.

2.2 Maîtriser les appels vidéo !

La vidéoconférence dans le monde des affaires implique l'utilisation de plateformes en ligne pour des réunions virtuelles, permettant aux individus de communiquer en face à face via des interactions vidéo et audio en direct.

Cette technologie a acquis une importance capitale, notamment depuis la pandémie de COVID-19, en raison de son rôle dans le maintien des opérations commerciales pendant les périodes de distanciation physique et de confinement.

La vidéoconférence permet la collaboration à distance, la flexibilité dans les modalités de travail et une communication efficace, réduisant ainsi le besoin de déplacements professionnels et contribuant à accroître la productivité.

Il est devenu un outil essentiel pour maintenir la connectivité, soutenir le bien-être des employés et s'adapter aux tendances changeantes du lieu de travail moderne.

En limitant les déplacements en voiture, en permettant davantage de télétravail et en boostant la productivité, cette technologie peut s'inscrire dans un développement numérique durable.

• Une liste rapide et non exhaustive d'outils de visioconférence :

- 1 Zoom (freemium, propriétaire)
- 2 Équipes (freemium, propriétaires)
- 3 Google Meet (payant, propriétaire)
- 4 Signal (logiciel libre, non payant)
- 5 Jitsi (logiciel libre, non payant)
- 6 Big Blue Button (logiciel libre, non payant)
- 7 Framataalk (logiciel libre, non payant)

• Liste de bonnes pratiques et autres conseils pour les visioconférences :

- Envoyez des invitations avec le lien de la réunion et toutes les informations nécessaires.
- Testez votre connexion Internet pour éviter les interruptions.
- Utilisez un casque pour une meilleure qualité audio.
- Assurez-vous d'être dans un endroit calme et bien éclairé.
- Communiquez l'ordre du jour de la réunion à l'avance.
- Partagez tous les documents ou matériels nécessaires avant la réunion.
- Encouragez les participants à allumer leurs caméras pour une meilleure interaction.
- Encouragez les discussions et les questions.
- Le cas échéant, enregistrez la réunion pour référence ultérieure ou pour ceux qui ne peuvent pas y assister.
- Demandez aux participants leur avis sur la réunion.



2.3 Utiliser le tchat sur le lieu de travail

Dans le monde du travail, la messagerie instantanée consiste à échanger des messages texte en temps réel via des plateformes ou des applications en ligne. Elle permet aux individus ou aux équipes de communiquer rapidement et directement, améliorant ainsi la collaboration et le partage d'informations.

Son importance réside dans la fourniture d'un moyen de communication rapide et efficace, permettant des réponses rapides et facilitant des discussions immédiates.

La messagerie instantanée favorise la coordination des équipes, la collaboration sur les projets et favorise un environnement de travail dynamique. En particulier dans les environnements de travail à distance ou distribués, la messagerie instantanée permet de combler les lacunes en matière de communication, favorisant la connectivité et la réactivité entre les membres de l'équipe.

• Une liste rapide et non exhaustive d'outils de tchat :

- 1 Talkspirit (payant, propriétaire)
- 2 Slack (non payant, propriétaire)
- 3 Google Chat (non payant, propriétaire)
- 4 Microsoft Teams (freemium, propriétaire)
- 5 Troupeau (non payant, propriétaire)
- 6 Whatsapp (non payant, propriétaire)
- 7 Télégramme (non payant, propriétaire)
- 8 Signal (logiciel gratuit)
- 9 Discord (non payant, propriétaire)

La plupart des gens savent comment utiliser un outil de messagerie instantanée (qui fonctionne comme la plupart des réseaux sociaux), mais en entreprise, certaines règles et précautions s'appliquent et sont importantes à prendre en compte.

- Maintenez un ton professionnel et courtois dans vos messages.
- Soyez clair et concis dans votre communication pour éviter les malentendus.
- Soyez attentif à la sensibilité des informations que vous partagez et utilisez des canaux privés pour des discussions confidentielles.
- Évitez de partager des données sensibles, telles que des mots de passe ou des documents confidentiels, par messagerie instantanée.
- Évitez de cliquer sur des liens suspects ou de télécharger des pièces jointes provenant de sources inconnues.
- Évitez d'écrire lorsque les gens ne travaillent pas, pour respecter le « droit à la déconnexion ».



3 COMMENT CHOISIR SON LOGICIEL & CYBERSÉCURITÉ

3.1 Logiciel propriétaire VS logiciel libre

Nous avons donné la définition du logiciel libre et du logiciel propriétaire, mais comment choisir entre ces deux solutions ?

Choisir entre un logiciel libre et un logiciel propriétaire est une décision qui implique de prendre en compte plusieurs facteurs. Les logiciels libres, souvent open source, offrent une transparence, permettant aux utilisateurs d'accéder au code source et de le modifier. Ils favorisent une communauté collaborative et sont souvent rentables.

En revanche, les logiciels propriétaires, bien que nécessitant généralement des frais de licence, peuvent offrir un support complet, des mises à jour régulières et une interface conviviale. Tenez compte de vos besoins spécifiques, du niveau de contrôle que vous désirez et de vos contraintes budgétaires.

Évaluez des facteurs tels que la personnalisation, le soutien de la communauté et la durabilité à long terme. En fin de compte, le choix dépend de la recherche d'un équilibre entre fonctionnalité, flexibilité et soutien en adéquation avec vos objectifs.



3.2 Cybersécurité



La cybersécurité désigne les mesures prises pour protéger les individus et les organisations contre les menaces et les dangers en ligne, notamment le vol d'identité, les escroqueries et les activités malveillantes. Elle est importante pour préserver la confidentialité des données personnelles, prévenir les pertes financières, garantir la sécurité des informations sensibles et favoriser un environnement numérique sûr et sécurisé. Dans un monde de plus en plus connecté, la cybersécurité est essentielle pour que les individus et les organisations puissent naviguer en toute sécurité dans le paysage numérique et se protéger contre les risques potentiels et les cybermenaces.

• Types de menaces

Logiciel malveillant :

Une forme de logiciel malveillant dans laquelle n'importe quel fichier ou programme peut être utilisé pour nuire à un système informatique, comme les vers, les virus informatiques, les chevaux de Troie et les logiciels espions.

<https://www.forcepoint.com/cyber-edu/malware>

Ransomware :

Un type de logiciel malveillant qui implique qu'un attaquant verrouille des fichiers sur le système informatique de la victime - généralement par cryptage - et exige un paiement pour les décrypter et les déverrouiller.

<https://www.ibm.com/topics/ransomware>

Ingénierie sociale (social engineering):

Une attaque qui s'appuie sur l'interaction humaine pour inciter les utilisateurs à violer les procédures de sécurité afin d'obtenir des informations sensibles habituellement protégées.

<https://usa.kaspersky.com/resource-center/definitions/what-is-social-engineering>

Hameçonnage :

Les attaques de phishing ou hameçonnage sont des courriers électroniques, des SMS, des appels téléphoniques ou des sites Web frauduleux conçus pour inciter les utilisateurs à télécharger des logiciels malveillants, à partager des informations sensibles ou des données personnelles (par exemple, des numéros de carte de crédit, des numéros de compte bancaire, des identifiants de connexion) ou à entreprendre d'autres actions qui les exposent ou exposent leur organisation à la cybercriminalité.

<https://www.ibm.com/topics/phishing>



• Se protéger des ransomwares et des malwares

Pour vous protéger des ransomwares et des logiciels malveillants, soyez prudent en ligne. Évitez de cliquer sur des liens suspects ou de télécharger des pièces jointes provenant de sources inconnues. Maintenez vos logiciels, y compris vos programmes antivirus, à jour pour bénéficier des derniers correctifs de sécurité.

Soyez sceptique face aux e-mails ou messages inattendus, en particulier ceux qui demandent des actions urgentes.

Sauvegardez régulièrement vos données importantes pour atténuer l'impact d'attaques potentielles. Tenez-vous informé des tactiques courantes utilisées dans les incidents de malware et de ransomware pour reconnaître et éviter les menaces potentielles.

• Se protéger de l'ingénierie sociale et du phishing

Pour vous protéger de l'ingénierie sociale et du phishing, soyez prudent et sceptique à l'égard des communications non sollicitées.

Vérifiez l'identité des personnes ou des entités qui demandent des informations avant de partager des informations sensibles. Évitez de cliquer sur des liens ou de télécharger des pièces jointes provenant de sources inconnues, en particulier si le message crée un sentiment d'urgence.

Vérifiez l'authenticité des adresses e-mail et des URL. Méfiez-vous des demandes d'informations personnelles ou financières, même si le message semble légitime.

Faites confiance à votre instinct et vérifiez la légitimité des demandes par le biais des canaux officiels en cas de doute.

Restez informé des tactiques courantes d'ingénierie sociale et des stratagèmes d'hameçonnage pour reconnaître et résister aux tentatives de manipulation.

Un jeu pour repérer les tentatives de phishing :

<https://phishingquiz.withgoogle.com/> (non disponible en hongrois et en grec).

Bon article avec exemple d'arnaque :

<https://chaminade.edu/its/phishing-scams-spam/> (en anglais).

4 LES DIFFÉRENTS OUTILS NUMÉRIQUES DANS LE MONDE DES AFFAIRES

4.1 Outils de tableur

Dans le monde des affaires, l'utilisation de feuilles de calcul est incontournable. Elles sont utilisées dans absolument tous les domaines car ce sont des outils extrêmement puissants. Les feuilles de calcul sont des plateformes polyvalentes permettant d'organiser, d'analyser et de manipuler systématiquement des données numériques.

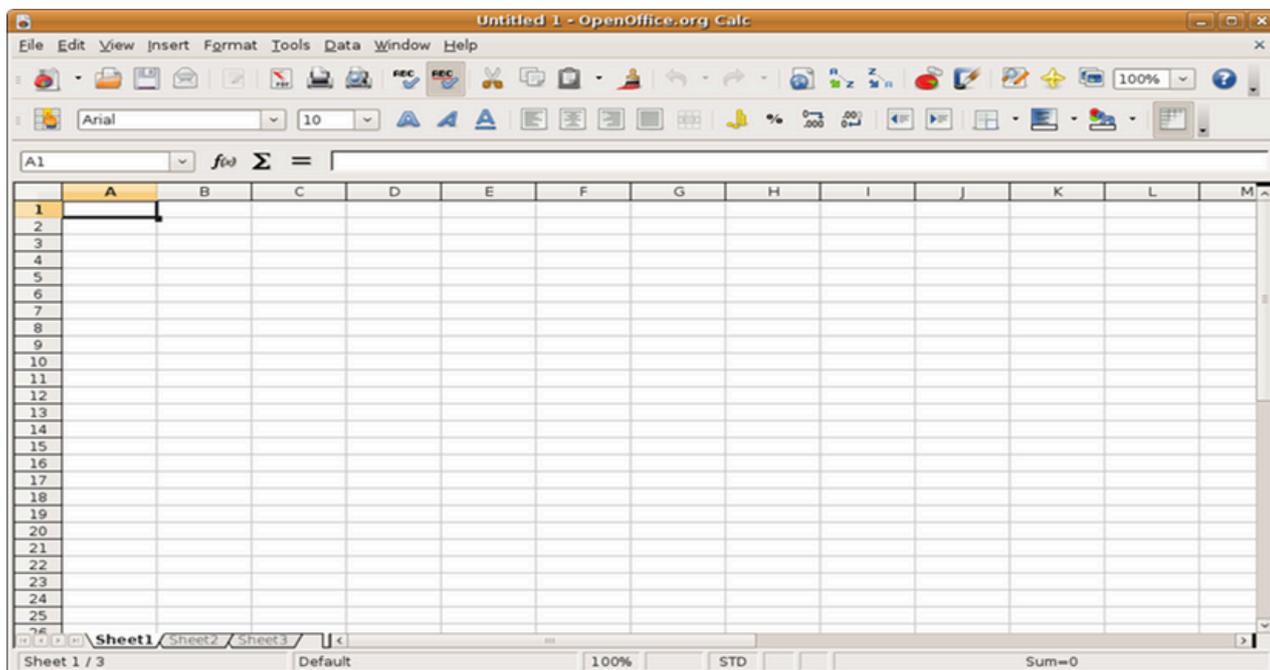
En affaires, ils sont des compagnons fiables pour superviser les budgets, contrôler les dépenses et développer des stratégies pour les projets.

- **Mais qu'est-ce qu'une feuille de calcul :**

Un tableur est une application informatique qui affiche des données sous forme de tableau (lignes et colonnes), communément appelée tableur en raison de sa ressemblance avec une feuille de papier physique, notamment pour les données comptables. Son rôle est de capturer, d'afficher et de manipuler des données organisées en lignes et en colonnes. Le tableur est l'une des applications les plus populaires pour les ordinateurs personnels.

Dans une feuille de calcul, les espaces formés à l'intersection d'une ligne et d'une colonne sont appelés cellules et contiennent des données. Chaque cellule est nommée en fonction de son emplacement (par exemple, A1, A2, A3...) et peut contenir une valeur absolue ou relative en fonction des cellules environnantes. Les feuilles de calcul peuvent principalement contenir des données numériques et de courtes chaînes de texte. Elles offrent également la possibilité de représenter graphiquement les relations entre les données. Cependant, vous ne pouvez pas structurer ou étiqueter les données de manière aussi complète que dans une base de données, et encore moins les interroger dans la feuille de calcul. En substance, ce programme est beaucoup plus simple qu'un logiciel de gestion de base de données.

Exemple d'une feuille de calcul générique (ici office calc mais ils se ressemblent tous à peu près)



- **Une liste rapide et non exhaustive d'outils de tableurs instantanés en entreprise :**

- Microsoft Excel (payant, propriétaire)
- Apple Sheets
- Google Sheets
- Framacalc (logiciel gratuit)
- EtherCalc (logiciel gratuit)
- LibreOffice (logiciel gratuit)
- Apache OpenOffice Calc (logiciel gratuit)
- Smartsheet (payant, propriétaire)

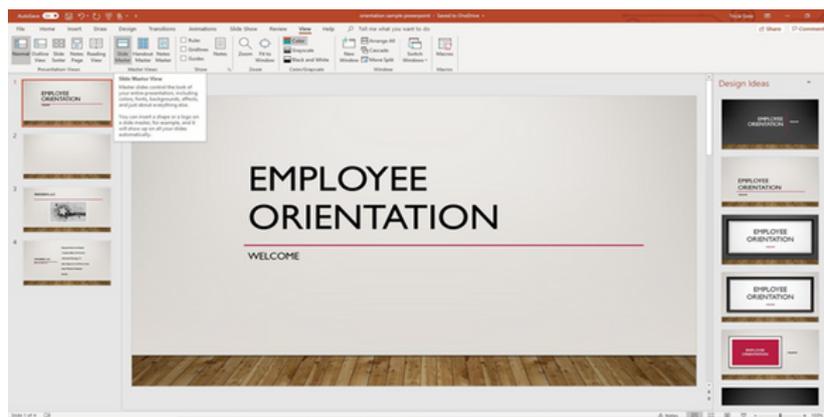
4.2 Logiciel de présentation

Le logiciel de présentation permet aux utilisateurs de créer et de diffuser des présentations visuelles.

Il s'agit d'une plateforme permettant de structurer l'information à l'aide d'éléments multimédias tels que du texte, des images, des vidéos et des animations. Ces outils offrent une toile de fond pour organiser le contenu de manière cohérente et attrayante, permettant souvent aux utilisateurs de créer des diapositives, d'ajouter des éléments visuels et d'intégrer divers éléments de conception pour communiquer efficacement l'information.

Les présentations peuvent être personnalisées, ce qui permet une créativité dans la mise en page, le style et l'inclusion de fonctionnalités interactives pour capter et retenir l'attention du public. Dans l'ensemble, les logiciels de présentation servent de support polyvalent pour partager des idées, des données et des histoires dans un format visuellement attrayant et organisé.

Exemple d'un logiciel de présentation générique (ici powerpoint mais ils se ressemblent tous) :



- **Une liste rapide et non exhaustive de logiciels de présentation :**
- **Visme (freemium, propriétaire)**
- **Google Slides (non payant, propriétaire)**
- **Framaslides (logiciel libre)**
- **Microsoft PowerPoint (payant, propriétaire)**
- **Slidebean (freemium, propriétaire)**
- **Genially (freemium, propriétaire)**
- **Canva (freemium, propriétaire)**
- **FlowVella (freemium, propriétaire)**
- **Haiku Deck (payant, propriétaire)**
- **Apache OpenOffice Impress (logiciel gratuit)**

4.3 Outils de création de sites Web

Créer un site Web est essentiel pour une nouvelle entreprise car il établit une présence numérique, servant de vitrine virtuelle accessible à un public mondial. Cette plateforme en ligne renforce la crédibilité, permettant aux clients potentiels de se renseigner sur les produits ou services à tout moment. Le bon outil de création est essentiel car il influence la conception, la fonctionnalité et l'expérience utilisateur du site Web. Un outil approprié garantit l'alignement avec les objectifs commerciaux, la facilité de gestion et la communication efficace de l'identité de la marque, contribuant ainsi au succès de l'entreprise dans le paysage numérique.

Il existe plusieurs méthodes pour créer un site Web pour une entreprise. Chaque méthode a ses propres avantages et considérations. Voici quelques approches courantes :

	AVANTAGES	INCONVENIENTS
<p>Créateurs de sites Web : Les créateurs de sites Web sont des plateformes conviviales qui vous permettent de créer un site Web sans connaissances techniques approfondies. Ils proposent souvent des fonctionnalités de glisser-déposer, des modèles prédéfinis et diverses options de personnalisation.</p>	Facile à utiliser, aucune compétence en codage requise, configuration rapide, rentable.	Personnalisation limitée par rapport au développement personnalisé, peut entraîner des frais d'abonnement.
<p>Systemes de gestion de contenu (CMS) : Les plateformes CMS comme WordPress, Joomla ou Drupal offrent plus de flexibilité que les créateurs de sites Web. Elles proposent une gamme de thèmes, de plugins et d'options de personnalisation. WordPress est particulièrement populaire et convivial.</p>	Plus d'options de personnalisation, idéal pour les sites riches en contenu, une grande communauté de support.	Courbe d'apprentissage (en particulier pour les fonctionnalités plus avancées), peut nécessiter certaines connaissances techniques.

	AVANTAGES	INCONVENIENTS
<p>Développement de sites Web personnalisés : Engager un développeur web ou une agence de développement web pour créer un site web adapté à vos besoins spécifiques. Cela implique de coder et de concevoir le site à partir de zéro.</p>	<p>Personnalisation complète, fonctionnalités sur mesure, design unique.</p>	<p>Un coût plus élevé, un temps de développement plus long et une maintenance continue peuvent être nécessaires.</p>
<p>Plateformes de commerce électronique : Si votre petite entreprise consiste à vendre des produits en ligne, envisagez des plateformes de commerce électronique spécialisées comme Shopify, WooCommerce (plugin WordPress) ou BigCommerce.</p>	<p>Fonctionnalités de commerce électronique intégrées, intégration du traitement des paiements, évolutivité.</p>	<p>Les frais de transaction (selon la plateforme) peuvent avoir des limites en termes de flexibilité de conception.</p>
<p>Externalisation : Embaucher un développeur Web indépendant ou une équipe de développement pour créer votre site Web. Cela peut être une alternative rentable au développement en interne.</p>	<p>Une expertise professionnelle et rentable peut faire gagner du temps.</p>	<p>Nécessite une communication efficace, peut nécessiter de contrôler et de gérer des ressources externes.</p>
<p>Approches hybrides : Combinaison de différentes méthodes, comme l'utilisation d'un créateur de site Web pour la configuration initiale et l'intégration ultérieure de fonctionnalités personnalisées.</p>	<p>Flexibilité, rentabilité, évolutivité.</p>	<p>Nécessite une planification minutieuse pour garantir une intégration transparente.</p>

Lorsque vous choisissez la méthode de création de votre site Web, tenez compte de facteurs tels que votre budget, le niveau de personnalisation dont vous avez besoin, votre expertise technique et les objectifs spécifiques de votre entreprise. Chaque approche comporte son propre ensemble de compromis, il est donc essentiel de sélectionner celle qui correspond le mieux aux besoins de votre entreprise.

4.4 Services de stockage et de partage de fichiers dans le cloud

L'échange et le stockage de fichiers constituent un sujet complexe et essentiel dans le monde des affaires. Les services de stockage et de partage de fichiers dans le cloud offrent aux petites entreprises les avantages de l'accessibilité, de la rentabilité, de l'évolutivité, de la collaboration améliorée, de la sécurité des données, de la reprise après sinistre et peuvent également contribuer à la durabilité environnementale. L'adoption de ces services peut rationaliser les opérations, améliorer la productivité et positionner les petites entreprises pour la croissance dans un environnement commercial de plus en plus numérique et compétitif.

• Une liste rapide et non exhaustive de logiciels de présentation :

- **Google Drive (freemium, propriétaire)**
- **Dropbox (freemium, propriétaire)**
- **Microsoft OneDrive (freemium, propriétaire)**
- **Box (freemium, propriétaire)**
- **Apple iCloud (freemium, propriétaire)**
- **Nextcloud (freemium, open source)**
- **OwnCloud (freemium, open source)**
- **Seafile (gratuit, open source)**
- **Synchronisation (freemium, open source)**
- **Mega (freemium, propriétaire)**

Il est important de noter que même si de nombreux services de stockage cloud sont freemium, proposant des formules gratuites et payantes, les fonctionnalités et les limites de stockage varient souvent. De plus, certains services open source, comme Nextcloud et OwnCloud, sont auto-hébergés, ce qui signifie que vous devez configurer et entretenir votre serveur pour les utiliser. Vérifiez toujours les dernières informations sur les sites Web des fournisseurs pour obtenir les informations les plus précises.

Si vous souhaitez en savoir plus, nous vous recommandons cet article sur les bonnes pratiques : <https://www.glasscubes.com/best-practice-tips-for-online-file-sharing/>

Attention : lors du stockage et du partage de données, votre entreprise doit appliquer les règles RGPD.

• Qu'est-ce que le RGPD ?

<https://gdpr.eu/qu-est-ce-que-le-rgpd/>

Le Règlement général sur la protection des données (RGPD) est un règlement de l'Union européenne visant à protéger la vie privée des individus en réglementant le traitement de leurs données personnelles. Il est important car il donne aux individus un plus grand contrôle sur leurs informations personnelles et impose des obligations strictes aux organisations qui traitent ces données pour garantir la transparence, la sécurité et la responsabilité du traitement des données.

- **Pour plus d'informations :**
- **À propos du RGPD :** <https://gdpr.eu/what-is-gdpr/>
- **Une vidéo sur comment choisir votre créateur de site Web :**
https://www.youtube.com/watch?v=Pvi_metetxk
- **À propos de ce logiciel open source et propriétaire :**
<https://www.heavybit.com/library/article/open-source-vs-proprietary>
- **Si vous souhaitez en savoir plus, je vous recommande cet article sur les bonnes pratiques :**
<https://www.glasscubes.com/best-practice-tips-for-online-file-sharing/>
- **Un jeu pour repérer les tentatives de phishing :** <https://phishingquiz.withgoogle.com/>
- **un article sur comment choisir un service de messagerie électronique éthique :**
<https://www.ethicalconsumer.org/technology/shopping-guide/ethical-email-providers>

Félicitations

**vous avez terminé le
sixième module du MOOC !**

6





EcopreNEETs

**MARKETING ET IMAGE DE
MARQUE POUR LES ÉCO-
ENTREPRISES**

**CADRE
THÉORIQUE**

MODULE 7



INFORMATIONS RELATIVES AU PROJET

ACRONYME DU PROGRAMME	ECOPRENEETS
TITRE DU PROJET	Renforcer les compétences éco-entrepreneuriales des NEETs
RÉFÉRENCE DU PROJET	2022-2-FR02-KA220-VOUS-000098683
DURÉE DU CHANTIER	31.03.2023-30.03.2025
SITE INTERNET DU PROJET	https://ecopreneets.erasmusplus.website/

PARTENAIRES DU PROJET



Version	Date	Auteur	Organisation	Action	Pages
1	16/06/23	LENA	LENA	C	
2	25/07/2023	LEARNING SEED	LEARNING SEED	I	13
3	11/10/2023	LEARNING SEED	LEARNING SEED	U	21
4	12/07/2024	LENA	LENA	I	5,7,8,10

(*) Action : C = Création, I = Insertion, U = Mise à jour, R = Remplacement, D = Suppression

Table des MATIÈRES

0 MODULE 7 : Stratégies de marketing et image de marque pour les éco-entreprises

1 Sous-module 1 : Fondements du marketing durable

1.1 Introduction

1.2 Les dix principes fondamentaux du marketing durable

1.3 Marketing durable et marketing non durable

2 Sous-module 2 : Comment créer et transmettre des identités de marque écoresponsables

2.1 Introduction

- Élaborer une identité de marque écoresponsable

3 Sous-module 3 : Appliquer des stratégies pratiques de marketing durable

3.1 Introduction

4 Sous-module 4 : l'influence des initiatives de marketing et de branding sur la durabilité et les enjeux éthiques

4.1 Introduction

- Façonner les comportements des consommateurs
- Établir la confiance par la transparence
- Promouvoir les pratiques durables
- Défis et responsabilités

MARKETING ET BRANDING POUR LES ENTREPRISES ÉCOLOGIQUES

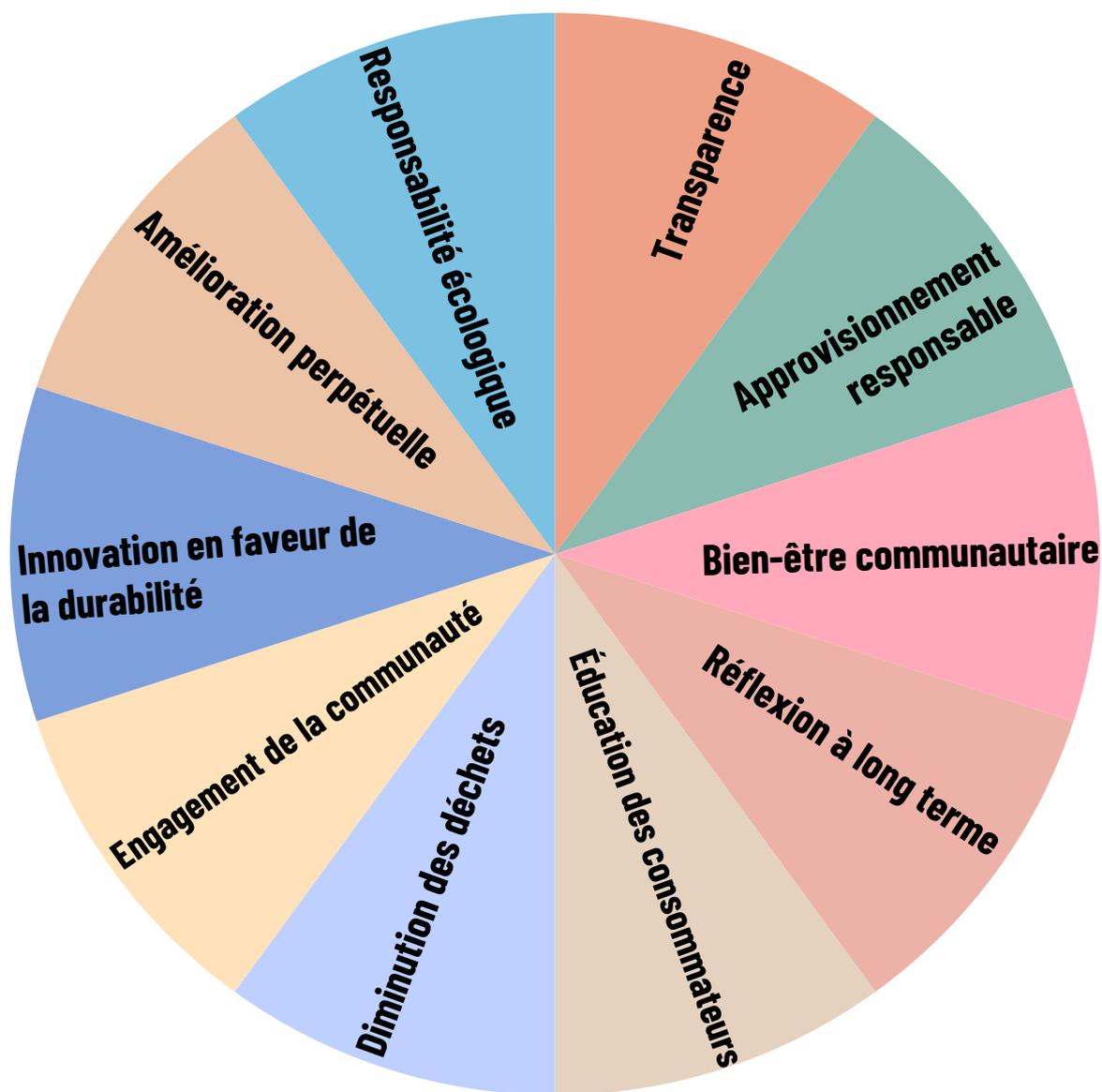
1 PRINCIPES ESSENTIELS DU MARKETING DURABLE

1.1 Introduction

Bienvenue dans l'univers du marketing durable. Dans cette partie, nous examinerons comment le marketing peut être à la fois efficace et responsable sur le plan environnemental et social. Le marketing durable a pour objectif de générer des effets positifs sur la planète et la société tout en atteignant les buts commerciaux.



1.2 Les dix principes fondamentaux du marketing durable



Responsabilité écologique :

La responsabilité écologique dans le marketing durable implique un engagement à réduire l'empreinte environnementale de vos activités commerciales.

Conseils pour vous orienter dans ce parcours écologique :

Analyse du cycle de vie (ACV) :

- Réalisez une analyse complète du cycle de vie de vos produits.
- Comprendre l'impact écologique à chaque phase, de l'extraction des ressources naturelles à la fabrication, la distribution, l'utilisation et le recyclage.

Il existe divers outils en ligne qui peuvent vous assister dans la réalisation de l'ACV de votre entreprise. Selon le secteur de votre activité ou vos produits et services, vous pouvez sélectionner celui qui vous convient le mieux.

Approvisionnement durable :

- L'approvisionnement écologique ou durable concerne l'acquisition de biens et de services ayant un impact environnemental réduit ou fabriqués de manière durable. Les éléments clés de l'approvisionnement écologique incluent le choix des matériaux et procédés. L'idéal est d'opter pour des produits ou des services élaborés à partir de matériaux respectueux de l'environnement ou selon des méthodes durables.
- L'approvisionnement écologique est un processus qui intègre des considérations environnementales dans le choix des produits et des services. Cela implique la sélection de fournisseurs qui adoptent des pratiques durables, ainsi que l'évaluation de l'impact environnemental des matériaux et des produits tout au long de leur cycle de vie. L'objectif de l'approvisionnement écologique est de réduire l'empreinte écologique des achats tout en maintenant la qualité et la performance des produits.
- Choisissez des matériaux durables et provenant de sources responsables. Que ce soit pour les ingrédients de vos produits, les matériaux d'emballage ou les sources d'énergie utilisées lors de leur production, favorisez les options ayant un impact environnemental réduit.

Efficacité énergétique :

- Adoptez des pratiques énergétiques durables dans vos opérations. Cela peut inclure l'utilisation de sources d'énergie renouvelables, l'optimisation des processus de production et l'adoption de technologies économes en énergie. L'objectif est de diminuer votre empreinte carbone et de fonctionner avec une efficacité accrue.

Emballage durable :

- Réévaluez la conception de vos emballages afin de réduire les déchets. Employez des matériaux recyclés, examinez des solutions d'emballage novatrices et choisissez des modèles facilement recyclables ou biodégradables. Incitez vos clients à recycler et fournissez leur des instructions précises sur la manière de le faire.

Diminution des émissions de carbone dans la distribution :

- Optimisez votre réseau de distribution afin de réduire les émissions liées au transport. Considérez l'approvisionnement local, examinez les alternatives de transport durables et simplifiez votre chaîne d'approvisionnement pour diminuer l'empreinte carbone globale liée à la livraison de vos produits aux consommateurs.



Transparence et dialogue :

- Communiquez vos initiatives environnementales de manière transparente à vos clients. Les consommateurs apprécient l'honnêteté, et le fait d'être franc sur vos pratiques durables aide à établir la confiance. Utilisez les canaux marketing pour partager votre engagement envers des pratiques respectueuses de l'environnement et les avancées que vous réalisez.

Éduquer et engager les consommateurs :

- Informez vos clients des bénéfices écologiques de vos produits et des décisions durables que vous avez prises.
- Incitez-les à adopter des comportements respectueux de l'environnement et offrez-leur des renseignements sur la façon dont ils peuvent participer à un mode de vie plus durable.
- **Certifications et standards :**
- Obtenez des certifications d'organismes écologiques reconnus pour valider votre engagement envers la durabilité.
- Des certifications comme le Commerce Équitable, le Conseil de Gestion Forestière (FSC) ou CarbonNeutral peuvent renforcer votre crédibilité et séduire les consommateurs soucieux de l'environnement.
- **Programmes de gestion des déchets et de recyclage :**
- Implémentez des stratégies de réduction des déchets au sein de votre entreprise et appuyez les initiatives de recyclage. Cela peut comprendre l'installation de conteneurs de recyclage dans vos bureaux, la promotion d'un environnement de travail sans papier et la participation à des programmes de recyclage locaux.
- **Amélioration permanente :**
- La durabilité est un parcours incessant.
- Évaluez et réévaluez fréquemment vos pratiques, en identifiant des occasions d'amélioration.
- Restez à jour sur les nouvelles technologies et les progrès en matière de pratiques commerciales durables afin d'améliorer en permanence votre responsabilité environnementale.

2. Clarté :

Dans le marché actuel, les consommateurs recherchent de plus en plus des produits et des services qui reflètent leurs valeurs, en particulier en ce qui concerne la responsabilité environnementale et sociale. En tant qu'entreprise engagée, il est crucial de fournir des informations claires et précises sur les dimensions environnementales et sociales de vos offres. Cette transparence renforce la confiance, encourage la fidélité à la marque et permet aux consommateurs de prendre des décisions éclairées. Examinons quelques conseils pour garantir une communication efficace sur l'impact positif de vos produits et services.



Conseils pour offrir des informations claires et précises :

Étiquettes et certifications mises en évidence :

Affichez de manière claire les certifications environnementales et sociales sur vos produits ou services. Des labels facilement identifiables, tels que des certifications biologiques, des logos de commerce équitable ou des symboles écologiques, apportent une crédibilité et une confiance immédiates aux consommateurs.

Informations précises sur le produit :

Fournissez des renseignements approfondis sur les dimensions environnementales et sociales de vos produits ou services. Incluez des données sur l'approvisionnement, les méthodes de fabrication et l'impact global sur la communauté et l'environnement. Plus vous partagerez de détails, plus vos clients se sentiront en confiance et éclairés.

Communication amicale :

Présentez les informations de façon accessible. Évitez le jargon technique et optez pour un langage simple, facilement compréhensible par un large public. Les infographies, les graphiques et les sites Web intuitifs peuvent améliorer l'accessibilité de vos informations.

Plateformes numériques et réseaux sociaux :

Exploitez votre présence en ligne et les réseaux sociaux pour promouvoir vos initiatives de développement durable. Diffusez du contenu captivant, des récits et des actualités concernant vos pratiques environnementales et sociales. Réagissez rapidement aux demandes et aux retours des clients afin d'accroître la transparence.

Initiatives de sensibilisation des clients :

Informez vos clients des impacts environnementaux et sociaux de votre secteur d'activité. Développez du contenu éducatif, des webinaires ou des ateliers pour aider les consommateurs à saisir le contexte plus large et les améliorations positives réalisées par votre entreprise.

Vérification par un intervenant externe :

Faites appel à des tiers pour valider vos affirmations concernant le développement durable. Des audits ou des évaluations indépendantes effectuées par des organismes reconnus renforcent la crédibilité et la confiance dans vos déclarations environnementales et sociales. Cette validation peut être mise en avant de manière claire dans vos supports de communication.

Transparence concernant les obstacles rencontrés :

Faites preuve de transparence concernant les défis auxquels votre entreprise fait face pour atteindre ses objectifs de développement durable. Un rapport sincère sur les obstacles et les efforts constants pour les surmonter illustre votre engagement envers l'amélioration continue et renforce la transparence.

Canaux de retour interactifs :

Établissez des canaux pour collecter les retours et les demandes d'informations de vos clients concernant vos pratiques de développement durable. Cette interaction non seulement renforce votre relation avec les clients, mais vous permet également de répondre directement à leurs préoccupations, cultivant ainsi un sentiment de responsabilité et de confiance.

Indicateurs et cibles mesurables :

Décrivez de manière précise les indicateurs et les objectifs mesurables associés à vos initiatives environnementales et sociales. Informez régulièrement vos clients de vos avancées vers ces objectifs. Cette transparence témoigne d'un engagement envers la responsabilité et l'amélioration.

Collaboration et alliances :

Mettez en lumière vos collaborations avec des organisations environnementales ou sociales reconnues. Les initiatives de coopération illustrent un dévouement à un impact positif plus vaste, et ces alliances peuvent agir comme une garantie de votre engagement envers des pratiques commerciales éthiques.

En appliquant ces recommandations, vous démontrez non seulement votre engagement envers la responsabilité environnementale et sociale, mais vous offrez également aux consommateurs la possibilité de faire des choix alignés avec leurs valeurs, établissant ainsi une relation positive et durable entre votre marque et son audience.

3. Fourniture éthique :

Dans la quête de pratiques commerciales durables et éthiques, il est essentiel d'assurer des conditions de travail équitables et un approvisionnement responsable en matières premières. L'approvisionnement éthique favorise non seulement un impact social positif, mais renforce également l'intégrité de votre marque.

Conseils pour un approvisionnement responsable :

Audits et contrôles des fournisseurs :

- Vérifiez fréquemment vos fournisseurs afin de garantir qu'ils adhèrent à des pratiques de travail équitables et à des normes éthiques. Collaborez avec des fournisseurs qui partagent votre engagement envers un approvisionnement responsable et envisagez des certifications tierces pour valider leurs pratiques éthiques.

Transparence au sein de la chaîne d'approvisionnement :

- Encouragez la transparence dans votre chaîne d'approvisionnement en communiquant clairement vos méthodes d'approvisionnement.
- Fournissez des informations précises sur l'origine de vos matériaux et ingrédients, en mettant en avant votre engagement envers un travail équitable et un approvisionnement responsable. Cette transparence renforce la confiance des consommateurs et des parties prenantes.

Investir dans le commerce local et équitable.

- Dans la mesure du possible, privilégiez les fournisseurs locaux et engagés dans le commerce équitable. En soutenant ces initiatives, vous améliorez la réputation éthique de votre entreprise et participez au développement de la communauté.
- Recherchez des certifications qui valident les pratiques du commerce équitable.



4. Bien-être communautaire :

En mettant en avant des produits et des services qui favorisent la santé, la sécurité et le progrès social, les entreprises peuvent exercer une influence bénéfique tout en réussissant sur le marché.

Aligner le marketing sur le bien-être social :

La stratégie marketing doit se focaliser sur la promotion de la santé et du bien-être à travers des produits et des services, en mettant l'accent sur la sécurité grâce à des fonctionnalités avancées, des transactions en ligne sécurisées et un service client de confiance, tout en s'alignant sur des initiatives de progrès social qui reflètent les valeurs de la marque et résonnent auprès du public, telles que des projets communautaires, la défense de causes sociales ou le partenariat avec des organisations qui engendrent des changements positifs.

5. Pensée à long terme :

En prenant en compte l'impact des choix d'aujourd'hui sur les générations à venir, les entreprises ont la possibilité de bâtir un héritage positif et durable.

Conseils pour se focaliser sur la durabilité à long terme :

Prise de décision intégrale :

- Prenez en considération les répercussions plus étendues de vos choix commerciaux.
- Considérez les bénéfices au-delà des gains financiers immédiats et examinez comment les décisions d'aujourd'hui peuvent influencer les aspects environnementaux, sociaux et économiques sur le long terme.

Investir dans l'innovation et la flexibilité :

- Investissez dans des méthodes novatrices et durables qui sauront s'ajuster aux changements du marché. En étant à l'avant-garde de la technologie, de la responsabilité écologique et de l'impact social, votre entreprise garantit son succès futur et bénéficie aux générations à venir.



6. Sensibilisation des consommateurs :

Les entreprises peuvent aider les consommateurs à faire des choix éclairés qui favorisent un monde meilleur en les informant. Le comportement d'achat durable se caractérise par l'intention, la volonté et les actions concrètes d'un acheteur visant à acquérir un produit ou un service respectueux de l'environnement.

Éducation des consommateurs :

- influence de manière significative le comportement des consommateurs et favorise la durabilité en les éduquant sur les impacts environnementaux et sociaux, en les incitant à adopter des pratiques durables et en leur fournissant les outils nécessaires pour exiger des produits et des services responsables.
- **Identifiez votre audience cible**
 - Pour éduquer efficacement les consommateurs, identifiez votre audience cible et recueillez des informations à l'aide de techniques d'études de marché. Segmentez votre audience en fonction de critères démographiques, d'attitudes, de valeurs, de motivations, de comportements et de modes de vie afin d'adapter vos messages et vos interventions.
- **Établissez vos objectifs et vos indicateurs**
 - Pour engager efficacement les consommateurs, établissez des objectifs et des indicateurs précis en utilisant le cadre SMART. Ceux-ci doivent être mesurables, atteignables, pertinents et temporellement définis, et visent à améliorer la sensibilisation, les connaissances, les compétences, les attitudes ou les comportements en matière de durabilité. Évaluez les progrès à l'aide d'indicateurs tels que le rappel, la compréhension, la satisfaction, l'intention ou l'action.
- **Sélectionnez vos chaînes et vos formats**
 - Sélectionnez les canaux et formats appropriés pour l'éducation des consommateurs, y compris les plateformes en ligne et hors ligne telles que les sites Web, les blogs, les podcasts, les vidéos, les bulletins d'information et les événements. Optez pour des formats tels que des récits, des témoignages, des données, des conseils, des quiz, des jeux ou des défis afin de concevoir des expériences engageantes et interactives.
- **Développez vos messages et votre contenu**
 - Rédigez des messages d'éducation des consommateurs en utilisant un langage clair et convaincant, des sources fiables et en évitant le jargon ou les messages négatifs. Mettez l'accent sur les avantages, les opportunités et les solutions du développement durable, tout en évitant les messages décourageants. Évitez le jargon, les termes techniques ou les messages négatifs pour transmettre votre message de manière efficace.



Évaluez et perfectionnez vos stratégies

La cinquième étape consiste à évaluer et à perfectionner les stratégies d'éducation des consommateurs par le biais de tests pilotes, de collecte de retours et d'analyse des résultats. Cela permet d'identifier les atouts et les faiblesses, facilitant ainsi leur optimisation avant un déploiement à plus grande échelle.

Observez et analysez vos résultats

La phase finale consiste à observer et à évaluer les résultats de l'éducation des consommateurs en recueillant et en analysant les données, en comparant les résultats avec les références et les objectifs, et en identifiant les facteurs d'influence tels que le contexte, le public, les canaux, les formats, les messages ou le contenu. Cela vous permet de prendre des décisions éclairées concernant les stratégies et les actions à venir.

Conseils pour instruire les consommateurs :

Communication produit claire :

Communiquez de manière claire les bénéfices environnementaux et sociaux de vos produits. Décrivez comment vos offres contribuent de manière positive à la planète ou à la société. Utilisez les étiquettes des produits, les emballages et les plateformes en ligne pour présenter ces informations de manière accessible et compréhensible pour les consommateurs.

Racontez l'histoire de votre entreprise:

Utilisez le récit pour relier les consommateurs à l'engagement de votre marque envers la responsabilité environnementale et sociale.

Partagez des récits de réussite, des initiatives et l'impact positif de vos produits pour établir un lien émotionnel qui dépasse les simples transactions.

Plateformes et ateliers participatifs :

Établir des plateformes et des ateliers interactifs pour interagir directement avec les consommateurs.

Utilisez des ressources en ligne, des événements en magasin ou des ateliers pour proposer des expériences pédagogiques sur la consommation responsable.

Encouragez les interrogations et les échanges pour aider les consommateurs à mieux saisir.

Encourager des modes de vie durables :

Élargissez vos initiatives éducatives pour encourager des modes de vie durables au-delà de la simple sensibilisation aux produits. Offrez des conseils, des guides et des ressources sur les choix écologiques pour la vie quotidienne, tels que le recyclage, la conservation de l'énergie et le soutien aux marques responsables.



7. Diminuer les déchets :

Dans cet espace, nous examinons des méthodes simples mais efficaces pour favoriser la réduction des déchets, la réutilisation, le recyclage et la promotion de produits ayant des durées de vie plus longues.

Conseils pour promouvoir les pratiques durables :

Adoptez les trois R : réduire, réutiliser, recycler :

Incitez les consommateurs à diminuer leurs déchets en optant pour des produits avec un emballage minimal, en utilisant des alternatives réutilisables et en participant à des programmes de recyclage.

Encouragez des produits durables et réparables :

Aidez les consommateurs à sélectionner des produits durables et réparables, diminuant ainsi la nécessité de remplacements fréquents.

Soulignez l'importance de la qualité plutôt que de la quantité pour une approche plus durable de la consommation.

8. Participation communautaire :

Découvrons trois recommandations simples pour encourager des relations significatives et exercer une influence positive sur les communautés que vous soutenez.

Conseils pour l'implication communautaire :

Écoutez et découvrez :

Écoutez attentivement les besoins et les préoccupations de la communauté locale. Menez des enquêtes, participez à des réunions communautaires et établissez des canaux de communication ouverts pour saisir les défis spécifiques de la communauté. Ces données orienteront vos pratiques commerciales et vos stratégies marketing, en veillant à ce qu'elles soient en adéquation avec les priorités de la communauté.

Collaborez au niveau local :

Favorisez les collaborations avec les entreprises, les organisations et les groupes communautaires locaux. En travaillant avec les structures communautaires établies, vous pouvez mieux répondre à des besoins spécifiques et soutenir l'économie locale. Les initiatives conjointes et les parrainages renforcent vos relations avec la communauté et soulignent votre engagement envers la croissance réciproque.



Adaptez la stratégie marketing aux valeurs de la communauté :

Personnalisez vos communications marketing afin qu'elles reflètent les valeurs et la culture de la communauté locale. Mettez en avant comment vos produits ou services satisfont leurs besoins spécifiques ou soutiennent des causes locales. Un marketing personnalisé et centré sur la communauté renforce la confiance et encourage un sentiment de responsabilité collective.

En appliquant ces conseils pratiques, les entreprises peuvent établir une relation constructive et mutuellement bénéfique avec les communautés locales, posant ainsi les fondations d'une croissance durable et du bien-être communautaire.

9. Innovation en faveur de la durabilité

Engagez-vous dans l'innovation durable en investissant dans la recherche et le développement (R&D). Cette approche vise à concevoir des produits et des services avancés et écologiques qui non seulement satisfont les exigences du marché, mais apportent également une contribution bénéfique à l'environnement.

Conseils pour une recherche et développement innovants et respectueux de l'environnement :

Évaluation de l'impact écologique :

Commencez par effectuer une analyse détaillée de l'impact environnemental durant le processus de R&D. Identifiez les secteurs où votre produit ou service peut diminuer son empreinte écologique et privilégiez les caractéristiques qui s'alignent sur les objectifs de durabilité.

Collaborez et demeurez informé :

Encouragez la coopération au sein de votre équipe de recherche et développement et tenez-vous au courant des progrès en matière de technologies et de matériaux durables. Établir des contacts avec des spécialistes de l'environnement, des dirigeants du secteur et des centres de recherche peut offrir des perspectives précieuses pour développer des solutions novatrices et écologiques.



10. Amélioration permanente

Dans un environnement d'entreprise responsable en perpétuelle évolution, l'engagement envers le développement durable dépasse la simple adoption ; il requiert un effort constant pour évaluer et perfectionner les pratiques. L'évaluation et l'amélioration continues des initiatives durables à travers la chaîne d'approvisionnement et les stratégies marketing sont cruciales pour les entreprises désireuses d'avoir un impact positif durable.

Conseils pratiques pour une durabilité continue :

Audits réguliers de durabilité :

Effectuez des évaluations régulières de votre chaîne d'approvisionnement et de vos stratégies marketing à travers des audits de durabilité. Repérez les domaines nécessitant des améliorations, suivez les avancées et veillez à ce que vos pratiques commerciales respectent les normes et objectifs de durabilité les plus récents.

Adoptez l'innovation et les retours d'expérience :

Favorisez une culture d'innovation et de retour d'information au sein de votre organisation. Incitez les employés à soumettre des idées pour des pratiques plus durables et tenez vous informé des avancées technologiques susceptibles d'améliorer votre impact environnemental et social. L'adoption d'une démarche d'amélioration continue assure que vos efforts en matière de développement durable demeurent efficaces et orientés vers l'avenir.



1.3 Marketing durable et marketing non durable

Le marketing, dans son ensemble, génère de la valeur tant pour les entreprises que pour les consommateurs en :

- Informant les consommateurs sur les produits/services qui satisfont leurs besoins.
- Favorisant le développement économique des entreprises et de l'économie dans son ensemble.
- Encourageant l'innovation en reconnaissant les besoins des clients et en soutenant de nouvelles solutions.
- Influençant un changement de comportement bénéfique.

Un marketing efficace favorise des échanges mutuellement bénéfiques entre les entreprises et les consommateurs. Il éclaire les décisions des consommateurs, stimule la croissance des entreprises, renforce la valeur de la marque, encourage l'innovation et soutient le bien-être de la société. Toutefois, les professionnels du marketing doivent veiller à ce que leurs pratiques soient éthiques, transparentes et en accord avec les meilleurs intérêts des clients et des parties prenantes au sens large afin de générer une valeur durable.

Le marketing durable a pour objectif de promouvoir des produits ou des services d'une manière qui met l'accent sur la responsabilité environnementale et sociale.

Les illustrations de marketing durable comprennent des campagnes qui mettent en avant les attributs écologiques des produits, favorisent l'approvisionnement éthique ou mettent en lumière l'engagement de l'entreprise à diminuer son empreinte carbone.

Pourquoi les entreprises devraient-elles opter pour le marketing durable plutôt que pour le marketing traditionnel ?

Raisons de privilégier le marketing durable :

- Répondre à l'augmentation des attentes des consommateurs en matière de durabilité.
- Renforcer l'image de votre marque et la loyauté de vos clients.
- Optimiser la performance financière.
- Favoriser l'innovation et le bénéfice concurrentiel.
- Réduire les risques et assurer la pérennité de l'entreprise.

Le marketing non durable a tendance à favoriser le profit immédiat sans considérer l'impact plus large sur l'environnement ou la société. Il peut s'agir parfois de greenwashing où les entreprises exagèrent ou prétendent faussement adopter des pratiques respectueuses de l'environnement pour séduire les consommateurs soucieux de l'écologie, compromettant ainsi la transparence et la confiance. La différence entre le marketing durable et non durable réside dans l'engagement authentique envers des pratiques commerciales responsables par rapport aux stratégies centrées uniquement sur les profits financiers immédiats.



2 COMMENT CRÉER ET TRANSMETTRE DES IDENTITÉS DE MARQUE ÉCORESPONSABLES

2.1 Introduction

Sur le marché contemporain, les consommateurs privilégient les marques qui reflètent leurs valeurs écologiques. Établir une identité de marque écoresponsable nécessite bien plus que des pratiques durables ; cela implique d'incorporer la durabilité dans tous les aspects de votre marque, y compris ses valeurs, ses messages et ses éléments visuels. Ce module explorera les stratégies essentielles et les meilleures pratiques pour développer une identité de marque authentique et écoresponsable, ainsi que pour la communiquer efficacement afin d'attirer les consommateurs soucieux de l'environnement.

- **Élaborer une identité de marque écoresponsable :**

Créer une identité de marque écoresponsable nécessite un engagement solide envers des pratiques durables. Cela implique d'intégrer les principes écologiques aux valeurs fondamentales de votre marque et de s'assurer que chaque décision reflète la responsabilité environnementale. Par exemple, une marque de vêtements peut se concentrer sur la mode durable en utilisant des matériaux biologiques, en soutenant des pratiques de travail équitables et en minimisant les déchets. L'authenticité est primordiale ; les consommateurs peuvent facilement différencier les véritables efforts de durabilité du greenwashing. L'engagement d'une marque en faveur de l'environnement doit être manifeste tant dans ses produits que dans son approche globale.



• Transmettre les valeurs éco-responsables :

Pour communiquer efficacement sur l'identité d'une marque écoresponsable, il est essentiel de raconter une histoire qui résonne avec les consommateurs. Cela implique d'être transparent sur votre chemin vers le développement durable et de mettre en avant les actions que vous avez entreprises pour diminuer votre impact environnemental. Employez des éléments visuels tels que des teintes naturelles, des symboles écologiques et des images inspirées de la nature pour renforcer votre message. Les réseaux sociaux et d'autres canaux sont idéaux pour partager vos pratiques durables, vos initiatives et vos collaborations environnementales, ce qui aide à établir la confiance et l'authenticité. Dans ce sous-module, nous explorerons comment concevoir et présenter un véritable récit de marque écoresponsable à travers la narration et les visuels.

Sélectionnez soigneusement vos teintes.

Les couleurs jouent un rôle fondamental dans l'identité d'une marque, car elles transmettent des émotions et des associations. Pour les marques engagées en faveur de l'environnement, les teintes naturelles, terreuses et organiques telles que le vert, le marron, le beige et le jaune sont particulièrement appropriées. D'autres couleurs peuvent être intégrées si elles s'harmonisent avec la personnalité et le message de la marque, mais il est conseillé d'éviter les teintes trop vives, artificielles ou agressives. Limitez le nombre de couleurs utilisées afin de prévenir l'encombrement visuel.

Utilisez des typographies et des illustrations respectueuses de l'environnement.

Pour établir une identité de marque écoresponsable, privilégiez des polices et des graphiques simples, épurés et minimalistes qui reflètent votre style, votre ton et votre voix. Évitez les designs fantaisistes, ornés ou complexes qui pourraient distraire de votre message. Choisissez des polices et des graphiques durables tels qu'Ecofont ou Ryman Eco, qui contribuent à la réduction de l'encre ou du papier, et utilisez des graphiques réalisés à partir de matériaux recyclés ou organiques comme le papier, le bois ou le tissu.

Concevoir un logo et un slogan respectueux de l'environnement

Le logo et le slogan constituent des éléments fondamentaux de l'identité d'une marque, car ils incarnent l'identité, les valeurs et la mission de celle-ci. Pour élaborer une identité de marque respectueuse de l'environnement, intégrez des éléments écologiques dans la forme et le contenu, tels que des motifs naturels ou un slogan reflétant un engagement envers le développement durable ou la responsabilité sociale. Veillez à la cohérence des couleurs, des typographies et des graphiques tout en maintenant la clarté et l'attrait.



Appliquez votre identité de marque à vos supports et à vos produits.

Pour établir une identité de marque respectueuse de l'environnement, il est essentiel d'incorporer votre identité de marque dans des matériaux et des produits durables. Privilégiez des matériaux biodégradables, recyclables ou réutilisables, tels que le papier, le carton ou le verre, en provenance de fournisseurs éthiques comme le coton biologique, le bambou ou le chanvre. Évitez l'utilisation de matériaux nocifs tels que le plastique, les produits chimiques ou les produits d'origine animale, et choisissez plutôt des alternatives écologiques comme le coton biologique, le bambou ou le chanvre.

Transmettez l'identité de votre marque à votre audience.

Pour établir une identité de marque écoresponsable, partagez l'histoire, la vision et la mission de votre marque de façon authentique et transparente à travers divers canaux tels que votre site Internet, les réseaux sociaux et votre blog. Mettez en avant vos certifications, distinctions et réalisations sur les emballages, les étiquettes et les supports. Engagez votre public en proposant des incitations, des réductions ou des récompenses pour les comportements écologiques, en soutenant votre cause et en cultivant un esprit communautaire.

Révissez et actualisez régulièrement l'identité de votre marque.

Révissez le et mettez le à jour régulièrement afin de rester informé des tendances, des besoins et des attentes du public. Réalisez des enquêtes, recueillez des retours et effectuez des recherches pour saisir les perceptions du public et l'impact environnemental. Surveillez les performances pour progresser et innover. Soyez réceptif aux nouvelles idées, opportunités et défis pour faire évoluer et adapter l'identité de votre marque.

(source:

<https://www.linkedin.com/advice/1/how-can-you-promote-sustainable-behavior-through-nvphc>)



3 METTRE EN PLACE DES STRATÉGIES EFFICACES DE MARKETING DURABLE.

3.1 Introduction

Dans le monde contemporain, où la responsabilité environnementale et sociale est primordiale pour les choix des consommateurs et le succès des entreprises, l'intégration de la durabilité dans le marketing est essentielle. Ce module explorera des méthodes pratiques pour incorporer la durabilité dans vos initiatives marketing. Nous mettrons l'accent sur des stratégies concrètes pour le développement de produits, les pratiques de la chaîne d'approvisionnement et les techniques de communication qui attirent les consommateurs soucieux de l'environnement. Préparez-vous à découvrir comment convertir vos objectifs de durabilité en stratégies marketing efficaces et impactantes.

Stratégies de marketing écoresponsables

Laissez vous orienter par les clients

Il est essentiel d'adopter des stratégies de marketing durables dans un sens large, mais il est tout aussi crucial pour votre entreprise de représenter la durabilité d'une manière qui résonne avec vos clients.

Élaborez une narration de marque durable

Un récit de marque durable est une narration cohérente que votre organisation doit diffuser pour exprimer votre engagement envers des pratiques et des valeurs durables.

Organisez des événements en ligne écoresponsables.

Les événements virtuels axés sur le marketing B2B ont généré un intérêt croissant ces dernières années en tant qu'alternative plus durable aux conférences en présentiel et autres initiatives marketing.

Voici quelques raisons à cela :

- Empreinte carbone diminuée, en particulier en ce qui concerne le transport aérien.
- Une efficacité énergétique améliorée grâce à une infrastructure numérique plutôt qu'à une infrastructure physique.
- Conservation des ressources, notamment des matériaux tels que le papier et le plastique.
- Diminution générale des déchets
- Accessibilité et inclusion optimales



Participez à des projets et initiatives environnementales.

S'engager dans des projets et initiatives sociales et environnementales peut renforcer la passion de votre organisation et illustrer une action significative. En tant qu'entreprise, vous avez l'opportunité d'exercer un impact positif sur le monde. Établir un partenariat formel avec une communauté ou une ONG peut encore accentuer votre engagement. Par exemple, mettre en place un programme de bénévolat pour les employés, privilégier les pratiques durables en interne et participer à des projets communautaires tels que le verdissement urbain ou le nettoyage.

Utilisation des réseaux sociaux dans les stratégies de marketing :

Les réseaux sociaux constituent des outils efficaces pour promouvoir des campagnes marketing centrées sur le développement durable, car ils atteignent un vaste public et permettent un engagement direct avec les consommateurs. Les entreprises doivent élaborer un contenu attrayant qui met en lumière les initiatives écologiques, diffuse des informations sur le développement durable et favorise le dialogue sur les enjeux environnementaux. Collaborer avec des influenceurs peut accroître la crédibilité de la marque et élargir sa portée. Facebook, Instagram et LinkedIn sont des plateformes appropriées pour les campagnes de marketing durable, en fonction du public cible, du type de contenu et des objectifs de la campagne.

- Facebook propose différents types de contenu,
- Instagram est esthétiquement captivant,
- LinkedIn est conçu pour des campagnes à but commercial.

Aussi, en fonction de l'âge de votre clientèle cible, TikTok peut également être la bonne option.

• Bulletin d'information et promotion par courriel

Le courriel demeure un outil puissant pour la conversion, la connexion et la communication. Le marketing par courriel écologique est une tendance en plein essor qui peut renforcer l'image de marque d'une entreprise, sa crédibilité et la fidélité de sa clientèle. Il favorise la durabilité et les initiatives écoresponsables, contribuant ainsi à réduire l'empreinte carbone d'une entreprise. En mettant en avant les initiatives respectueuses de l'environnement, les abonnés prennent conscience des enjeux environnementaux et sont plus enclins à soutenir les marques qui reflètent leurs valeurs.

• Canal de communication direct :

le marketing par e-mail fournit un moyen de communication direct aux marques pour interagir avec leur public et leurs clients. Cela permet à chaque client de ressentir que la marque s'adresse à lui personnellement, ce qui est bien plus efficace qu'une publicité ou une annonce sur les réseaux sociaux. Par exemple, Amazon a développé une audience directe grâce à un marketing par e-mail régulier. Ils cultivent les relations avec les clients en envoyant des cartes-cadeaux et des offres spéciales par e-mail.





Messages ciblés : les clients n'achèteront vos produits que si le message de votre marque est en adéquation avec leurs préférences et leurs besoins. Vos efforts marketing doivent souligner les catégories qui captivent le public tout en demeurant fidèles à votre mission et à votre vision, les e-mails constituant le canal idéal.

Rentable et offrant un retour sur investissement élevé : le marketing par e-mail est l'un des canaux les plus économiques que les marques peuvent exploiter pour favoriser une croissance commerciale durable, et son retour sur investissement ne cesse d'augmenter chaque année. Des études révèlent qu'en 2022, environ 50,8 % des professionnels du marketing ont observé une amélioration de 2X du retour sur investissement de leurs campagnes de marketing par e-mail.

Le marketing par email présente de nombreux avantages qui en font une stratégie incontournable pour les entreprises. Tout d'abord, il permet d'atteindre un large public à un coût relativement faible. De plus, il offre la possibilité de personnaliser les messages, ce qui augmente l'engagement des destinataires.

Un autre avantage majeur est la capacité de mesurer les résultats en temps réel. Les entreprises peuvent suivre les taux d'ouverture, de clics et de conversion, ce qui leur permet d'ajuster leurs campagnes en fonction des performances.

Enfin, le marketing par email favorise la fidélisation des clients en maintenant un contact régulier et en offrant des contenus pertinents. En somme, cette méthode est essentielle pour toute stratégie de communication efficace.

Outils d'évaluation de la durabilité :

Les instruments d'évaluation de la durabilité sont cruciaux pour les entreprises afin de quantifier et d'optimiser leur impact environnemental, social et économique. Ces instruments fournissent une approche systématique pour évaluer les performances en matière de durabilité, identifier les secteurs à perfectionner et harmoniser les pratiques avec les normes éthiques. L'adoption de ces instruments permet aux organisations de surveiller les avancées, de prendre des décisions informées et de participer à un avenir plus durable.

Certifications et labels écologiques

Les certifications et labels durables occupent une place essentielle pour orienter les consommateurs vers des choix écologiques et socialement responsables. Ces certifications agissent comme des repères pour assurer que les produits ou services ont été soumis à des évaluations rigoureuses, satisfaisant à des critères précis concernant le respect de l'environnement, les pratiques de travail équitables et l'approvisionnement éthique.

Un des exemples les plus fréquents de certifications et de labels durables est la certification du commerce équitable pour un produit. Ce label assure que les produits ont été fabriqués de manière à promouvoir des salaires équitables et des conditions de travail éthiques pour les travailleurs, souvent dans les pays en développement. Il englobe divers secteurs, tels que le café, le chocolat, le textile, etc.

Matériel d'emballage

Les dispositifs d'emballage durables représentent des solutions novatrices visant à réduire l'impact environnemental des emballages de produits durant l'ensemble de leur cycle de vie. Ces dispositifs mettent l'accent sur l'utilisation de matériaux écologiques, la diminution des déchets et une conception optimisée pour favoriser une économie plus durable et circulaire.



Co-funded by
the European Union

Le soutien de la Commission européenne à la réalisation de cette publication ne constitue pas une approbation de son contenu, qui reflète uniquement l'opinion des auteurs, et la Commission ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elle contient.



CONSEILS CONCERNANT LES EMBALLAGES ÉCOLOGIQUES :

Matériaux dégradables :

Les emballages écologiques utilisent fréquemment des matériaux biodégradables, tels que des plastiques compostables ou des alternatives d'origine végétale. Ces matériaux se dégradent naturellement, diminuant ainsi l'impact environnemental à long terme lié aux emballages conventionnels.

Systèmes d'emballage durables :

En intégrant le concept de « réutilisation », certains outils d'emballage durables se concentrent sur l'établissement de systèmes dans lesquels les emballages peuvent être utilisés à plusieurs reprises. Cela peut inclure des conteneurs rechargeables, des options d'emballage consignées ou des systèmes qui incitent les clients à retourner les emballages vides pour les recharger.

Conception épurée et légèreté :

Les solutions d'emballage durables traitent également la question des matériaux excédentaires et du poids. Les principes de conception minimaliste et les méthodes d'allègement aident à diminuer la quantité d'emballage requise pour chaque produit, réduisant ainsi l'impact environnemental global et les émissions associées au transport.

Technologies d'emballage innovantes :

L'incorporation de technologies dans les emballages, telles que des capteurs ou des indicateurs intelligents, permet aux consommateurs de gérer leurs produits de manière plus efficace, diminuant ainsi le gaspillage. Par exemple, les emballages intelligents peuvent signaler la fraîcheur du produit, les dates de péremption ou les conditions de stockage idéales, encourageant ainsi une consommation responsable.



4 L'INFLUENCE DES INITIATIVES DE MARKETING ET D'IMAGE DE MARQUE SUR LA DURABILITÉ ET LES ENJEUX ÉTHIQUES

4.1 Introduction

Dans le contexte économique actuel, le marketing et l'image de marque exercent une influence qui dépasse les bénéfices et les parts de marché. Les consommateurs portent une attention croissante aux pratiques éthiques et durables des entreprises, réclamant un engagement renforcé en matière de responsabilité sociale et environnementale. Cette évolution indique que le marketing et l'image de marque ne se limitent plus à promouvoir les caractéristiques des produits, mais incarnent également les valeurs et l'engagement d'une entreprise à générer un impact positif à l'échelle mondiale.

- **Façonner les comportements des consommateurs :**

Le marketing et l'image de marque peuvent avoir un impact significatif sur le comportement des consommateurs et leurs choix d'achat. Lorsque les entreprises soulignent la durabilité dans leurs communications, les consommateurs prennent davantage conscience des dimensions environnementales et éthiques de leurs décisions. Les marques qui expriment clairement leur engagement envers le développement durable peuvent inciter les consommateurs à faire des choix plus informés et responsables. Ce changement, favorisé par un marketing réfléchi, accroît la demande de produits et services respectueux de l'environnement.



• **Instaurer la confiance par la transparence :**

Les enjeux éthiques sont intimement liés à la clarté des pratiques commerciales. Le marketing joue un rôle crucial dans l'établissement de la confiance en communiquant de manière ouverte les normes éthiques et les initiatives de durabilité d'une entreprise. Les marques qui affichent une transparence concernant leur chaîne d'approvisionnement, leurs méthodes d'approvisionnement et leur responsabilité sociale renforcent la confiance des consommateurs. Cette clarté constitue à la fois une exigence éthique et un atout stratégique, car les consommateurs valorisent de plus en plus l'honnêteté et l'authenticité des marques.

• **Promouvoir les pratiques durables :**

Un marketing et une stratégie de marque performants peuvent inciter les consommateurs à adopter des comportements durables. En soulignant les bénéfices à long terme des choix écologiques et en promouvant une consommation responsable, les marques peuvent plaider en faveur d'un changement positif. Les campagnes qui mettent en avant le recyclage, les économies d'énergie et l'approvisionnement éthique renforcent non seulement l'image d'une marque, mais soutiennent également un changement culturel plus large vers la durabilité.

• **Défis et responsabilités :**

Le marketing et l'image de marque peuvent être des catalyseurs de changement positif, mais ils présentent également des défis, tels que le greenwashing, qui consiste pour les entreprises à feindre d'être durables. Cela met en évidence la nécessité d'aligner les messages marketing sur les actions concrètes, en intégrant des pratiques éthiques comme un élément fondamental de l'activité. Les entreprises doivent demeurer attentives, évaluer et améliorer régulièrement leurs pratiques pour garantir que leur marketing est véritablement durable. Ainsi, le marketing peut réellement favoriser un changement durable plutôt que de servir simplement d'outil de greenwashing.

Le Mix Marketing éthique :

- Responsabilité des produits
- Clarté des procédures
- Promotion avec intégrité
- Équité de l'emplacement (canal)





Pour davantage d'informations :

Pour obtenir des informations supplémentaires sur le marketing et l'image de marque des entreprises écologiques, veuillez consulter les ressources suivantes :

Marques écoresponsables :

Site Web : [Sustainable Brands](#)

Présentation : Une plateforme fournissant des ressources, des informations et des événements pour les entreprises désireuses d'incorporer la durabilité dans leurs stratégies de marque.

Entreprise durable :

Site Web : [GreenBiz](#)

Présentation : GreenBiz propose des actualités, des études et des ressources sur les pratiques commerciales durables, fournissant des informations essentielles pour les stratégies de marketing écologique.

Eco-Entreprise

Site Web : [Eco-Business](#)

Aperçu : Une plateforme centrée sur la région Asie-Pacifique offrant des nouvelles, des événements et des études sur les pratiques commerciales durables, y compris le marketing et la stratégie de marque.

Neutre en matière de climat :

Site Web : [Climate Neutral](#)

Description : une plateforme de certification et de ressources qui assiste les entreprises dans la mesure, la compensation et la réduction de leur empreinte carbone. Pratique pour les marques désireuses de communiquer sur la neutralité carbone.

Certification B Corp :

Site Web : [B Corporation](#)

Présentation : La certification B Corp représente un engagement envers la responsabilité sociale et environnementale. Le site offre des ressources pour les entreprises désireuses de devenir B Corp.



Guide du marketing écoresponsable par HubSpot :

Site Web : [Guide de Marketing Durable de HubSpot](#)

Présentation : Un guide exhaustif de HubSpot, offrant des informations et des stratégies pour l'adoption de pratiques de marketing durables.

Marketing durable sur les réseaux sociaux – Sprout Social :

Site Web : [Blog de Sprout Social](#)

Présentation : Un article de blog offrant des conseils et des idées sur l'application de stratégies de marketing durable sur les réseaux sociaux.

Indice de désinformation environnementale :

Site Web : [Indice de Greenwashing](#)

Présentation : Cet outil vous permet d'évaluer et de soumettre des exemples d'écoblanchiment potentiel, aidant ainsi les entreprises à s'assurer que leurs allégations marketing sont authentiques et transparentes.

Tendances de Google :

Site Web : [Google Trends](#)

Présentation : demeurez au courant des tendances liées au développement durable afin d'ajuster votre contenu marketing aux intérêts contemporains des consommateurs.

Canva – Modèles de design durable :

Site Web : [Canva](#)

Présentation : Canva offre des modèles de conception écologiques que les entreprises peuvent utiliser pour élaborer des supports marketing respectueux de l'environnement.

EcoMatcher – plantation d'arbre :

Site Web : [EcoMatcher](#)

Présentation : Un dispositif qui permet aux entreprises de suivre et de partager l'impact environnemental des initiatives de plantation d'arbres, conçu pour les marques engagées dans la reforestation.



Félicitations

**Vous avez complété le
septième module du MOOC**

!





**GESTION DES
OPÉRATIONS ET DE LA
CHAÎNE
D'APPROVISIONNEMENT
CADRE THÉORIQUE**

MODULE 8



PROJECT INFORMATION

PROJECT ACRONYM	ECOPRENEETS
PROJECT TITLE	Booster les compétences éco-entrepreneuriales des NEETS
PROJECT REFERENCE	2022-2-FR02-KA220-YOU-000098683
PROJECT DURATION	31.03.2023-30.03.2025
PROJECT WEBSITE	https://ecopreneets.erasmusplus.website/

PARTENAIRES DU PROJET



Version	Date	Author	Organisation	Action	Pages
1	16/06/23	LENA	LENA	C	
2	25/07/2023	LEARNING SEED	LEARNING SEED	I	13
3	10/11/2023	LEARNING SEED	LEARNING SEED	U	21
4	12/07/2024	LENA	LENA	I	5,7,8,10

(*) Action: C = Creation, I = Insert, U = Update, R = Replace, D = Delete

Table des MATIÈRES

- 0 **MODULE 8: Gestion des opérations et de la chaîne d'approvisionnement**
- 1 **Sous-module 1: Pratiques durables dans les opérations et la chaîne d'approvisionnement**
 - 1.1 Introduction
 - 2 **Gestion durable des opérations / Sustainable Operations Management (SOM)**
 - 2.1 Introduction
 - 2.2 **Gestion de la chaîne d'approvisionnement**
 - 2.3 **Gestion durable des opérations**
- 3 **Sous-module 2 : Optimisation des ressources et gestion des déchets**
- 4 **Sous-module 3 : Approvisionnement éthique et relations avec les fournisseurs**

GESTION DES OPÉRATIONS ET DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

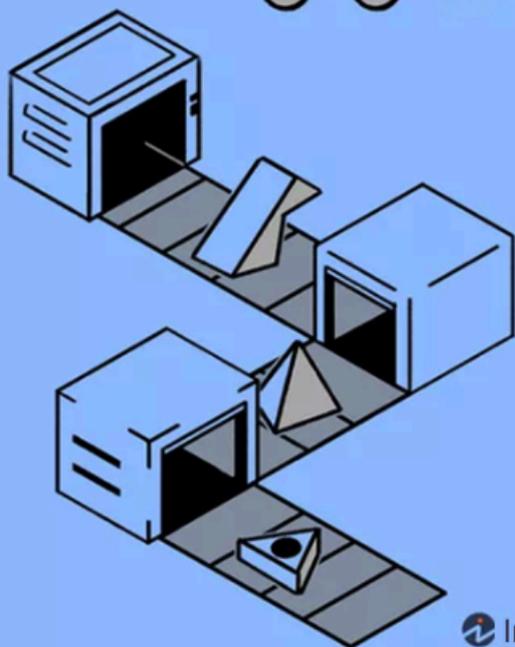
1 GESTION DES OPÉRATIONS ET DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

1.1 Introduction

Lorsque l'on parle de gestion des opérations au sein d'une entreprise, on fait référence à l'ensemble des processus que les responsables de chaque entreprise mettent en œuvre et coordonnent afin d'assurer leur bon fonctionnement, dans leur propre intérêt et celui de leurs clients. Mais qu'est-ce que cela signifie ? Les entreprises s'efforcent, par le biais d'activités coordonnées, de contrôler la planification, l'ordonnancement, le contrôle et l'organisation du processus de production et, le cas échéant, de redéfinir les activités de l'entreprise. Ce sont donc ces processus que chaque entreprise développe afin de transformer les intrants (matières premières, ressources humaines) en extrants (produits ou services).

En termes de gestion de la chaîne d'approvisionnement, il existe une variété d'activités telles que la conception et le développement de produits, la planification et le contrôle de la production, la gestion des stocks, l'entreposage, la distribution et le transport. Son principal objectif est d'aider les organisations à améliorer leur efficacité opérationnelle tout en réduisant les coûts. La gestion de la chaîne d'approvisionnement consiste à prévoir la demande de produits et à coordonner les maillons de la chaîne d'approvisionnement en vue de leur livraison. Outre la prévision et la planification de la demande, la gestion de la chaîne d'approvisionnement comprend la planification des achats, la planification des besoins en matériel, qui sont souvent affectés par des événements météorologiques ou même des pandémies, la planification de la production, des ventes et des opérations. En gérant la chaîne d'approvisionnement, les entreprises peuvent réduire les coûts excessifs et les étapes inutiles et livrer les produits au consommateur plus rapidement.

✓ ✓ ✓ Gestion de la chaîne
d'approvisionnement (SCM)



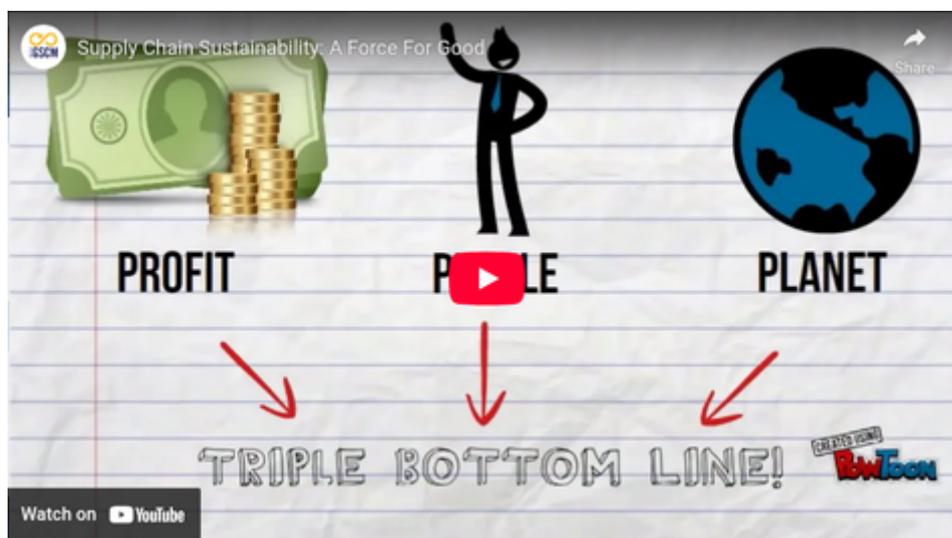
La gestion des flux
de biens et de services
comprend tous les processus
qui transforment les
matières premières en produits
finis.

 Investopedia

source: <https://www.investopedia.com/terms/s/scm.asp>

2 PRATIQUES DURABLES DANS LES OPÉRATIONS ET LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

2.1 Introduction



<https://www.youtube.com/watch?v=Bl0UhiOvrdc>

2.2 Gestion de la chaîne d'approvisionnement

La gestion d'une chaîne d'approvisionnement va au-delà des aspects traditionnels de la logistique et des achats ; elle nécessite une approche stratégique pour améliorer l'efficacité, contrôler les coûts, prévenir les pénuries et se préparer à des défis imprévus.

Les entreprises s'efforcent constamment d'optimiser et de rationaliser leurs chaînes d'approvisionnement dans un souci permanent d'efficacité, d'alignement sur les principes de durabilité et de rentabilité.

En règle générale, la gestion de la chaîne d'approvisionnement (GCA) vise à centraliser le contrôle ou à créer des liens entre les phases de production, d'expédition et de distribution d'un produit. Les entreprises cherchent toujours à réduire le coût de leurs produits ou services en intégrant dans leurs processus l'éthique en matière d'approvisionnement et de conditions de travail. L'objectif est d'être efficace au bon moment, de satisfaire le public et de s'aligner sur les nouvelles lignes directrices en matière de durabilité.

Pour atteindre cet objectif, il est nécessaire de maintenir un contrôle étroit des stocks internes, des procédures opérationnelles internes, des canaux de distribution, des ventes et des stocks détenus par les fournisseurs de l'entreprise s'il s'agit d'une opération commerciale.

L'un des principes de base de la GCL repose sur la reconnaissance du fait que presque tous les produits qui arrivent sur le marché sont le résultat des efforts de collaboration de nombreuses organisations qui forment une chaîne d'approvisionnement intégrée plutôt que des efforts individuels d'une seule entreprise.

Bien que ces processus aient été suivis depuis que les entreprises existent, des efforts sont aujourd'hui déployés pour coordonner les processus, documenter les étapes et doter les postes assignés d'employés responsables, compétents et qualifiés.

Il est désormais important que les entreprises investissent dans les nouvelles technologies et les outils nécessaires au suivi des stocks, des processus et des collaborations, tels que les logiciels modernes, afin d'éviter les erreurs et les retards.

Par conséquent, nous devons également réfléchir à l'importance des partenariats dans la gestion de la chaîne d'approvisionnement. Des efforts conjoints sont déployés et des relations de communication ouvertes doivent être établies pour prévoir la demande, planifier les calendriers et gérer les niveaux de stock. Dans le cadre de ces efforts, les entreprises recherchent des partenaires qui partagent les mêmes idées et la même vision, en particulier en ce qui concerne l'environnement.



Les avantages de la gestion de la chaîne d'approvisionnement sont multiples : efficacité accrue, meilleure communication et meilleure gestion des risques pour les entreprises. L'optimisation des processus de la chaîne d'approvisionnement permet de réduire les délais, d'améliorer la précision des commandes et de minimiser les niveaux de stock, ce qui contribue à accroître la productivité. Une communication et une collaboration efficaces entre les parties prenantes permettent de connaître les délais, les attentes et les défis, ce qui favorise la cohésion et l'information du réseau de la chaîne d'approvisionnement.

L'adoption de processus de gestion de la chaîne d'approvisionnement présente l'avantage important de préparer les entreprises à faire face aux difficultés résultant d'événements météorologiques ou de pandémies. Cette approche proactive permet aux organisations d'aborder et de gérer les risques avant qu'ils ne s'aggravent.

Un système de chaîne d'approvisionnement bien conçu contribue à la satisfaction des clients en garantissant des délais de livraison plus courts et une disponibilité constante des produits ou des services, en renforçant les relations à long terme et la confiance avec les clients et les partenaires, et en augmentant en fin de compte la rentabilité.

Le processus de gestion de la chaîne d'approvisionnement (GCA) comprend généralement cinq étapes :



- Dans la phase de planification, la GCL commence par aligner l'offre sur les besoins des clients et de la production. Il s'agit de prévoir les besoins futurs, en tenant compte des matières premières ou de la main-d'œuvre et de ses compétences, des capacités des équipements et des besoins de recrutement, le cas échéant.
- Les entreprises doivent s'assurer que les matériaux fournis répondent aux spécifications, que les prix et les activités des fournisseurs sont alignés sur les normes de l'entreprise partenaire et sur les attentes du marché.
- La phase de production est au cœur de la GCL, car c'est là que les entreprises vérifient si l'utilisation des matières premières est correcte, si des changements sont nécessaires et si des évaluations continues sont effectuées.
- Une GCL efficace garantit une logistique et des canaux de livraison solides pour une livraison rapide, sûre et rentable des produits ou des services.
- Le processus de GCL se termine par la phase des retours, qui favorise les retours de produits et la satisfaction des clients. Les entreprises évaluent donc à ce stade si leurs produits ou services doivent être modifiés. Cela peut se faire plus simplement en renvoyant les produits défectueux par exemple, mais en ce qui concerne les entreprises fournissant des services, cette phase doit comporter des formulaires d'évaluation et des suggestions d'amélioration.

2.3 Gestion durable des opérations

La gestion des opérations durables (SOM) intègre les principes de durabilité dans les processus de prise de décision stratégique des opérations commerciales.

La gestion des opérations durables soutient la prise en compte des objectifs économiques, sociaux et environnementaux, parallèlement à la recherche de revenus.

La gestion des opérations durables exige des organisations qu'elles contribuent activement au développement économique et social tout en promouvant la durabilité environnementale.

La gestion des opérations durables implique des processus et des connaissances qui permettent à une entreprise de fonctionner sans nuire à l'environnement, à la communauté locale ou à la société.

Cette approche vise à répondre aux besoins de la génération actuelle sans compromettre les générations futures.



- Les entreprises durables tentent de trouver un équilibre entre les bénéfices commerciaux et les responsabilités environnementales et sociales.
- Toutes les activités d'une entreprise durable doivent être fondées sur les principes de durabilité et de protection de l'environnement.
- Les entreprises doivent être organisées de manière à réduire la consommation d'énergie, les émissions et les déchets, tout en utilisant les ressources de manière efficace.

3 FACTEURS DE LA GESTION DURABLE DES OPÉRATIONS :

Dans le domaine des facteurs sociaux, la première dimension concerne la responsabilité d'une entreprise à l'égard de la société et de la justice sociale. Le suivi de l'impact social d'une organisation, tant en interne qu'en externe, est essentiel pour garantir que tous les processus d'entreprise sont alignés sur la responsabilité sociale et les normes éthiques.

- En interne, les facteurs sociaux sont étroitement liés au bien-être des employés. Ils comprennent des aspects tels que les conditions de travail, la diversité de la main-d'œuvre, l'égalité des chances pour les minorités et les femmes, l'absence de discrimination, des soins de santé abordables, des mesures de sécurité, des possibilités de formation et de développement et d'autres avantages pour les employés afin de parvenir à un équilibre entre vie professionnelle et vie privée.
- À l'extérieur, les déterminants sociaux des SOM comprennent l'impact d'une entreprise sur les résidents locaux et le secteur des services sociaux. Pour les entreprises qui mettent en œuvre des principes de développement durable, le partenariat avec des fournisseurs qui partagent les mêmes valeurs en matière de développement durable est la force motrice. En d'autres termes, elles doivent veiller à ce que les politiques, les processus commerciaux, le contenu publicitaire, les logos ou toute autre activité commerciale ne soient pas irrespectueux ou ne heurtent pas les sensibilités d'autres entreprises, fournisseurs ou clients sur le marché mondial.

Gestion durable des opérations : 3 facteurs

Facteurs sociaux :

- bien-être des employés
- diversité
- égalité des chances
- mesures de sécurité
- opportunités de formation et de développement
- équilibre travail / vie personnelle
- partenariats éthiques
- respect de la société et des citoyens

Facteurs environnementaux :

- un avenir soutenable pour les générations futures
- Minimiser ou éliminer les déchets
- Eviter les émissions de carbone
- Adopter des habitudes de recyclage
- Favoriser les initiatives respectueuses de l'environnement

Facteurs économiques :

- utilisation de matériaux écologiques et recyclables
- création d'emploi
- économie forte et stable

En ce qui concerne les facteurs économiques, les SOM (Sustainable operation management - gestion durable des opérations) comprennent les activités qui ont un impact économique du fait de l'activité de l'entreprise. L'adoption d'une méthode de travail disciplinée qui favorise le recyclage, minimise les déchets et utilise des matériaux verts et renouvelables permet de réduire considérablement les coûts, tout en garantissant un approvisionnement durable en ressources. Les facteurs économiques externes comprennent la création d'emplois, en particulier dans la communauté locale, l'impact sur les salaires, les flux fiscaux, l'investissement dans les zones sous-développées, les travaux publics et les systèmes de services sociaux. Une entreprise durable est considérée comme un bâtisseur d'une économie forte et stable, favorisant un environnement où davantage d'entreprises peuvent prospérer et contribuer à l'enrichissement économique général.

En ce qui concerne les facteurs environnementaux, les entreprises sont désormais légalement tenues d'adhérer aux principes de la responsabilité sociale des entreprises (RSE). La gestion durable des entreprises intègre la dimension environnementale dans la RSE, reconnaissant la tâche de créer un avenir durable pour les générations futures. Les entreprises de SOM s'engagent à préserver la qualité de l'environnement en adoptant des concepts d'entreprise verte. Les entreprises de l'industrie verte s'efforcent de minimiser ou d'éliminer les déchets, de prévenir les émissions de carbone et d'adopter des habitudes de recyclage et d'autres initiatives respectueuses de l'environnement. L'adhésion à des lignes directrices telles que l'Organisation internationale de normalisation (ISO) 14000 témoigne d'un engagement en faveur des pratiques environnementales et de la réduction des dommages écologiques.



3 OPTIMISATION DES RESSOURCES ET GESTION DES DÉCHETS

3.1 Introduction



<https://www.youtube.com/watch?v=RMx3bcTlxqY>

Techniques d'optimisation des ressources / Nivellement et lissage des ressources :

L'optimisation des ressources est une stratégie utilisée par les entreprises pour mieux utiliser leurs ressources disponibles, telles que les employés, les équipements, les installations et l'argent, dans le but ultime d'augmenter les revenus de l'entreprise. En pratique, une entreprise utilise et « exploite » les talents de sa main-d'œuvre, le potentiel de ses installations et la qualité de ses matières premières et de ses services afin de fournir sa production plus rapidement et avec une meilleure qualité. C'est exactement ce que l'optimisation des ressources apporte à une entreprise.



Mais comment cela fonctionne-t-il dans la réalité ?

Les gestionnaires de ressources (les personnes responsables de la gestion des ressources dans une entreprise) utilisent diverses techniques pour s'assurer que tout et chacun est utilisé de la meilleure façon possible :

- Planification : les responsables d'une entreprise planifient ce qui doit être fait et y associent la dynamique de l'entreprise. Ils évaluent le temps et les opportunités pour créer un plan d'action afin d'en tirer le meilleur parti et d'obtenir les meilleurs résultats possibles pour l'entreprise et son public.
- Prévision : Ils évaluent ce qui est nécessaire pour réaliser le plan d'action qu'ils ont élaboré à l'étape précédente et interviennent si nécessaire. Par exemple, s'il faut davantage de personnel qualifié, ils recherchent de nouvelles recrues ou une formation complémentaire pour le personnel existant.
- Allocation : Ils reconfigurent la capacité de l'entreprise et hiérarchisent les processus afin d'obtenir de meilleures performances par rapport aux buts/objectifs qu'ils ont fixés.
- Planification : ils créent des calendriers pour les processus et fixent des échéances afin que l'entreprise soit plus correcte dans ses opérations.

Mais pourquoi est-ce si important ?

L'optimisation des ressources est importante lorsque les besoins d'une entreprise dépassent les ressources disponibles. Elle permet de s'assurer que les ressources sont utilisées de la manière la plus efficace possible, en évitant le gaspillage et en améliorant les performances de l'entreprise.

Un exemple

Imaginez une entreprise comme un réseau de projets, où chaque projet consiste en de nombreuses tâches reliées entre elles. L'entreprise doit allouer ses ressources de manière appropriée afin que toutes les tâches soient achevées à temps. Ce processus peut s'avérer complexe, notamment lorsque les employés surestiment le temps nécessaire à une tâche ou tardent à s'y mettre.

Techniques d'optimisation des ressources / Nivellement et lissage des ressources :

1. Nivellement des ressources

Le nivellement des ressources est une technique importante qui permet d'éviter que les objectifs de l'entreprise n'échouent en raison d'un manque de ressources ou d'une erreur d'appréciation. Plus précisément, l'équilibrage peut être considéré comme l'allocation appropriée des calendriers pour être en équilibre avec les ressources disponibles dont une entreprise a besoin pour mener à bien un objectif ou un processus. De cette manière, vous pouvez trouver un équilibre entre ce dont vous avez besoin et ce dont vous disposez, ce qui réduit la probabilité d'épuisement des employés.



Les responsables d'une entreprise, tels que les chefs de projet, **doivent évaluer correctement la capacité de l'entreprise afin d'utiliser au mieux les compétences du personnel, les fonctions existantes et peut-être la matière première dont ils disposent, afin de créer un plan d'action qui corresponde aux conditions et aux capacités réelles de l'entreprise.**

Par exemple, s'il faut 5 personnes et 6 mois de processus pour atteindre un objectif, il serait inapproprié pour le manager de répartir les tâches entre 3 personnes. Dans ce cas, pour atteindre l'objectif, il doit soit embaucher davantage de personnes, soit porter le délai de livraison à 9 mois. Cependant, comme toute technique, l'équilibrage des ressources présente des inconvénients. Il peut entraîner des retards dans d'autres projets, augmenter les coûts et nous pouvons avoir besoin de plus de ressources pour faire face aux problèmes créés par les pénuries de ressources. En d'autres termes, le nivellement des ressources revient à assembler un puzzle avec les pièces disponibles afin d'obtenir le meilleur résultat possible sans surcharger l'équipe.

2. Lissage des ressources

La technique de lissage des ressources est un outil utilisé pour gérer les contraintes temporelles d'un projet afin d'éviter de dépasser les ressources disponibles et donc d'augmenter les coûts inutilement.

Les chefs de projet utilisent le lissage des ressources pour estimer la charge de travail et s'assurer que le projet est livré à temps. Il s'agit notamment d'estimer la quantité de travail que les employés doivent accomplir, par exemple, et le moment où leurs tâches seront achevées, de hiérarchiser les tâches de manière à ce que les plus importantes soient achevées en premier, de contrôler en permanence les progrès réalisés et d'ajuster la programmation si nécessaire.

La technique de lissage des ressources permet de s'assurer que le projet est livré dans les temps et d'éviter les dépassements de budget. Les gestionnaires de projet peuvent être amenés à retarder certaines tâches afin de donner la priorité à d'autres, de sorte que le calendrier doit être serré et laisser peu de place aux changements ou aux retards sans affecter le calendrier global du projet. Les techniques de lissage des ressources, correctement appliquées, contribuent à garantir une utilisation efficace des ressources et une livraison des projets dans les délais, bien qu'elles nécessitent une stratégie minutieuse et un suivi continu pour surmonter les difficultés.



3. L'allocation inversée des ressources

La **méthode d'allocation inverse** des ressources est une technique alternative de gestion de projet qui part de la dernière tâche, de sa date d'échéance et travaille à rebours. L'objectif est de prêter attention à l'étape à atteindre et d'estimer les tâches à lancer jusqu'à ce dernier objectif majeur, afin d'organiser des calendriers spécifiques et d'éviter les erreurs. Cette stratégie réduit les risques de retard dans les tâches importantes en raison d'autres activités moins importantes qui apparaîtront au cours du processus, ce qui permet d'établir des priorités importantes. En d'autres termes, l'allocation inversée des ressources revient à partir de l'objectif final que l'on souhaite atteindre et à travailler à rebours, en veillant à ce que les tâches les plus importantes soient accomplies à temps.

Gestion des déchets

Une gestion efficace des déchets dans une entreprise peut améliorer les pratiques de développement durable, en particulier lorsque l'entreprise souhaite accroître son impact social et contribuer à un meilleur avenir pour les générations futures. La gestion des déchets comprend les programmes de recyclage, les stratégies de réduction des déchets, les pièces d'équipement, les sociétés de transport et les programmes de ramassage.





• Prévention des déchets

Au cours des différentes étapes du cycle de vie d'un produit, telles que la fabrication, l'utilisation et l'après-utilisation, un certain nombre de processus peuvent être mis en œuvre pour éliminer les déchets, ce qui permet d'atténuer ou de prévenir la pollution. Ces divers procédés comprennent des méthodes de production respectueuses de l'environnement qui privilégient les matériaux moins dangereux, l'adoption de systèmes modernes de détection des fuites pour garantir un stockage sûr des matériaux, des techniques innovantes de neutralisation des produits chimiques pour réduire la réactivité, et l'intégration de technologies permettant d'économiser l'eau.

• Minimisation des déchets

Les stratégies, appelées minimisation des déchets ou réduction à la source, comprennent tous ces processus et pratiques industrielles, tels que la réutilisation des matériaux, le choix de substituts moins dangereux et la modification des éléments de conception, qui contribuent à réduire les déchets, apportant des avantages tels que la conservation des ressources et la réduction de la toxicité des déchets. Les applications de fabrication adoptent généralement des stratégies de minimisation des déchets pour des raisons environnementales et économiques. Les innovations en matière d'emballage, l'amélioration de l'efficacité de la distribution et l'utilisation de matériaux de construction techniques contribuent à réduire l'utilisation des matériaux, à diminuer la consommation de ressources et à réaliser des économies dans les processus de fabrication.

• Recycler et réutiliser

Le recyclage, dont nous connaissons tous la définition, est le processus de fabrication de nouveaux produits à partir de verre, de papier, de plastique, de bois et de métal, collectés à partir de déchets, les ordures que nous connaissons tous. Grâce à cette pratique, une entreprise peut réaliser des économies, car elle obtient la matière première gratuitement ou à un prix très bas.

Par exemple, de nombreuses entreprises se sont créées et prospèrent en recyclant des huiles déjà utilisées dans l'alimentation (friture) et en les transformant en savon écologique composé de matières naturelles pures pour notre peau.

Dans de nombreux pays, le recyclage a encore un long chemin à parcourir pour être considéré comme une réussite, en raison du manque d'infrastructures, d'informations adéquates et d'éducation du public. Les avantages environnementaux et économiques d'une entreprise seraient très importants si le processus de recyclage était coordonné et avait des objectifs à long terme.



• Traitement biologique

La mise en décharge de fractions organiques importantes est déconseillée dans de nombreux pays et certains pays interdisent même ces pratiques. Les alternatives de traitement des déchets comprennent la dégradation des matériaux biodégradables, laissant des fractions de déchets inorganiques pour l'élimination ou l'utilisation bénéfique.

Les méthodes de biodégradation telles que le compostage aérobie, la digestion anaérobie ou le traitement biologique mécanique (TMB) peuvent être utilisées. Le compostage aérobie transforme les déchets organiques en compost, ce qui est bénéfique pour l'amendement du sol. La digestion anaérobie produit du biogaz pour l'énergie et des résidus comme engrais. Elle est efficace pour les déchets liquides et plus rapide que la mise en décharge.

Le traitement mécano-biologique (TMB), plus répandu en Europe, réduit le volume des déchets par le tri, le déchiquetage et le broyage. Il prépare les déchets au compostage aérobie ou à la digestion anaérobie, avec une masse de déchets réduite convenant à l'incinération. Le TMB offre une alternative flexible de traitement des déchets, contribuant à détourner les déchets de la mise en décharge.

• Incinération

L'incinération est très répandue dans les pays développés et convertit les déchets en source d'énergie, maximisant ainsi l'impact positif sur l'environnement tout en économisant des profits, malgré les critiques sévères du processus, car il a été observé que des cendres toxiques peuvent être émises pendant le fonctionnement des incinérateurs. L'incinération est efficace pour les déchets dangereux tels que les hydrocarbures chlorés, les huiles, les solvants, les déchets médicaux et les pesticides. Aujourd'hui, de nombreuses entreprises qui souhaitent suivre le processus d'incinération des matériaux et générer de l'énergie ou réduire les déchets ont trouvé un moyen de construire des incinérateurs répondant à des normes élevées et d'économiser de l'argent sur le coût d'achat d'un incinérateur industriel.

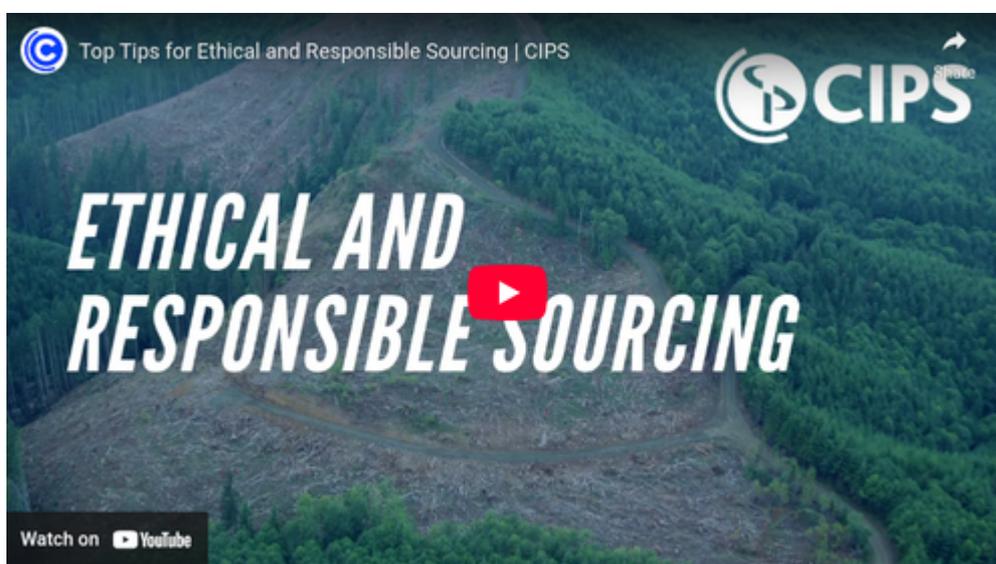
• Mise en décharge

La mise en décharge reste la méthode prédominante d'élimination des déchets. Alors que la production de déchets solides municipaux (DSM) est en hausse, la capacité globale des décharges diminue. De nouvelles réglementations sont en place pour garantir une élimination correcte des déchets, avec des systèmes de revêtement innovants visant à minimiser la contamination potentielle des eaux souterraines par l'infiltration et la migration des lixiviats. Toutefois, ces mesures ont entraîné une augmentation significative des coûts liés à l'élimination des déchets.

Outre les changements réglementaires, l'opposition du public aux décharges est de plus en plus forte. Cette résistance est en partie alimentée par le souvenir de pratiques antérieures de mise en décharge incontrôlée, qui ont entraîné des effets secondaires indésirables tels que des vecteurs incontrôlés, des eaux souterraines contaminées, des odeurs persistantes et des baisses subséquentes de la valeur des propriétés. La combinaison de ces facteurs souligne les défis et les complexités associés à la mise en décharge dans le paysage actuel de la gestion des déchets.

4 APPROVISIONNEMENT ÉTHIQUE ET RELATIONS AVEC LES FOURNISSEURS

4.1 Introduction



<https://www.youtube.com/watch?v=-41orkXAOHU>

Assurer des pratiques d'approvisionnement et de fabrication éthiques



1 Traçabilité et transparence



2 Pratiques de travail et salaires équitables



3 Impact environnemental



4. Emballage et réduction des déchets



5 Audits et collaboration des fournisseurs

Une définition très importante qui vous sera souvent proposée lorsque vous vous engagerez dans l'éco-activité est celle de l'approvisionnement éthique. L'approvisionnement éthique vise essentiellement à contribuer à la prévention du changement climatique et au-delà, puisqu'il traite également de l'élimination du travail des enfants et du travail éthique en général. De nos jours, de plus en plus de personnes préfèrent les entreprises, les services ou les produits qui visent à avoir un impact positif sur l'environnement, la société et l'économie. L'approvisionnement éthique concerne aussi bien la main-d'œuvre que l'approvisionnement en matières premières et les opérations en général. Les entreprises s'efforcent de créer des partenariats qui partagent la même vision, mais recherchent également des employés qui s'engagent en faveur de la durabilité et de pratiques qui préviennent les impacts destructeurs sur l'environnement.

Plus précisément, l'évaluation éthique des fournisseurs se concentre sur leur sensibilité environnementale, les normes de travail qu'ils appliquent et le respect des droits de l'homme au sein de leur organisation. En choisissant des fournisseurs qui soutiennent le développement durable et des pratiques de travail équitables, les entreprises impliquées dans la chaîne d'approvisionnement ont un impact positif à la fois sur la société et sur l'environnement.

• Responsabilité environnementale

La responsabilité environnementale dans les achats éthiques implique la responsabilité des éco-entreprises à l'égard de l'environnement et des conditions en constante évolution. Les entreprises évaluent leurs processus et s'efforcent de se conformer aux normes mondiales et aux aspects réglementaires afin de réduire leur empreinte environnementale et de faire plus de bien que de mal à l'environnement. Parler en 2024 d'entreprises dont le développement durable est un principe, c'est parler d'opérations éthiques, d'achats éthiques de matières premières et, bien sûr, de réduction des déchets.

• Equité sociale

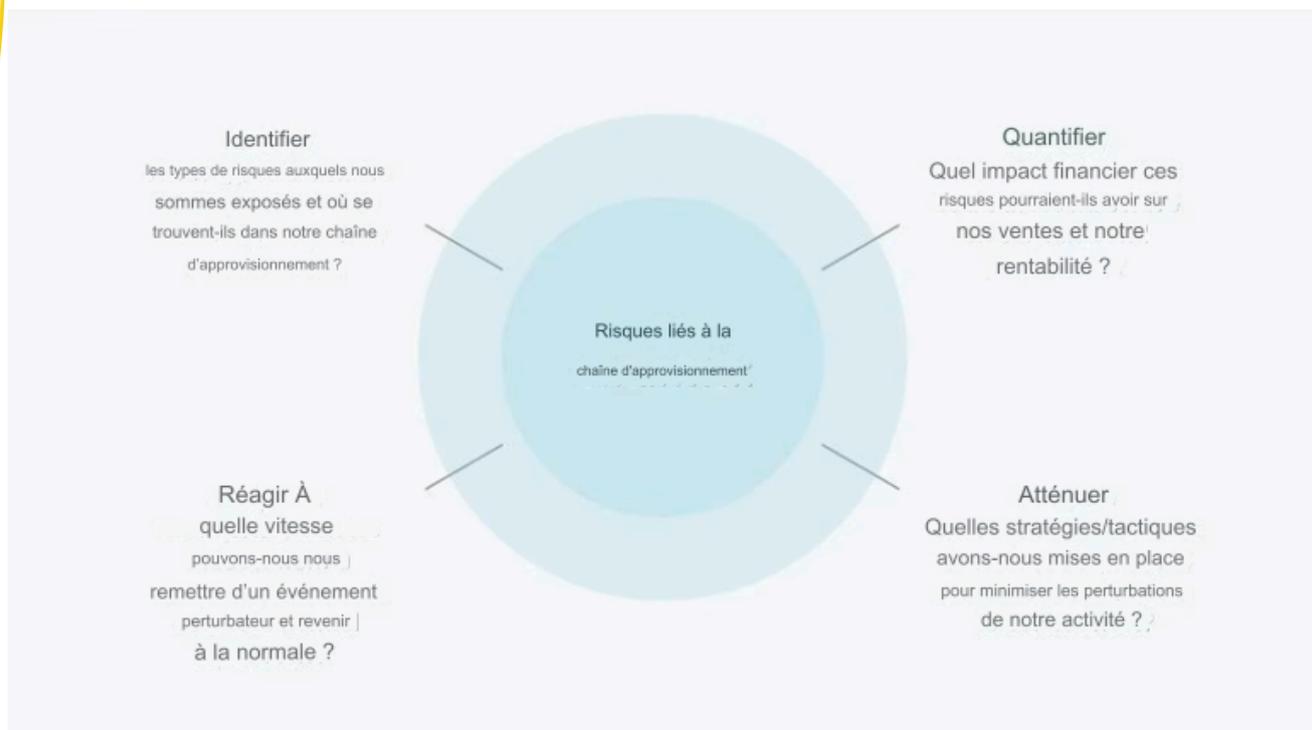
Les entreprises qui visent l'éthique, n'autorisent pas le travail des enfants, promeuvent l'égalité entre leurs employés et les bonnes conditions de travail pour tous afin d'avoir un impact social positif. Elles cherchent également des moyens de contribuer activement à la communauté locale, par le biais de parrainages, de programmes de développement et de formation, etc., et à la société en général par le biais de campagnes, de dons, de donations, d'associations, etc.

• Durabilité économique

Cette approche encourage les entreprises à examiner en permanence l'impact de leurs actions sur la rentabilité, en tenant compte des facteurs environnementaux et sociaux, et à identifier à la fois les risques et les opportunités pour l'avenir. Les pratiques financières durables comprennent une gestion prudente des ressources financières, un comportement éthique et une planification stratégique qui garantissent le bien-être financier à long terme d'une organisation sans nuire à l'environnement ou à la société.

Il existe également des risques dans la chaîne d'approvisionnement lorsque des événements inattendus peuvent perturber le flux de matériaux sur leur parcours depuis les fournisseurs initiaux jusqu'aux clients finaux. Il existe essentiellement deux types de risques pour une chaîne d'approvisionnement : 1) les risques internes qui apparaissent dans les opérations normales, tels que les retards de livraison, les stocks excédentaires, les mauvaises prévisions, les risques financiers, les accidents mineurs, les erreurs humaines, les défaillances des systèmes informatiques, etc. ; et 2) les risques externes qui proviennent de l'extérieur de la chaîne d'approvisionnement, tels que les tremblements de terre, les ouragans, les conflits sociaux, les guerres, les attaques terroristes, les épidémies, les hausses de prix, les problèmes avec les partenaires commerciaux, les pénuries de matières premières, la criminalité, les irrégularités financières, le COVID-19, etc.





Meilleures pratiques pour établir et gérer des chaînes d'approvisionnement résilientes capables de surmonter les perturbations :

- Identifier les facteurs de risque potentiels.
- Élaborer un plan d'urgence.
- Contrôler et analyser les données relatives à la chaîne d'approvisionnement.
- Mettre en œuvre des solutions d'automatisation pour aider à gérer les perturbations.
- Renforcer les relations avec les fournisseurs.

Plusieurs entreprises de renom ont donné l'exemple de pratiques commerciales éthiques, contribuant ainsi à leur succès et à leur impact positif.

- - Ecolab

Ecolab est un leader mondial en matière de pratiques commerciales durables, en particulier dans le domaine de la conservation de l'eau et de l'énergie. L'entreprise se consacre à la fourniture de solutions pour une eau propre, une alimentation saine, une énergie abondante et des environnements sains.

- - Kellogg Co.

Kellogg est connue pour son engagement en faveur de pratiques agricoles durables. L'entreprise met l'accent sur l'approvisionnement responsable en ingrédients, la réduction de l'impact sur l'environnement et le soutien aux communautés locales.

- - Starbucks

Starbucks est un leader en matière d'approvisionnement éthique et de commerce équitable dans l'industrie du café. L'entreprise met l'accent sur la responsabilité sociale, y compris la durabilité environnementale, l'approvisionnement éthique et l'engagement communautaire.

Entreprises éthiques bien connues en France:

- Biocoop :

Biocoop, premier réseau de magasins bio spécialisés en France à proposer des produits biologiques, locaux et de saison, issus du commerce équitable.

- Décathlon:

Decathlon est une entreprise française de grande distribution de sport et de loisirs, créée en 1976 par Michel Leclercq.



Félicitations

**Vous avez terminé le
huitième module du
MOOC!**

8





Ressources additionnelles

Vidéos YouTube (en anglais avec traduction possible)

- Supply Chain Management In 6 Minutes | What Is Supply Chain Management? | Simplilearn - <https://www.youtube.com/watch?v=Lpp9bHtPAN0>
- What is a sustainable operation? - <https://www.youtube.com/watch?v=q46gVs8VSVc>
- What is Operation Management? | Duties and Responsibilities in Operation Management - <https://www.youtube.com/watch?v=tdZOjBODtE4>
- Resource Optimization Techniques - Resource Leveling and Resource Smoothing - <https://www.youtube.com/watch?v=jRITFd2NUUM>
- More Sources to Read:
- Sustainable operations management: recent trends and future directions - <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJOPM-12-2013-0557/full/html>
- Towards Sustainable Operations Management Integrating Sustainability Management into Operations Management Strategies and Practices - https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-84800-131-2_53



R

Références

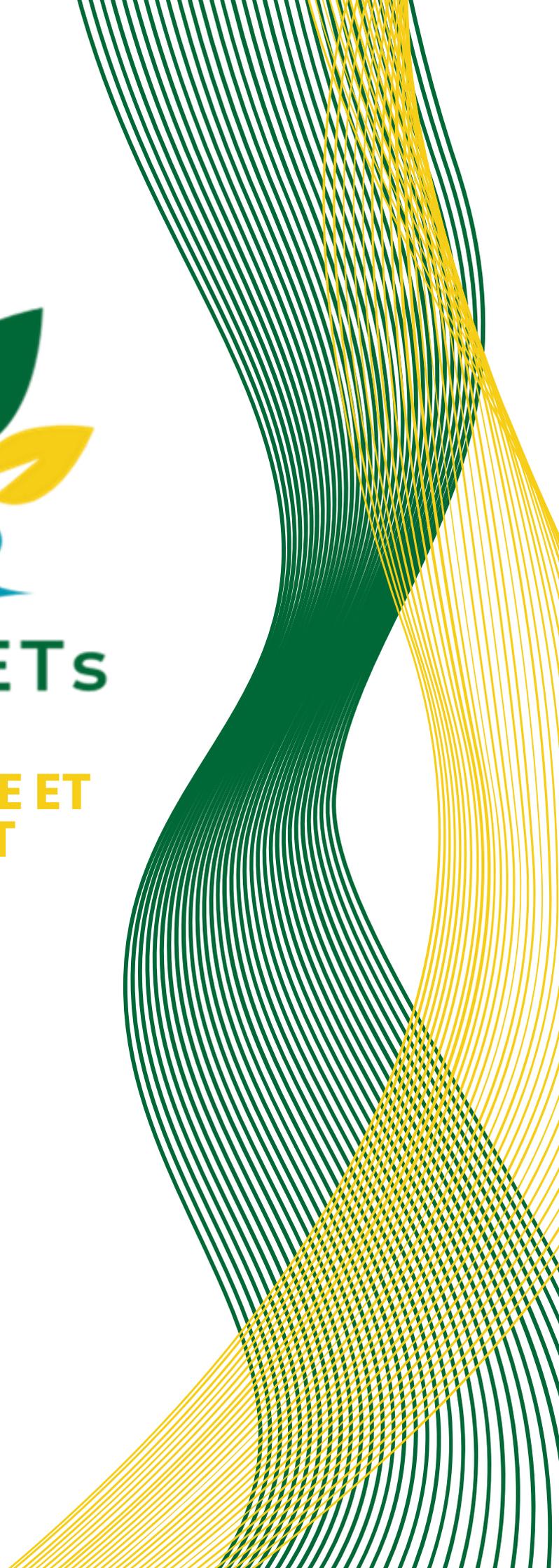
- Runn.io. (n.d.). Resource Optimization. Retrieved from <https://www.runn.io/blog/resource-optimization>
- Clean Management. (n.d.). The Importance of the 5Rs of Waste Management. Retrieved from <https://cleanmanagement.com/blog/the-importance-of-the-5rs-of-waste-management/#:~:text=They%20include%20refuse%2C%20reduce%2C%20reuse,work%20to%20its%20full%20potential>
- Dun & Bradstreet. (2023, Sept., 29). When it comes to ethical sourcing. Retrieved from <https://www.dnb.com/resources/ethical-sourcing.html>
- Lumen Learning. (2023, Sept., 28). 15.2 Waste Management Strategies. Retrieved from <https://courses.lumenlearning.com/suny-monroe-environmentalbiology/chapter/15-2-waste-management-strategies/>
- SAI Global Assurance Services. (2023, Sept. 29). Ethical Sourcing. Retrieved from <https://saiassurance.com.au/ethical-sourcing>
- Tutorialspoint. (2023, Sept., 26). What is Sustainable Operations Management (SOM)? Retrieved from <https://www.tutorialspoint.com/what-is-sustainable-operations-management-som>
- ENGIE Impact. (2023, Sept., 26). Resource Optimization. Retrieved from <https://www.engieimpact.com/expertise/resource-optimization#:~:text=Resource%20optimization%20is%20the%20process,timely%20and%20cost%20Defective%20way>
- GeekyAnts. (n.d.). Resource Optimization Techniques in Project Management. GeekyAnts Blog. Retrieved from <https://geekyants.com/blog/resource-optimization-techniques-in-project-management/>
- GeeksforGeeks. (n.d.). Principles of Sustainable Development. GeeksforGeeks. Retrieved from <https://www.geeksforgeeks.org/principles-of-sustainable-development/>
- Philip Morris International. (2023, Sept., 28). Responsible Sourcing Principles. Retrieved from chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/pmi-sustainability/responsible-sourcing-principles.pdf?sfvrsn=15c19ab5_14
- Website: <https://skilledynamics.com/blog/strategies-improve-supplier-relationship-management/>
- <https://www.projectmanager.com/blog/resource-optimization-techniques>



GESTION FINANCIÈRE ET MESURE DE L'IMPACT

CADRE THÉORIQUE

MODULE 9



INFORMATIONS DU PROJET

PROJECT ACRONYM	ECOPRENEETS
PROJECT TITLE	Booster les compétences éco-entrepreneuriales des NEETs
PROJECT REFERENCE	2022-2-FR02-KA220-YOU-000098683
PROJECT DURATION	31.03.2023-30.03.2025
PROJECT WEBSITE	https://ecopreneets.erasmusplus.website/

PARTENAIRES DU PROJET



Version	Date	Auteur	Organisation	Action	Pages
1	16/06/23	LENA	LENA	C	
2	25/07/2023	LEARNING SEED	LEARNING SEED	I	13
3	10/11/2023	LEARNING SEED	LEARNING SEED	U	21
4	12/07/2024	LENA	LENA	I	5,7,8,10

(*) Action: C = Creation, I = Insert, U = Update, R = Replace, D = Delete

Table des MATIÈRES

- 0 Gestion financière et mesure de l'impact
 - 1 Sous-module 1 : Pratiques de gestion financière durable
 - 1.1 Introduction
 - 1.2 Qu'est-ce que la finance durable ?
 - 1.3 L'importance de la durabilité dans la planification financière
 - 1.4 Définitions: économie verte
 - 1.5 Principes clés de la consommation et de la production durables pour l'éco-entrepreneuriat
 - 2 Sous-module 2 : mesurer et évaluer l'impact environnemental et social des décisions financières dans les entreprises vertes.
 - 2.1 Introduction
 - 2.2 Indicateurs clés de performance (ICP) et métriques
 - 2.3 Analyse du cycle de vie (ACV)
 - 3 Sous-module 3 : Développement de stratégies financières qui soutiennent et renforcent les objectifs de durabilité.
 - 3.1 Introduction
 - 3.2 Stratégie financière pour le développement durable des entreprises
 - 3.3 Planification financière - Budgétisation, investissements et stratégies de financement
 - 3.4 Initiatives écologiques, utilisation efficace des ressources et prise de décisions financières responsables
 - 4 Sous-module 4 : Mesurer et évaluer l'impact environnemental et social des décisions financières dans les entreprises vertes.
 - 4.1 Introduction
 - 4.2 Création de rapports sur le développement durable | Rapports ESG



GESTION FINANCIÈRE ET MESURE DE L'IMPACT

1 PRATIQUES DE GESTION FINANCIÈRE DURABLE

1.1 Introduction

Les petites entreprises doivent tenir compte de leur impact futur sur l'environnement et la société, et pas seulement en termes de profit. Les pratiques de financement durable sont cruciales pour ces entreprises, car elles contribuent non seulement à la durabilité financière, mais aussi à la communauté et à la bonne gouvernance. Ce blog explore la manière dont les PME peuvent contribuer au développement durable, en proposant des exemples concrets de financement durable et des étapes pour intégrer ces pratiques dans leurs modèles d'entreprise. En explorant les principaux piliers de la finance durable, les petites entreprises peuvent remodeler leur avenir et contribuer à un futur plus durable.

Les petites entreprises ont des avantages uniques dans l'adoption de pratiques durables en raison de leur agilité, de leurs liens étroits avec la communauté et de leur capacité à s'adapter aux nouvelles tendances. Toutefois, des ressources et un accès au capital limités peuvent entraver leur cheminement vers le développement durable. Le financement durable joue un rôle crucial pour surmonter ces obstacles et promouvoir un modèle d'entreprise plus résilient et plus respectueux de l'environnement. En adoptant des méthodes de financement durable, les petites entreprises peuvent relever ces défis.



1.2 Qu'est-ce que la finance durable ?

La finance durable fait référence aux activités financières qui cherchent à produire des rendements économiques et à générer des résultats environnementaux et sociaux positifs. Cette approche de la finance est de plus en plus guidée par les principes ESG (Environnement, Social et Gouvernance). Ces principes ne sont pas seulement des mots à la mode ; ils représentent une tendance croissante où les investissements sont évalués en fonction de leur impact plus large sur le monde, et pas seulement en fonction de leur rendement financier. (source : <https://www.rok.biz/blog/sustainable-finance-key-practices-for-small-and-medium-enterprises-in-2024/>)

La durabilité dans les affaires consiste à opérer de manière rentable tout en bénéficiant aux personnes et à la planète. Il s'agit de prendre des décisions qui garantissent la santé à long terme de l'entreprise sans compromettre les responsabilités environnementales et sociales. Le développement durable devient une nécessité, car de nouvelles lois sur les rapports non financiers sont en train d'émerger pour les entreprises publiques. Il est stratégique, dans l'intérêt de l'entreprise, d'entamer très tôt une démarche de développement durable. Intégrer le développement durable dans l'entreprise ne consiste pas seulement à suivre des règles ; cela permet aux entreprises de se démarquer de la concurrence, d'augmenter leurs bénéfices et d'attirer des employés de qualité. La main-d'œuvre émergente accorde plus d'importance aux actions concrètes qu'aux simples promesses, ce qui fait de l'engagement en faveur du développement durable un puissant pôle d'attraction pour les meilleurs talents.

La finance durable se concentre sur l'intégration des considérations ESG (environnementales, sociales et de gouvernance) dans la prise de décision financière afin de promouvoir la croissance économique tout en préservant la santé à long terme de l'environnement et de la société. Elle aligne les pratiques de prêt et d'investissement sur des objectifs durables, en reconnaissant l'impact significatif des opérations financières sur l'environnement et la société. La finance durable vise à résoudre des problèmes mondiaux tels que l'épuisement des ressources, l'inégalité sociale et le changement climatique, en reconnaissant que les modèles financiers conventionnels peuvent avoir des effets négatifs à long terme. Elle favorise une économie plus robuste et plus inclusive.





Financement durable pour les petites entreprises

Pourquoi?

La durabilité est importante pour les petites entreprises pour trois raisons principales.

- Elle aide l'environnement en réduisant la pollution et en protégeant la nature.
- Elle permet d'économiser de l'argent en consommant moins d'énergie et en produisant moins de déchets, ce qui rend les entreprises plus rentables et plus compétitives.
- Elle améliore les communautés en traitant les travailleurs de manière équitable et en s'impliquant au niveau local, ce qui rend les employés plus heureux et les clients plus fidèles, ce qui est bon pour les affaires.

Comment ?

Quels sont les cinq piliers de la finance durable ?

Comprendre les piliers de l'ESG est essentiel pour les petites entreprises qui souhaitent s'engager sur la voie du financement durable :

- 1 Intégration des aspects environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG)
- 2 Gestion des risques
- 3 Transparence et communication
- 4 Réglementation et normes
- 5 Engagement des parties prenantes



1. . Intégration des facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) : Il s'agit d'incorporer les facteurs ESG dans les processus de prise de décision financière. Cela signifie que les décisions d'investissement sont prises en tenant compte des rendements financiers, de la protection de l'environnement, de la responsabilité sociale et de la bonne gouvernance.

2. Gestion des risques : Il s'agit d'identifier, d'évaluer et de gérer les risques financiers associés aux questions environnementales, sociales et de gouvernance. Par exemple, comprendre l'impact du changement climatique sur les actifs financiers ou des troubles sociaux sur les résultats d'une entreprise.

3. Transparence et communication: Les entreprises et les institutions financières doivent communiquer sur leurs pratiques et leurs performances en matière d'ESG. Cette transparence permet aux investisseurs et aux parties prenantes de prendre des décisions éclairées sur la base de l'engagement de l'entreprise en faveur du développement durable.

4. Réglementation et normes : Il s'agit de l'élaboration de réglementations et de normes qui favorisent les pratiques durables dans le secteur financier. Les gouvernements et les organismes de réglementation mettent de plus en plus en œuvre des politiques qui exigent des pratiques durables, telles que des rapports ESG obligatoires ou des réglementations sur la finance verte.

5. Engagement des parties prenantes : L'engagement avec les différentes parties prenantes, y compris les investisseurs, les clients, les employés et les communautés, est essentiel pour la finance durable. Il s'agit de comprendre et de répondre aux besoins et aux préoccupations des différentes parties prenantes en matière de développement durable.

L'intégration de ces piliers dans leur modèle d'entreprise aide les petites entreprises à devenir plus durables et les positionne favorablement pour les options de financement durable.

(source :

<https://www.rok.biz/blog/sustainable-finance-key-practices-for-small-and-medium-enterprises-in-2024/>)

Le voyage vers la durabilité peut commencer par de petites actions, mais qui ont un impact. Le B Assessment est un outil gratuit qui peut vous aider à comprendre certains domaines d'impact et à structurer votre entreprise autour de cinq piliers clés : la communauté, les employés, la gouvernance, l'environnement et les clients. Les objectifs de développement durable des Nations unies constituent une autre bonne ressource.

(source :

<https://www.forbes.com/councils/forbesbusinesscouncil/2024/02/15/navigating-sustainability-a-guide-for-small-businesses-and-startups/>

1.3 L'importance de la durabilité dans la planification financière

Comprendre la planification financière durable

La planification financière durable consiste à intégrer les facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) dans les processus traditionnels de prise de décision financière. Contrairement à la planification financière traditionnelle, qui se concentre principalement sur la maximisation des rendements financiers, la planification financière durable prend en compte l'impact plus large des investissements sur la société et l'environnement. Elle met l'accent sur les avantages à long terme tels que l'atténuation des risques environnementaux, le soutien des pratiques socialement responsables et la contribution à la stabilité économique au fil du temps. En intégrant des critères de durabilité dans la planification financière personnelle, les individus peuvent aligner leurs investissements sur des valeurs qui promeuvent une planète plus saine, des sociétés plus justes et une croissance économique durable. Cette approche permet non seulement d'atteindre les objectifs financiers actuels, mais aussi de préserver les ressources et les opportunités pour les générations futures, ce qui en fait une stratégie essentielle pour la gestion responsable du patrimoine à l'ère moderne.

Cadre du triple bilan (TBL)

Le cadre du triple bilan (TBL) est une approche axée sur la durabilité qui évalue les performances des entreprises sur la base de trois dimensions : les personnes, la planète et le profit. Il souligne l'importance non seulement des gains financiers (profit), mais aussi de la responsabilité sociale (personnes) et de la durabilité environnementale (planète). Dans le cadre de la planification financière personnelle, l'application de la TBL implique de considérer l'impact des décisions d'investissement sur ces trois piliers. Par exemple, l'investissement dans des fonds socialement responsables soutient les personnes en promouvant des pratiques de travail équitables, profite à la planète en finançant des initiatives respectueuses de l'environnement et vise le profit en recherchant une croissance durable. Toutefois, les défis à relever consistent à trouver un équilibre entre les rendements financiers et les considérations éthiques, et à gérer les coûts parfois plus élevés associés aux investissements durables. Le TBL offre donc une perspective holistique sur les décisions financières, encourageant les individus à aligner leurs investissements sur des objectifs sociaux et environnementaux plus larges, en plus des objectifs financiers.

(source

https://www.researchgate.net/publication/382061113_Financial_Planning_for_a_Sustainable_Future

La durabilité devrait être au cœur de la planification financière afin de garantir un succès à long terme et des contributions sociétales positives.

- **Intégration des objectifs de durabilité :**

Intégrer les objectifs de durabilité dans les processus de planification financière. Il peut s'agir de fixer des objectifs spécifiques pour réduire l'impact sur l'environnement, améliorer les contributions sociales ou obtenir des certifications reconnues en matière de développement durable.

- **Gestion des risques en tenant compte des facteurs environnementaux et sociaux :**

Inclure les facteurs environnementaux et sociaux dans l'évaluation des risques. Un plan financier durable prend en compte les risques potentiels associés au changement climatique, aux troubles sociaux ou aux effets négatifs sur l'environnement, afin de garantir la résilience face à ces défis.

- **Engagement des parties prenantes et transparence :**

Donner la priorité à l'engagement des parties prenantes et à la transparence dans les rapports financiers. Communiquer les initiatives et les progrès en matière de développement durable aux investisseurs, aux clients et aux autres parties prenantes, afin de favoriser la confiance et la responsabilité.

Outils et techniques pour une planification financière efficace

Une planification financière efficace fait appel à divers outils et techniques tels que les applications de budgétisation, les calculateurs d'investissement, les logiciels de planification de la retraite et les services de conseil financier. Ces outils permettent d'analyser les flux de trésorerie, d'évaluer les options d'investissement, de prévoir les besoins en matière de retraite et de suivre les progrès accomplis dans la réalisation des objectifs financiers. Les techniques comprennent des stratégies d'allocation d'actifs, la gestion des risques, la planification fiscale et la planification successorale, conçues pour optimiser les ressources financières et s'aligner sur les objectifs individuels et les niveaux de tolérance au risque. En tirant parti de ces outils et techniques, les individus peuvent prendre des décisions financières éclairées, maximiser les rendements et atténuer les risques potentiels, améliorant ainsi l'efficacité de leurs efforts de planification financière.

(source : https://www.researchgate.net/publication/382061113_Financial_Planning_for_a_Sustainable_Future)

2 MESURER ET ÉVALUER L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL ET SOCIAL DES DÉCISIONS FINANCIÈRES DANS LES ÉCO-ENTREPRISES

2.1 Introduction

Alors que les pratiques respectueuses de l'environnement font de plus en plus partie intégrante des activités commerciales, les entreprises vertes doivent non seulement prendre des décisions financières judicieuses, mais aussi évaluer leur impact sur la planète et la société. Dans ce module, nous explorerons les indicateurs clés de performance (ICP) et les mesures essentielles qui permettent aux entreprises d'évaluer leurs performances environnementales et sociales. En outre, nous nous efforcerons de comprendre les conséquences positives et négatives des choix financiers, afin de garantir une approche holistique de la prise de décision durable. Embarquons pour un voyage visant à aligner les stratégies financières sur les principes de la responsabilité environnementale et sociale.



2.2 Indicateurs clés de performance (ICP) et mesures :

Pour mesurer efficacement l'impact environnemental et social, il faut identifier et suivre des indicateurs clés de performance (ICP) et des mesures. Les ICP servent de repères quantifiables qui permettent d'évaluer le succès des initiatives en matière de développement durable. La réduction de l'empreinte carbone, l'amélioration de l'efficacité énergétique et la réduction des déchets sont des exemples d'ICP environnementaux. Les ICP sociaux peuvent concerner la satisfaction des employés, les mesures de diversité et d'inclusion et l'engagement de la communauté. Un suivi régulier de ces indicateurs permet d'obtenir des informations précieuses sur l'efficacité des décisions financières à contribuer aux objectifs de durabilité.

Plusieurs outils d'ICP sont disponibles en ligne, tels que clickUp, Tableau, Klipfolio et d'autres. Il ne s'agit là que de quelques exemples indicatifs.

2.3 Analyse du cycle de vie (ACV) :

L'analyse du cycle de vie (ACV) est une méthode systématique utilisée pour évaluer les incidences environnementales d'un produit, d'un processus ou d'un service tout au long de son cycle de vie. Elle permet d'informer les décideurs sur les alternatives durables et d'obtenir une compréhension globale des charges environnementales. Les étapes clés comprennent la définition du champ d'application, l'analyse de l'inventaire, l'évaluation de l'impact sur les indicateurs environnementaux et l'interprétation des résultats. L'ACV est de plus en plus utilisée dans la planification financière pour évaluer l'empreinte environnementale des investissements, promouvoir l'efficacité des ressources et contribuer aux objectifs de développement durable. L'intégration de l'ACV dans les décisions financières est bénéfique à la fois pour les finances personnelles et pour le bien-être de la société.

Les décisions financières des entreprises vertes ont un double impact, influençant à la fois les résultats positifs et négatifs pour l'environnement et la société. Les conséquences positives peuvent être des investissements dans les énergies renouvelables, des pratiques durables dans la chaîne d'approvisionnement ou des normes de travail éthiques. À l'inverse, des conséquences négatives peuvent découler de choix financiers qui contribuent à la pollution, à l'épuisement des ressources ou à l'inégalité sociale.



- Réaliser des études d'impact : Avant de prendre des décisions financières, il convient de réaliser des études d'impact approfondies afin d'évaluer les conséquences environnementales et sociales potentielles.
- Intégrer la triple approche, que nous avons mentionnée précédemment : Adopter une approche fondée sur le triple bilan, en tenant compte des facteurs économiques, environnementaux et sociaux, afin de garantir une prise de décision bien équilibrée.

En se concentrant sur ces aspects clés - mesurer les indicateurs clés de performance et les paramètres et comprendre les conséquences des décisions financières - les entreprises vertes peuvent améliorer leur capacité à faire des choix financièrement sains qui s'alignent sur leur engagement en faveur de la durabilité. Ce sous-module vise à vous fournir les connaissances et les outils nécessaires pour naviguer avec succès à l'intersection de la finance et de la responsabilité.



3 ÉLABORATION DE STRATÉGIES FINANCIÈRES QUI SOUTIENNENT ET RENFORCENT LES OBJECTIFS DE DURABILITÉ.

3.1 Introduction

Les stratégies financières sont essentielles à la réussite d'une entreprise et à son impact sur l'environnement et la société. Cette section examine comment intégrer le développement durable dans la planification financière, en abordant la budgétisation, les investissements et le financement. Nous explorerons également les actions respectueuses de l'environnement, l'utilisation efficace des ressources et les choix financiers responsables, en proposant des conseils pratiques et des exemples pour chaque domaine.



3.2 Stratégie financière pour le développement durable des entreprises

Les stratégies financières durables se concentrent sur l'entreprise durable. Cependant, la durabilité des entreprises ne se concentre pas uniquement sur la durabilité des matières premières nécessaires à la fabrication des produits à vendre. Il existe d'autres aspects non moins importants auxquels il faut prêter attention pour que l'entreprise reste durable selon Ukko, J., Nasiri, M., Saunila, M., & Rantala, T. (2019), à savoir :

- 1 Aspect économique
- 2 Aspects environnementaux
- 3 Aspect social
- 4 Aspects de la gouvernance d'entreprise

11. Aspect économique

Toutes les entreprises se résument à la même chose, à savoir le profit. L'entreprise est une incarnation de l'aspect économique, qui est étroitement lié à la génération de revenus et à la gestion financière. En ce qui concerne le financement durable, l'aspect économique comprend deux facteurs, à savoir la croissance de l'entreprise et le capital équatier. Une entreprise dépourvue de solidité financière aura du mal à croître et à se développer. Toutefois, les facteurs non financiers ne peuvent être ignorés. La qualité des produits et la gouvernance d'entreprise jouent également un rôle important dans le processus de croissance des entreprises. La qualité du produit fait clairement référence aux valeurs contenues dans le produit lui-même, y compris le goût, la durabilité, les matières premières et l'emballage. La gouvernance, quant à elle, fait référence à la gestion interne de l'entreprise, depuis la structure organisationnelle jusqu'aux documents financiers, en passant par les règlements de l'entreprise.

2. Aspects environnementaux

Dans le contexte des stratégies de viabilité financière, les aspects environnementaux font clairement référence à la conservation de la nature. Chacun a le droit d'utiliser tout ce qui existe et pousse sur cette terre. Ce n'est pas faux, mais il faut souligner que l'utilisation n'est pas la même chose que la destruction.



3. Aspect social

L'aspect social fait référence aux avantages que l'entreprise apporte à la communauté environnante. Cela signifie que certaines parties bénéficient de l'existence de l'entreprise. Par exemple, les acteurs économiques dont les entreprises se sont développées et sont devenues importantes ont lancé un programme visant à donner aux jeunes des zones rurales les moyens de planter des arbres en vue de la reforestation. Ce principe de bénéfice social ne concerne pas seulement les parties externes, mais aussi les parties internes de l'entreprise ou de l'organisation commerciale, telles que les employés. Cette forme de durabilité financière d'un point de vue social peut être réalisée grâce à un système de travail familial qui apporte du confort aux employés. En outre, les chefs d'entreprise peuvent également améliorer les compétences et les aptitudes de leurs employés en leur proposant des formations régulières. De cette manière, les employés sont en mesure de se développer, ce qui devrait avoir un impact sur l'augmentation des performances et de la productivité. Les avantages de l'entreprise peuvent également provenir des produits fabriqués et vendus sur le marché. Les produits fabriqués à partir de matières premières respectueuses de l'environnement apporteront certainement des avantages aux consommateurs. Par exemple, les produits de boulangerie sans gluten seront bénéfiques pour les consommateurs parce qu'ils sont nutritifs et sains.

4. Aspects liés à la gouvernance d'entreprise

Quelle que soit la taille de l'entreprise, si elle est bien gérée, il sera plus facile de la faire fonctionner et d'atteindre ses objectifs. Cette gestion d'entreprise est une référence pour l'aspect de la gouvernance dans une stratégie de durabilité financière.

(source : Judijanto L. (2024)- STRENGTHENING BUSINESS FOUNDATIONS : FINANCIAL STRATEGIES FOR SUSTAINABILITY
<https://injole.joln.org/index.php/ijle/article/download/112/123>)

3.3 Planification financière : budgétisation, investissements et stratégies de financement

L'intégration de la durabilité dans la planification financière est essentielle pour relever les défis mondiaux tels que le changement climatique, l'épuisement des ressources et l'inégalité sociale. Elle favorise une gestion responsable des ressources, la sécurité financière et la résilience, tout en soutenant les pratiques respectueuses de l'environnement et la responsabilité des entreprises.

Une budgétisation et une planification financière efficaces sont essentielles pour atteindre les objectifs de durabilité. Prévoyez dans votre budget des fonds spécifiques pour les projets respectueux de l'environnement. Il peut s'agir d'ajouter une ligne distincte pour les efforts de développement durable ou d'inclure des mesures de développement durable dans les catégories existantes. Pour les investissements, choisissez des options respectueuses de l'environnement telles que les investissements à impact, les obligations durables ou les fonds qui correspondent à vos objectifs de développement durable. Recherchez des sources de financement qui soutiennent vos objectifs écologiques, comme des financements verts ou des partenariats avec des organisations partageant les mêmes idées.

Budget durable

La budgétisation durable consiste à donner la priorité aux dépenses qui soutiennent les objectifs environnementaux et sociaux en même temps que les objectifs financiers. Il s'agit notamment d'allouer des fonds à des produits et services respectueux de l'environnement, de minimiser les déchets et la consommation d'énergie, et d'opter pour des modes de transport et de logement durables. En intégrant la durabilité dans les décisions budgétaires, les individus peuvent réduire leur empreinte écologique tout en maintenant une discipline financière et en atteignant leurs objectifs financiers.

Produits financiers écologiques

Les produits financiers écologiques, tels que les obligations vertes, les fonds communs de placement durables et les portefeuilles d'investissement éthiques, intègrent des critères environnementaux dans leurs stratégies d'investissement. Ces produits soutiennent des initiatives telles que les projets d'énergie renouvelable, les technologies propres et les entreprises socialement responsables. Investir dans des produits financiers respectueux de l'environnement permet aux particuliers d'aligner leurs objectifs financiers sur les objectifs de développement durable, de promouvoir la gestion de l'environnement et de soutenir les industries qui accordent la priorité à la responsabilité environnementale et sociale.

Investissements verts

Les investissements verts désignent les allocations financières dans des actifs et des projets qui favorisent la durabilité environnementale et minimisent les impacts écologiques négatifs. Il s'agit par exemple d'investissements dans les infrastructures d'énergie renouvelable, les technologies à haut rendement énergétique, l'agriculture durable et les projets immobiliers écologiques. Les investissements verts contribuent non seulement à la préservation de l'environnement, mais offrent également des rendements financiers potentiels et des possibilités de diversification, ce qui en fait une option viable pour intégrer la durabilité dans les portefeuilles d'investissement.



3.4 Initiatives écologiques, utilisation efficace des ressources et prise de décisions financières responsables :



L'adoption d'initiatives respectueuses de l'environnement ne se limite pas à l'allocation d'un budget ; il s'agit d'intégrer le développement durable dans toutes les décisions financières. Concentrez-vous sur l'efficacité des ressources en investissant dans des technologies qui réduisent les déchets et économisent l'énergie. Appliquez les principes de l'économie circulaire, comme l'allongement de la durée de vie des produits ou l'utilisation de systèmes en boucle fermée, afin de renforcer la durabilité environnementale et financière. Faites des choix financiers responsables en vous associant à des fournisseurs qui partagent votre engagement en faveur de la durabilité, en veillant à ce que toutes les relations financières soutiennent vos objectifs écologiques.

De la réduction des déchets et de la conservation des ressources à l'adoption de technologies écologiques et à la promotion d'une culture de la durabilité, il existe de nombreuses initiatives en matière de durabilité à prendre en considération :

- Réaliser des audits sur les déchets
- Encourager le recyclage parmi les employés
- Réduire les emballages
- Passer à l'éclairage LED
- Utiliser du papier recyclé d'origine durable
- Établir des partenariats avec des fournisseurs respectueux de l'environnement
- Mettre l'accent sur la durabilité du cycle de vie des produits
- Contrôler et réduire la consommation d'eau
- Proposer des programmes de formation et de sensibilisation au développement durable
- Encourager l'implication des employés dans les initiatives de développement durable

Remarque : mettre l'accent sur la durabilité du cycle de vie du produit

Dans le cas où votre entreprise fabrique un produit et n'offre pas de service, il faut tenir compte de certains éléments concernant le cycle de vie du produit que vous lancez sur le marché. Il y a certains éléments à prendre en compte concernant le cycle de vie du produit que vous lancez sur le marché. En prenant en compte l'ensemble du cycle de vie de votre produit, vous pouvez faire des choix éclairés qui minimisent les déchets et préservent les ressources.

Évaluez votre produit - de sa conception et de sa fabrication à sa mise au rebut - et identifiez les points à améliorer. Choisissez des matériaux renouvelables, recyclables ou à faible empreinte environnementale. Concevez des produits durables et résistants afin de prolonger leur durée de vie. Enfin, cherchez des moyens de réduire les déchets pendant la fabrication, par exemple en réduisant au minimum l'emballage :

- Adopter une approche fondée sur le coût du cycle de vie pour évaluer l'impact financier total des produits ou des projets, en tenant compte de leur durée de vie totale.
- Intégrer des critères de durabilité dans l'évaluation des fournisseurs et dans les contrats afin de garantir l'alignement sur vos objectifs environnementaux.

4 MESURER ET ÉVALUER L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL ET SOCIAL DES DÉCISIONS FINANCIÈRES DANS LES ÉCO-ENTREPRISES

4.1 Introduction

Pour les entreprises durables, il est essentiel d'aller au-delà des mesures financières et de prendre en compte l'impact des décisions financières sur l'environnement et la société. Cette section présente des stratégies clés permettant aux entreprises vertes de mesurer et de partager leurs impacts environnementaux et sociaux, afin de promouvoir la transparence et la responsabilité.

4.2 Création de rapports sur le développement durable | Rapports ESG :

Les rapports sur le développement durable sont des outils précieux permettant aux entreprises vertes de communiquer leur engagement en matière de responsabilité environnementale et sociale. Ces rapports décrivent les objectifs, les initiatives et les progrès de l'entreprise en matière de développement durable.

Conseils pour créer des rapports efficaces sur le développement durable :

- Collecte de données complètes : Recueillir des données sur la consommation d'énergie, la réduction des déchets, les émissions et d'autres paramètres pertinents afin d'obtenir une vue d'ensemble.
- Impliquer les parties prenantes : Impliquer les principales parties prenantes dans le processus afin de garantir la diversité des points de vue et de favoriser la collaboration.
- Fixer des objectifs et des cibles clairs : Définir clairement les objectifs et les cibles en matière de développement durable, en fournissant une feuille de route pour l'amélioration continue.

conseils utiles



•



4.3 Divulguer les impacts environnementaux et sociaux aux parties prenantes :



La transparence est la pierre angulaire des pratiques commerciales responsables. La divulgation des impacts environnementaux et sociaux aux parties prenantes est une étape essentielle dans l'établissement de la confiance et de la crédibilité. Les rapports ESG renforcent les relations avec les parties prenantes et la prise de décision stratégique.

Le reporting ESG est un processus qui implique la collecte et l'analyse de données provenant de différents départements afin d'identifier et d'atténuer les risques liés aux défis environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG). Cette approche proactive aide les entreprises à élaborer des mesures pour atténuer les risques liés au changement climatique, à la raréfaction des ressources, aux changements réglementaires et aux attentes des parties prenantes. En identifiant les risques réglementaires potentiels, les entreprises peuvent se préparer à des coûts d'exploitation plus élevés et préserver leur santé financière. En effet, 80 % des investisseurs prennent en compte les pratiques de durabilité, l'empreinte carbone et les engagements de réduction des émissions d'une entreprise avant de prendre des décisions d'investissement. Des pratiques robustes en matière de rapports ESG peuvent attirer des investissements, forger des partenariats stratégiques et atténuer les risques financiers.

Les rapports ESG améliorent l'efficacité opérationnelle en identifiant les risques et les opportunités dans les processus, ce qui stimule la compétitivité. Elle aide les entreprises à faire face aux risques liés au développement durable et à s'adapter aux exigences du marché. Les données ESG permettent également d'identifier les opportunités d'innovation. Elles renforcent également l'engagement des parties prenantes, en instaurant la confiance et en consolidant les relations tout au long de la chaîne de valeur. L'engagement des parties prenantes, y compris les employés, les partenaires commerciaux et les clients, démontre l'engagement de l'entreprise en faveur du développement durable et sa volonté d'intégrer leurs opinions, ce qui permet d'établir des relations plus solides et à long terme.

Les rapports ESG sont un outil essentiel permettant aux entreprises d'intégrer le développement durable dans leur planification stratégique. Il fournit un cadre pour des informations précises et factuelles, permettant aux entreprises d'aligner leurs choix opérationnels et stratégiques, d'atténuer les risques et de capitaliser sur les opportunités. En intégrant les facteurs ESG dans leur planification stratégique, les entreprises peuvent favoriser la réussite et la résilience à long terme, ce qui les prépare à s'adapter et à prospérer dans un environnement commercial mondial en rapide évolution. Le cadre de financement durable de l'UE est une boîte à outils cruciale qui permet aux entreprises d'aligner leurs opérations et leurs stratégies sur la demande d'organisations durables. Les rapports ESG ne sont pas seulement une exigence de conformité ; ils permettent aux organisations d'identifier les risques et de tirer parti des opportunités.



Conseils

- Communication régulière et en temps utile : partager régulièrement des mises à jour sur les impacts environnementaux et sociaux afin de maintenir les parties prenantes informées et engagées.
- Utilisation de canaux de communication multiples : utiliser divers canaux de communication, tels que les rapports annuels, les médias sociaux et les sections dédiées au développement durable sur le site web de l'entreprise.
- Mettre en évidence les résultats positifs : mettez l'accent sur les réalisations et les impacts positifs, ainsi que sur les défis à relever, afin de maintenir un discours équilibré et constructif.

4.4 Démontrer la transparence des pratiques de gestion financière :

Des pratiques de gestion financière transparentes font partie intégrante de l'engagement en faveur du développement durable. Il s'agit de communiquer ouvertement sur les décisions financières, les investissements et les affectations en accord avec les principes écologiques.



Importance de la transparence dans l'information financière :

- Renforce la confiance et la crédibilité
- Facilite la prise de décision
- Favorise l'obligation de rendre compte
- Favorise le respect de la réglementation
- Encourage les comportements éthiques

Dans ce sous-module, nous avons rassemblé quelques questions de diagnostic pour vous aider à partir du bon pied dans l'amélioration de votre stratégie ESG :

Environnement

Où obtenez-vous vos matières premières ?

D'où proviennent vos produits ?

Vos fournisseurs font-ils des efforts pour réduire les risques environnementaux ?

Vos clients paieraient-ils plus cher pour des produits respectueux de l'environnement ?

Social

Quel est le taux de rotation de votre personnel ?

Quels sont les plus grands dangers dans l'environnement de travail de vos employés ?

Quelle est la diversité de votre personnel, de votre direction et de votre conseil d'administration ?

Quelles sont les conditions de travail dans votre chaîne d'approvisionnement ?

Quelles sont les préoccupations de vos clients et de vos employés ?

La communauté locale se préoccupe-t-elle de votre entreprise ?

Gouvernance

La déclaration de mission de votre entreprise inclut-elle des aspects environnementaux et sociaux ?

Vos accords d'exploitation prévoient-ils la transparence en matière d'ESG ?

Partagez-vous vos résultats ESG et vos objectifs futurs avec vos actionnaires ?

(source : <https://www.keteres.com/resource/esg-reporting-for-small-businesses>)

En intégrant ces pratiques, les entreprises vertes peuvent non seulement mesurer leur impact sur l'environnement et la société, mais aussi communiquer efficacement sur leurs efforts, favorisant ainsi une culture de transparence et de responsabilité dans la prise de décision financière.





Pour plus d'informations

Pour obtenir des ressources supplémentaires sur les pratiques de gestion financière durable, n'hésitez pas à consulter les ressources ci-dessous :

- **GRESB** (Global ESG Benchmark for Real Assets):

Site web : [GRESB](#)

Vue d'ensemble : Le GRESB fournit des repères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) pour les actifs réels, aidant les entreprises à mesurer et à améliorer leurs performances en matière de développement durable dans le secteur financier.

- **SASB** (Sustainability Accounting Standards Board):

Site web : [SASB](#)

Vue d'ensemble : La SASB propose des normes sectorielles pour la divulgation aux investisseurs d'informations financièrement significatives en matière de développement durable, facilitant ainsi l'intégration des facteurs de développement durable dans la prise de décision financière.

- **CDP** (Carbon Disclosure Project):

Site web : [CDP](#)

Vue d'ensemble : Le CDP propose un système de communication mondial permettant aux entreprises de rendre compte de leur impact sur l'environnement, afin de les aider à gérer les risques et les opportunités liés au changement climatique, à l'eau et à la déforestation.



- **Carbon Trust Standard:**

Site web : [Carbon Trust Standard](https://www.carbontrust.com/standards)

La norme Carbon Trust certifie les organisations qui mesurent, gèrent et réduisent leurs émissions de carbone, fournissant ainsi un cadre pour l'intégration de la durabilité dans les stratégies financières.

- **GreenFinance.eu**

GreenFinance.eu est une plateforme offrant des ressources, des informations et des idées sur la finance durable, y compris des outils pour mettre en œuvre des pratiques de gestion financière écologique.

- **Green Business**

Initiatives environnementales de l'UE pour les petites et grandes entreprises, les associations professionnelles et les autorités du secteur public

- **Eco-innovation**

L'éco-innovation, en réduisant les impacts sur l'environnement, en augmentant la résilience face aux pressions extérieures et en utilisant les ressources de manière plus efficace, est essentielle pour soutenir cette transition vers une économie circulaire et atteindre les objectifs du Green Deal européen.

- **UNEP Finance Initiative:**

L'initiative financière du PNUE offre des ressources et des outils aux institutions financières pour qu'elles intègrent des considérations environnementales et sociales dans leur gestion des risques et leurs décisions d'investissement.

- **EU Green Deal**

Le Green Deal européen, lancé par la présidente de la Commission européenne Ursula von der Leyen en décembre 2019, est un programme vert transformateur visant à atteindre la neutralité climatique dans l'Union européenne d'ici 2050.



Félicitations!

Vous avez terminé le module 9 du MOOC!

9



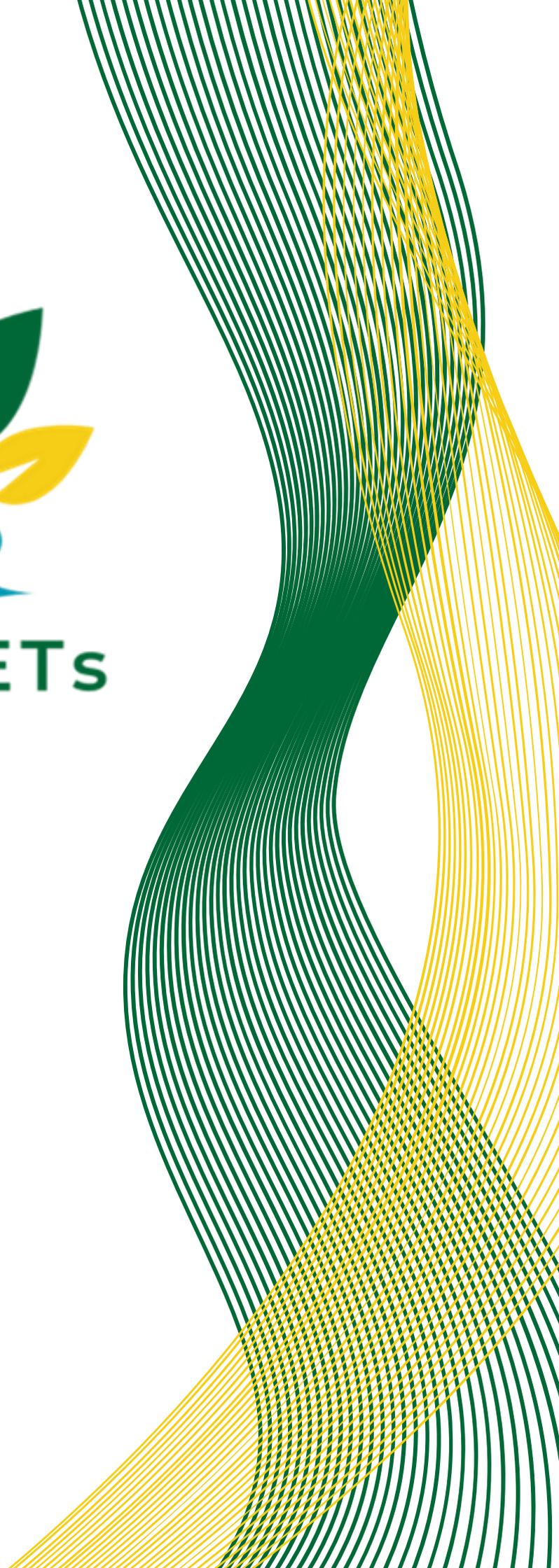


EcopreNEETs

**CONSIDÉRATIONS
JURIDIQUES ET
RÉGLEMENTAIRES**

**CADRE
THÉORIQUE**

MODULE 10



INFORMATIONS DU PROJET

ACRONYME DU PROJET	ECOPRENEETS
TITRE DU PROJET	Booster les compétences éco-entrepreneuriales des NEETs
PROJECT REFERENCE	2022-2-FR02-KA220-YOU-000098683
DURÉE DU PROJET	31.03.2023-30.03.2025
SITE WEB DU PROJET	https://ecopreneets.erasmusplus.website/

PARTENAIRES DU PROJET



Version	Date	Auteur	Organisation	Action	Pages
1	16/06/23	LENA	LENA	C	
2	25/07/2023	LEARNING SEED	LEARNING SEED	I	13
3	10/11/2023	LEARNING SEED	LEARNING SEED	U	21
4	12/07/2024	LENA	LENA	I	5,7,8,10

(*) Action: C = Creation, I = Insert, U = Update, R = Replace, D = Delete

Table des MATIÈRES

- 0 Considérations juridiques et réglementaires**
- 1 Sous-module 1 : Cadres juridiques environnementaux et durabilité**
 - Introduction**
 - 1.1 Introduction**
 - 1.2 Principes de durabilité**
 - 1.3 Principes du droit européen de l'environnement**
- 2 sous-module 2 : propriété intellectuelle et innovations durables**
 - 2.1 Innovations durables**
 - 2.2 Entreprises**
- 3 Sous-module 3 : Cadres juridiques pour les entreprises sociales et les éco-entreprises**
 - 3.1 Rôle clé des entreprises sociales**
 - 3.2 Entreprises sociales et éco-entreprises**
 - 3.3 Quels avantages les entreprises sociales peuvent-elles apporter aux communautés locales ?**
 - 3.4 Programmes de financement de l'UE (2021-2027)**

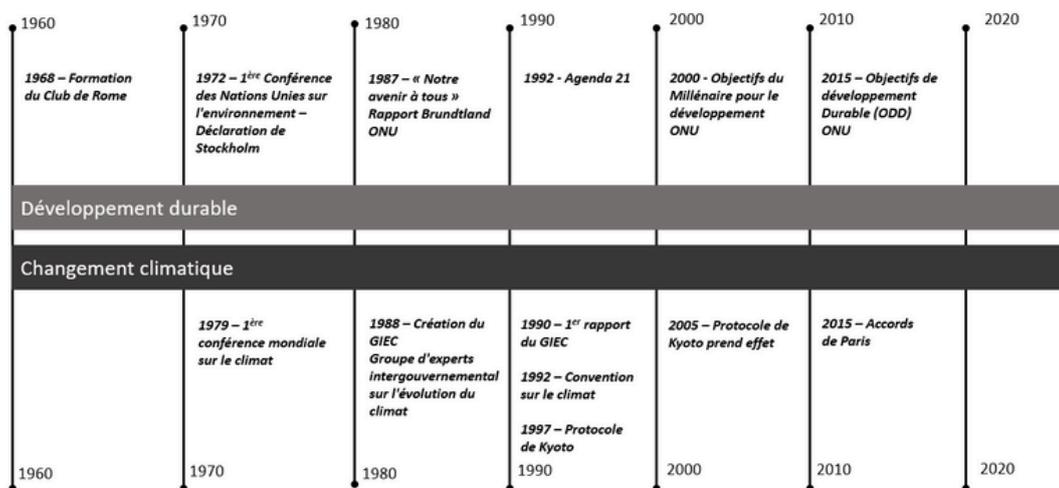


CONSIDÉRATIONS JURIDIQUES ET RÉGLEMENTAIRES

1 CADRES JURIDIQUES ENVIRONNEMENTAUX ET DURABILITÉ

1.1 Introduction

La relation entre le droit européen de l'environnement et la durabilité remonte aux défis environnementaux des années 1960. C'est à cette époque que les premières mesures ont été introduites par l'UE en réponse aux problèmes environnementaux croissants. Dans les années 1970, les États membres de l'UE ont commencé à collaborer plus étroitement, ce qui a conduit à l'établissement des premières réglementations européennes. Au fil des ans, l'UE a de plus en plus intégré la durabilité dans ses cadres juridiques, en l'alignant sur les concepts plus larges du développement durable et de la protection de l'environnement. Les cadres européens en matière de développement durable sont guidés par des documents clés tels que le rapport stratégique sur le développement durable de l'Union européenne, qui s'aligne sur les objectifs de développement durable des Nations unies. Ces cadres fournissent des orientations pour lutter contre le changement climatique, réduire les déchets et promouvoir des produits durables. En particulier, le marché vert européen et le plan d'action pour l'économie circulaire sont au cœur des efforts de l'UE et stimulent les pratiques durables dans toute la région.



1.2 Principes de durabilité

Les principes de durabilité sont des lignes directrices qui nous aident à répondre à nos besoins actuels sans nuire à la capacité des générations futures à répondre aux leurs. Ces principes sont à la base de pratiques respectueuses de l'environnement, de la société et de l'économie. L'un des principes clés est l'équité entre les générations. Cela signifie que nous devons utiliser les ressources avec sagesse aujourd'hui afin que les générations futures disposent également de ce dont elles ont besoin. Par exemple, nous devrions éviter de trop utiliser nos ressources naturelles, comme l'eau et les forêts, afin qu'elles soient disponibles pour les générations futures. Une autre idée importante est le principe de précaution. Cela signifie que si quelque chose risque de nuire à l'environnement ou à la santé des gens, nous devons prendre des mesures pour éviter ce dommage, même si nous ne savons pas exactement comment il pourrait se produire. La durabilité signifie également qu'il faut trouver un équilibre entre les objectifs environnementaux, sociaux et économiques. Ce principe nous dit que nous devons créer des plans et des actions qui soutiennent ces trois domaines à la fois, car ils sont liés. L'idée du développement durable consiste à faire croître notre économie de manière à répondre à nos besoins actuels sans nuire à l'environnement ou à la société, afin que les générations futures puissent également prospérer. Il peut s'agir d'utiliser des technologies vertes, d'encourager les entreprises à être plus respectueuses de l'environnement et de soutenir des politiques qui protègent l'environnement. La participation du public est essentielle au développement durable. Il s'agit d'impliquer tout le monde dans la prise de décisions relatives à la durabilité. Lorsque les gens prennent part aux discussions et partagent leurs idées, nous pouvons faire de meilleurs choix pour nos communautés et l'environnement. Unilever est un exemple remarquable d'intégration du développement durable dans les activités de l'entreprise. Le plan de développement durable de l'entreprise vise à « élever le niveau de vie et à le rendre plus durable dans chaque foyer du monde », en intégrant le développement durable dans l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement. De même, Nestlé s'est fixé des objectifs ambitieux en matière de développement durable et surveille et adapte activement les règlements et directives de l'UE. Ces cadres juridiques offrent aux entreprises la possibilité d'améliorer leur compétitivité sur le marché. Le respect des exigences de l'UE en matière de développement durable permet non seulement d'assurer la conformité, mais aussi de renforcer la confiance des consommateurs et d'attirer les investisseurs. Les entreprises qui intègrent le développement durable dans leur modèle d'entreprise peuvent acquérir un avantage concurrentiel tout en promouvant des pratiques éthiques.

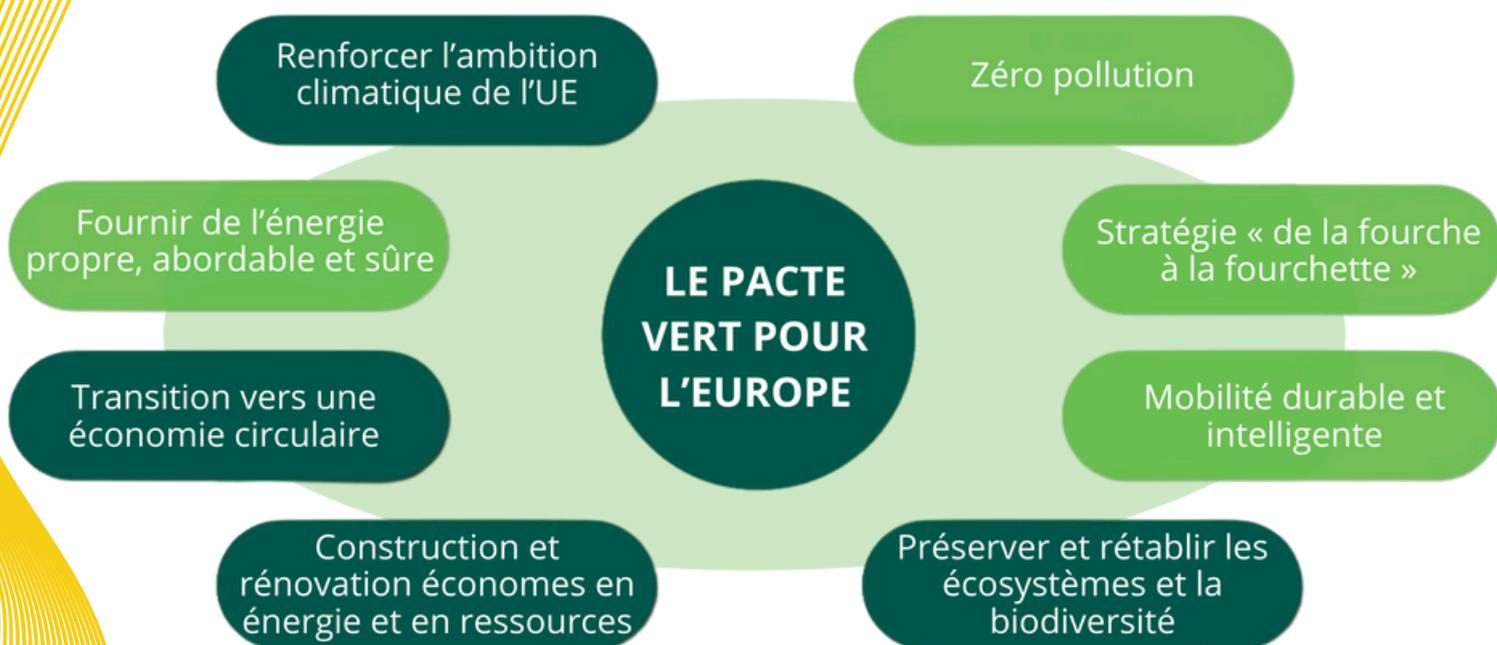


L'approche de l'UE en matière de développement durable a évolué depuis les années 1960, les premières préoccupations environnementales ayant conduit à la mise en place de mesures au niveau de l'UE dans les années 1970. Depuis, l'UE a renforcé son engagement en faveur du développement durable au moyen de cadres stratégiques. Le rapport stratégique sur le développement durable s'aligne sur les objectifs de développement durable des Nations unies, tandis que le marché vert européen et le plan d'action pour l'économie circulaire fixent des objectifs ambitieux en matière de changement climatique, de réduction des déchets et de promotion des produits durables.

1.3 Principes du droit européen de l'environnement

Le droit européen de l'environnement souligne l'importance de l'intégration de la durabilité dans les pratiques des entreprises. Les principes fondamentaux comprennent l'adaptation au changement climatique, l'utilisation efficace des ressources et la responsabilité sociale. Les entreprises de l'UE sont tenues de respecter ces normes juridiques et sont encouragées à poursuivre des objectifs ambitieux en matière de développement durable. La Fédération européenne des industries chimiques (CEFIC) illustre ces principes en élaborant des systèmes d'évaluation de la durabilité et en aidant les entreprises chimiques à atteindre leurs objectifs en la matière. De même, Nestlé a établi des objectifs rigoureux en matière de développement durable et respecte scrupuleusement les lois et réglementations environnementales. Le respect de ces lignes directrices ne garantit pas seulement la conformité légale, mais procure également un avantage concurrentiel. Les entreprises qui intègrent avec succès le développement durable dans leur modèle d'entreprise peuvent en tirer plusieurs avantages, notamment une plus grande confiance des consommateurs, un attrait accru pour les investisseurs et une résilience à long terme de l'entreprise. Si le cadre réglementaire strict de l'UE présente des défis, il favorise également la transformation du secteur des entreprises, encourageant des changements sociétaux positifs et contribuant à un avenir plus durable.





Source: <https://blog.swedbank.it/most-important-eu-regulations-area-business-sustainability>



2

PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE ET INNOVATIONS DURABLES

Qu'est-ce que la propriété intellectuelle ?



La propriété intellectuelle désigne les droits juridiques protégeant les œuvres créatives et les inventions, y compris les œuvres littéraires, la musique, les dessins et modèles, les marques et les noms commerciaux.

Ces droits confèrent au créateur ou au propriétaire un contrôle exclusif sur l'utilisation et la distribution de son œuvre, empêchant les autres de la copier ou de l'utiliser sans autorisation.

La propriété intellectuelle est protégée par les lois sur le droit d'auteur, les brevets, les marques et d'autres mécanismes juridiques.

Cela favorise l'innovation, la créativité et la reconnaissance des droits des créateurs.



| www.WorksheetsPlanet.com | All rights reserved | © This is a copyrighted material

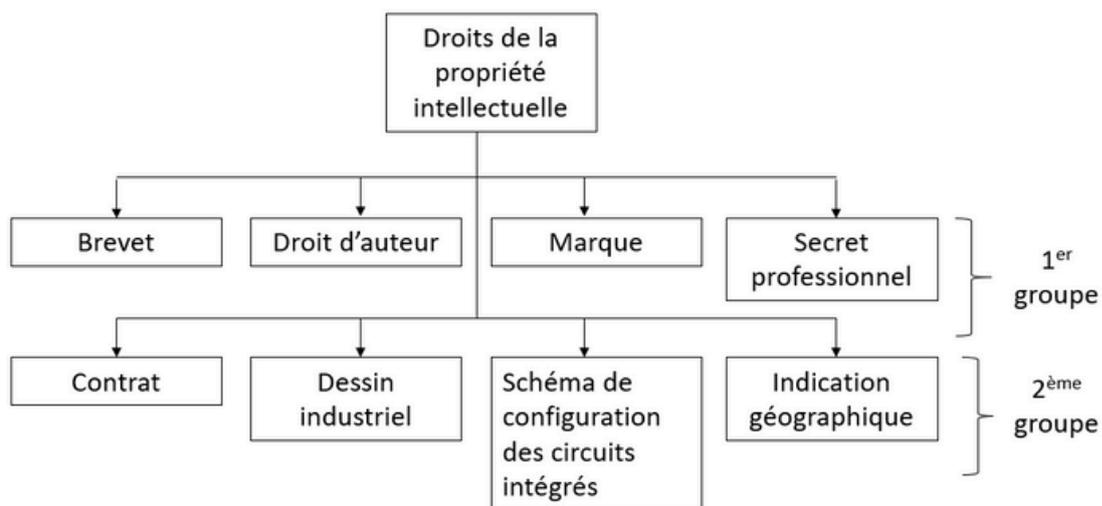
L'interaction entre la propriété intellectuelle (PI) et les innovations durables est cruciale dans l'environnement commercial et juridique d'aujourd'hui. Il est essentiel pour les entreprises et les créateurs de comprendre comment la propriété intellectuelle peut soutenir et renforcer les efforts en faveur du développement durable.

La propriété intellectuelle englobe les droits qui protègent divers types de créations intellectuelles, notamment les inventions, les marques, les droits d'auteur et les droits sur les dessins et modèles. Ces protections sont essentielles pour préserver les valeurs uniques et les innovations développées par les individus et les entreprises.



- Les **brevets** protègent les nouvelles inventions en accordant des droits exclusifs à l'inventeur. Cela encourage l'innovation en garantissant que les créateurs peuvent bénéficier de leurs inventions sans concurrence immédiate, ce qui est particulièrement important pour le développement de technologies et de solutions durables.
- Les **marques** protègent les noms commerciaux, les logos et les marques de produits. Cette protection aide les entreprises à établir et à maintenir une identité distinctive sur le marché, ce qui est précieux pour les entreprises qui promeuvent des produits ou des pratiques durables.
- Les **droits d'auteur** couvrent les œuvres originales, telles que les contenus écrits et multimédias. Cette protection permet aux créateurs de contrôler l'utilisation et la distribution de leurs œuvres, ce qui peut s'avérer crucial pour la promotion et l'éducation aux pratiques durables.
- Les **droits sur les dessins et modèles** protègent la conception visuelle des produits, garantissant que les dessins et modèles nouveaux et uniques ne peuvent être copiés sans autorisation. C'est important pour les entreprises qui développent des produits innovants et respectueux de l'environnement.

Les droits de propriété intellectuelle protègent non seulement les intérêts des créateurs et des entreprises, mais jouent également un rôle important dans la promotion de l'innovation. En sécurisant la propriété intellectuelle, les entreprises peuvent se différencier sur le marché, maintenir un avantage concurrentiel et créer des barrières pour leurs concurrents. Ceci est particulièrement pertinent dans le contexte des innovations durables, où les nouvelles technologies et approches de conception sont essentielles pour faire avancer les objectifs environnementaux.



Source: https://www.researchgate.net/figure/Types-of-Intellectual-Property-Rights_fig1_368852518

2.1 Innovations durables

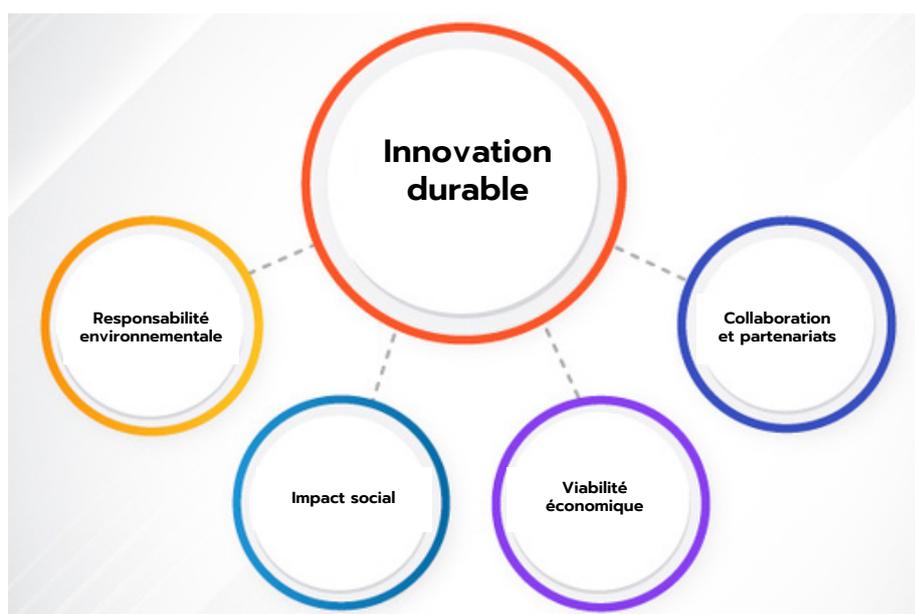
Les innovations durables créent des avantages économiques tout en favorisant la durabilité sociale et environnementale. Ces innovations peuvent prendre la forme de nouveaux modèles d'entreprise, de technologies ou de solutions sociales, qui visent tous à améliorer la qualité de vie et à protéger la planète. La propriété intellectuelle (PI) joue un rôle crucial dans le soutien des innovations durables. La propriété intellectuelle comprend les brevets, les marques, les droits d'auteur et les droits de conception, qui offrent une protection juridique aux nouvelles idées, aux nouveaux produits ou aux nouveaux processus. Par exemple, les technologies brevetées respectueuses de l'environnement bénéficient non seulement d'une protection juridique, mais favorisent également la diffusion de solutions dont l'empreinte écologique est plus faible. Les innovations en matière de conception qui utilisent des matériaux respectueux de l'environnement ou qui visent à réduire les déchets peuvent également être protégées par les droits de conception. Le lien entre la propriété intellectuelle et les innovations durables offre des opportunités significatives pour les entreprises et les créateurs. En se concentrant sur l'intersection de la propriété intellectuelle et de la durabilité, ils peuvent s'assurer que leurs créations sont légalement protégées tout en contribuant au développement durable. La relation entre la propriété intellectuelle et les innovations durables est à la fois profonde et multiforme. La propriété intellectuelle crée un cadre juridique qui protège les idées novatrices, favorisant un environnement où la croissance économique, le développement social et la protection de l'environnement peuvent prospérer ensemble.

2.2 Entreprises

Les entreprises jouent un rôle crucial dans la promotion des innovations durables en tirant parti des protections de la propriété intellectuelle (PI). Lorsque les entreprises protègent leurs innovations dans le cadre des lois sur la propriété intellectuelle, elles garantissent la sécurité juridique et soutiennent l'acceptation plus large de leurs solutions durables. Par exemple, la protection par brevet d'une nouvelle technologie respectueuse de l'environnement permet non seulement à une entreprise de se différencier sur le marché, mais aussi d'encourager l'adoption de ces innovations durables. Les marques et autres droits de propriété intellectuelle sont essentiels à la compétitivité du marché et à la confiance des consommateurs. Des produits ou services respectueux de l'environnement clairement identifiables et distinguables, protégés par des marques, peuvent renforcer la confiance des consommateurs. Lorsque les consommateurs reconnaissent qu'une marque s'engage en faveur du développement durable grâce à la protection de sa propriété intellectuelle, ils sont plus enclins à choisir ces produits en les associant à la qualité et à la fiabilité.



Ces éléments - brevets, marques et autres droits de propriété intellectuelle - sont interconnectés et contribuent collectivement à des opérations commerciales efficaces et durables. La propriété intellectuelle doit être considérée non seulement comme une mesure de protection, mais aussi comme un système de soutien aux innovations qui favorisent le développement durable. Les entreprises et les créateurs ont la responsabilité d'utiliser ces outils avec sagesse et de manière durable, au bénéfice de la société et de l'environnement.



source: <https://ideascale.com/blog/sustainable-innovation/>

3 CADRES JURIDIQUES POUR LES ENTREPRISES SOCIALES ET LES ÉCO-ENTREPRISES

Les entreprises sociales combinent de manière exceptionnelle la réussite commerciale et la réalisation d'objectifs sociaux et environnementaux. Ces entreprises sont capables d'accroître leurs bénéfices et s'efforcent d'améliorer la qualité de vie de la société de manière directe ou indirecte.

3.1 Le rôle clé des entreprises sociales



Entreprise sociale

Une entreprise dont l'objectif principal est la réalisation d'objectifs sociaux spécifiques

Investopedia

Les entreprises sociales sont des entreprises qui visent à avoir un impact positif sur la société tout en restant rentables. Elles aident leurs communautés et s'attaquent aux problèmes sociaux, tout en gérant une entreprise prospère. Par exemple, TOMS est une entreprise qui vend des chaussures et utilise une partie de ses bénéfices pour aider les personnes dans le besoin.

L'Union européenne (UE) soutient ces entreprises par le biais de divers programmes. L'un d'entre eux est le label « Entreprises sociales européennes », qui aide les entreprises à obtenir un soutien financier et des subventions de l'UE. Ce soutien permet aux entreprises sociales de fonctionner plus facilement et de continuer à faire du bon travail. Ces programmes de l'UE fournissent des règles et une protection claires, qui aident les entreprises sociales à être à la fois prospères et socialement responsables. Ils permettent aux entreprises de se concentrer sur leurs objectifs d'aide aux personnes et à l'environnement tout en restant financièrement stables.

Les éco-entreprises, un autre type d'entreprise sociale, se concentrent sur le respect de l'environnement. Leur objectif est de gérer leur entreprise de manière à réduire les dommages causés à la planète. Patagonia, par exemple, fabrique des vêtements respectueux de l'environnement et travaille sur des projets de protection des zones naturelles. Bien qu'il n'existe pas de forme juridique unique pour ces entreprises, celles qui se préoccupent sérieusement de la protection de l'environnement suivent souvent des règles plus strictes pour s'assurer qu'elles respectent les normes environnementales.

En bref, les entreprises sociales jouent un rôle crucial dans l'amélioration de la société et de l'environnement. Grâce au soutien de l'UE et à l'attention qu'elles portent à la durabilité, ces entreprises contribuent à créer un monde meilleur tout en restant prospères.



3.2 Entreprises sociales et éco-entreprises

Les entreprises sociales et écologiques se concentrent sur la réalisation d'objectifs sociaux et environnementaux. Ces entreprises, telles que les producteurs du commerce équitable, s'engagent à verser des salaires équitables, à utiliser des méthodes durables et à équilibrer les valeurs sociales et environnementales. Ce faisant, elles constituent un exemple à suivre pour les autres entreprises. L'Union européenne (UE) soutient activement ces entreprises afin de promouvoir une économie durable et de relever les défis sociaux et environnementaux les plus urgents. Dans le cadre de divers programmes, l'UE offre une aide financière et des incitations, notamment le « Green Deal », qui encourage les pratiques respectueuses de l'environnement et soutient les entreprises qui s'engagent dans la lutte contre le changement climatique. En outre, l'UE exige de ces entreprises qu'elles démontrent de manière transparente leur impact social et environnemental. Cette transparence est cruciale, car elle aide les investisseurs et le public à évaluer l'engagement de l'entreprise en faveur de la durabilité, renforçant ainsi sa crédibilité et son attrait.

3.3 Quels avantages les entreprises sociales peuvent-elles apporter aux communautés locales ?

Les entreprises sociales jouent un rôle essentiel dans les communautés locales en offrant des possibilités d'emploi, en particulier aux groupes marginalisés, et en s'attaquant à des problèmes sociaux tels que la pauvreté et l'inégalité. En réinvestissant leurs bénéfices dans des projets communautaires, elles contribuent au développement local et à la cohésion sociale. En outre, l'importance qu'elles accordent aux pratiques durables permet de protéger l'environnement local et d'assurer le bien-être à long terme de la communauté.

3.4 Programmes de financement de l'UE (2021-2027)

L'UE a alloué un financement substantiel aux entreprises sociales et aux éco-entreprises pour la période 2021-2027. Des programmes comme Horizon Europe, le Fonds social européen Plus (FSE+) et le programme InvestEU offrent un soutien financier important et des ressources pour aider ces entreprises pendant leurs phases d'incubation et de croissance. Ces opportunités de financement sont conçues pour permettre aux entreprises sociales et écologiques d'innover, de s'étendre et d'approfondir leur impact, ce qui les rend plus attrayantes pour les investisseurs et les consommateurs.



Pour obtenir des ressources supplémentaires sur les pratiques de gestion financière durable, n'hésitez pas à consulter les ressources ci-dessous :

- Entrepreneurial Success Stories (réussites entrepreneuriales)
- Green business Ideas (idées d'entreprises vertes)
- Green business strategy (stratégie d'entreprises vertes)
- Guide for green entrepreneurs (guide pour des entrepreneurs verts)
- Designing Legal Frameworks for Social Enterprises (conception de cadres juridiques pour les entreprises sociales)

COURS

- <https://www.futurelearn.com/courses/environmental-entrepreneurs-green-business>
- <https://law.uoregon.edu/jd/concentrations/business-law/green-business>
- <https://gggi.org/green-entrepreneurship-accelerator-program/>
- <https://alison.com/careers/management/green-entrepreneur>
- <https://course.greenskills.co.za/courses/teaching-green-economy-entrepreneurship-3/>
- <https://www.bucks.ac.uk/courses/undergraduate/bsc-hons-sustainable-product-design>
- <https://online.unschools.co/courses/sustainability-design-production>

Félicitations!

Vous avez terminé le module 10 du MOOC!

10





Références

- "Social Enterprise Law: Trust, Public Benefit and Capital Markets" - Dana Brakman Reiser, Steven A. Dean
- "Sustainable Business: Key Issues" - Helen Kopnina
- "Environmental Law for Sustainability: A Reader" - Benjamin J. Richardson, Stepan Wood
- "Environmental and Social Governance: The Practical Guide" - J. P. Duffy
- https://www.researchgate.net/figure/Timeline-with-main-events-of-sustainable-development-and-climate-change_fig1_353764763
- <https://blog.swedbank.it/most-important-eu-regulations-area-business-sustainability>
- https://www.researchgate.net/figure/Types-of-Intellectual-Property-Rights_fig1_368852518





EcopreNEETs

**STRATÉGIES D'EXPANSION
ET DE CROISSANCE
DURABLES**

**CADRE
THÉORIQUE**

MODULE 11



PROJECT INFORMATION

ACRONYME DU PROJET	ECOPRENEETS
TITRE DU PROJET	Booster les compétences éco-entrepreneuriales des NEETs
PROJECT REFERENCE	2022-2-FR02-KA220-YOU-000098683
DURÉE DU PROJET	31.03.2023-30.03.2025
SITE WEB DU PROJET	https://ecopreneets.erasmusplus.website/

PARTENAIRES DU PROJET



Version	Date	Auteur	Organisation	Action	Pages
1	16/06/23	LENA	LENA	C	
2	25/07/2023	LEARNING SEED	LEARNING SEED	I	13
3	10/11/2023	LEARNING SEED	LEARNING SEED	U	21
4	12/07/2024	LENA	LENA	I	5,7,8,10

(*) Action : C = Création, I = Insertion, U = Mise à jour, R = Remplacement, D = Suppression

Table des MATIÈRES

- 0 Considérations juridiques et réglementaires**
- 1 Sous-module 1 : Cadres juridiques environnementaux et durabilité**
 - Introduction**
 - 1.1 Introduction**
 - 1.2 Principes de durabilité**
 - 1.3 Principes du droit européen de l'environnement**
- 2 Sous-module 2 : Propriété intellectuelle et innovations durables**
 - Innovations durables**
 - 2.1 Innovations durables**
 - 2.2 Entreprises**
- 3 Sous-module 3 : Cadres juridiques pour les entreprises sociales et les éco-entreprises**
 - 3.1 Rôle clé des entreprises sociales**
 - 3.2 Entreprises sociales et éco-entreprises**
 - 3.3 Quels avantages les entreprises sociales peuvent-elles apporter aux communautés locales ?**
 - 3.4 Programmes de financement de l'UE (2021-2027)**



STRATÉGIES D'EXPANSION ET DE CROISSANCE DURABLES

1 STRATÉGIES D'EXPANSION ET DE CROISSANCE DURABLES

1.1 Introduction

Dans ce module, vous apprendrez ce qu'est la croissance et le développement d'une entreprise afin d'assurer sa viabilité à long terme. Lorsque nous parlons de croissance et de développement d'une entreprise, nous décrivons sa croissance après qu'elle se soit établie sur le marché du travail. Après avoir évalué leur potentiel en termes de finances et de personnel, les entreprises développent des stratégies et des processus spécifiques pour guider leur croissance à long terme.

CROISSANCE

UNE ENTREPRISE AMÉLIORE SES RESSOURCES, PAR EXEMPLE EN FORMANT SES EMPLOYÉS OU EN RECRUTANT DU PERSONNEL, DE LA TECHNOLOGIE OU DES INSTALLATIONS SUPPLÉMENTAIRES, CE QUI ENTRAÎNE UNE AUGMENTATION CORRESPONDANTE DE SES REVENUS

VS

ECHELLE

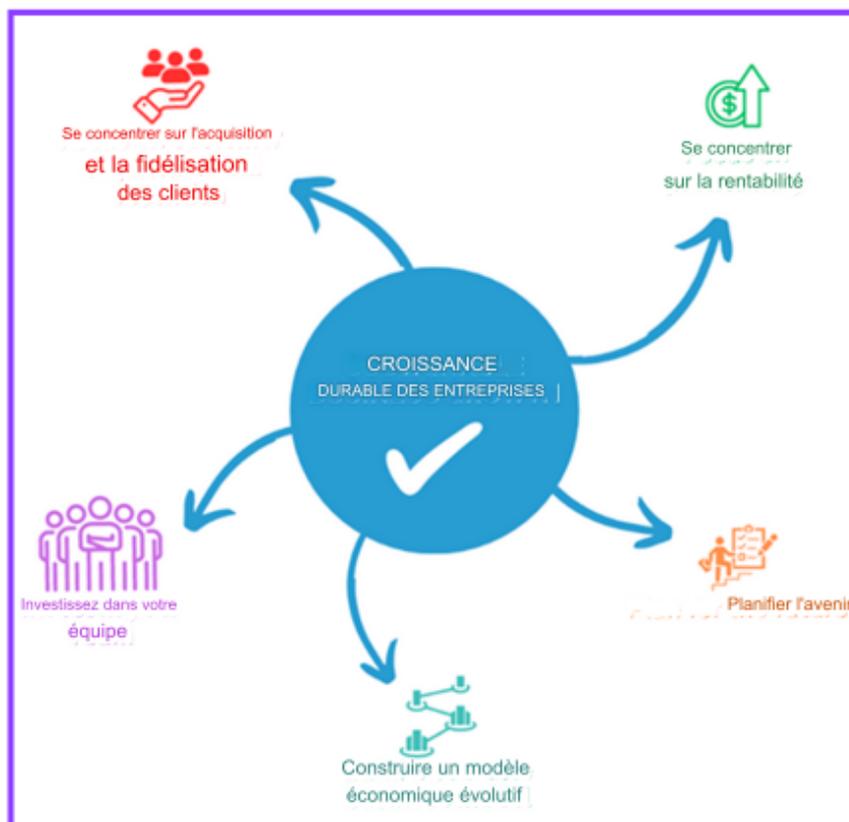
L'EXPANSION D'UNE ENTREPRISE CONSISTE À RÉALISER DAVANTAGE DE BÉNÉFICES SANS INVESTIR DANS DE NOUVEAUX SYSTÈMES OU DE NOUVELLES RESSOURCES HUMAINES.

Lorsque nous parlons de croissance durable, nous parlons de quelque chose qui va au-delà de la simple rentabilité. Nous parlons d'une croissance qui est stable et qui a des résultats à long terme, qui est cohérente et qui suit un plan spécifique. La rentabilité en termes de présence ne fait pas partie du concept de croissance durable, la rentabilité dans la croissance durable signifie des stratégies spécifiques qui rendront l'entreprise extensible et apporteront donc des profits plus importants avec des avantages à long terme. Les entreprises qui se concentrent sur le développement durable s'attachent à mieux utiliser les capacités de leur main-d'œuvre, à améliorer le fonctionnement de leurs systèmes et les processus qu'elles suivent.

Les entreprises en croissance présentent les caractéristiques suivantes :

- 1) **Gain de temps.** Les entreprises en croissance choisissent d'investir dans des outils, dans la formation de leurs employés ou dans des systèmes innovants et de nouvelles technologies afin de gagner du temps, l'objectif principal étant de gagner du temps et d'économiser des coûts. Les entreprises intéressées par une croissance continue font appel à des spécialistes qui évaluent le potentiel de l'entreprise au moment où elle commence à croître et choisissent les outils et les ressources appropriés pour obtenir de plus grands avantages en termes de productivité, tels que la réduction du temps de production. Si vous souhaitez développer votre entreprise, cherchez des moyens de financer l'investissement dans des systèmes améliorés et plus rapides, ainsi que la formation de votre personnel existant.
- 2) **Augmentation du chiffre d'affaires.** Une entreprise en croissance peut accueillir davantage de clients et donc augmenter ses recettes. Le développement de systèmes de production ou l'intégration de nouvelles technologies pour aider à servir davantage de clients permettra à l'entreprise d'accroître ses bénéfices et d'envisager une croissance plus importante dans le cadre de ses plans futurs.
- 3) **De meilleures relations avec les clients.** Les entreprises en croissance cherchent à établir des relations meilleures et plus solides avec leurs clients afin de leur fournir une meilleure expérience de service pour leur plus grande satisfaction.
- 4) **Flexibilité.** Une entreprise est toujours consciente des évolutions du marché et s'efforce de fournir de nouvelles solutions flexibles à ses clients afin qu'ils soient satisfaits et n'aient pas à chercher ce dont ils ont besoin auprès d'une autre entreprise.





2

STRATÉGIES DE CROISSANCE DURABLE



<https://www.youtube.com/watch?v=SMumitTXq0A>

Directement lié à la croissance durable, le taux de croissance durable désigne le taux de croissance maximal qu'une société ou une entreprise peut atteindre sans créer de problèmes dans son fonctionnement ou ses finances et sans avoir à rechercher un parrainage ou un prêt. En d'autres termes, une entreprise ayant un taux de croissance durable évalue ses capacités et réalise une croissance avec des bénéfices à long terme, en utilisant ses propres fonds et ressources.





Pour qu'une entreprise atteigne un taux de croissance durable (SGR), elle doit maximiser ses ventes et se concentrer sur la vente de produits ou de services à forte marge.

Les entreprises doivent embaucher des experts à des postes clés, capables de calculer régulièrement le **taux de croissance durable (TCS)** dans le cadre d'un processus à long terme. Les entreprises en phase de croissance sont susceptibles de devoir rechercher une subvention ou un soutien financier auprès d'un partenaire externe, car il est possible que le taux de croissance dérive et soit plus élevé que ce qu'elles ont calculé, et qu'elles doivent donc croître encore plus rapidement pour mieux servir leur public.

Dans le monde des affaires, la **durabilité** fait également référence au changement de l'activité de l'entreprise pour créer de nouveaux processus qui ont un impact positif ou au moins non négatif sur l'environnement, la communauté et la société en général.

Le développement durable dans les entreprises concerne généralement deux catégories principales ::

- L'impact de l'entreprise sur l'environnement
- L'impact de l'entreprise sur la société

Pour être considérées comme durables, les entreprises, qu'elles soient existantes et tentent d'améliorer leurs processus ou qu'il s'agisse de start-ups, doivent être axées sur l'environnement et l'éthique. En d'autres termes, elles doivent trouver un équilibre entre le profit et l'impact sur l'environnement et la société.

Qu'est-ce qu'une stratégie d'entreprise durable ?

Une stratégie d'entreprise durable est une série de mesures et de décisions prises par l'entreprise concernée pour modifier ou réduire son impact négatif sur la société et l'environnement. Ces dernières années, les préoccupations environnementales ont poussé de plus en plus d'entreprises à prendre de telles décisions ou mesures afin de bénéficier à la fois à l'environnement, à la durabilité de l'entreprise et au bien-être de leurs employés. Étant donné que chaque entreprise doit créer son propre plan, adapté à ses propres besoins, pour adopter des pratiques durables, il faudra du temps, de la cohérence et un suivi régulier pour s'assurer que les changements ne créent pas de problème pour ses opérations et ses bénéficiaires.

2.1 Avantages d'une stratégie d'entreprise durable :

1. Environnement

Les entreprises qui font du développement durable le principal moteur de leurs processus et de leurs opérations réduisent la quantité d'émissions et de pollution qu'elles produisent, ainsi que les déchets. Les avantages environnementaux d'une stratégie d'entreprise durable sont considérables pour l'environnement, comme vous pouvez le constater, car elle permet d'équilibrer la rentabilité de l'entreprise et l'environnement et de prévenir les problèmes résultant des activités de l'entreprise.

2. Communauté

Les entreprises axées sur le développement durable sont très engagées dans la communauté et dans la création de produits sûrs et de haute qualité. Les communautés bénéficient de l'aide de ces entreprises à bien des égards et profitent des avantages qu'elles leur procurent. Les entreprises établissent des relations étroites et de confiance avec la communauté, car elles sont souvent impliquées dans les questions communautaires ou leurs activités favorisent le bien-être de leurs résidents.

3. Entreprise

Une entreprise qui choisit d'être durable ou de se transformer en l'une de diminuer, ses performances financières globales s'améliorent, sa réputation s'améliore et ses ventes augmentent. Les entreprises sont intéressées par le développement des capacités de leurs employés, avec une formation continue en matière de durabilité et d'opérations, et elles attirent souvent des personnes qui ont beaucoup de connaissances et d'intérêt pour la durabilité, ce qui les aide automatiquement à se développer dans cette direction et à obtenir plus rapidement des bénéfices et des profits. Une main-d'œuvre formée à la nouvelle vision d'une entreprise est source de bénéfices, de réputation et d'amélioration des opérations en général. Les entreprises durables qui choisissent de mettre en place des stratégies similaires voient souvent leurs coûts réduits, en particulier lorsqu'ils sont liés à la capacité des employés. Ces entreprises voient leurs coûts de fonctionnement et d'exploitation réduits. Les entreprises sont intéressées par le développement des capacités de leurs employés, grâce à une formation continue en matière de durabilité et d'exploitation. En outre, elles attirent souvent des personnes qui ont une grande connaissance du développement durable et qui s'y intéressent, ce qui les aide automatiquement à se développer dans cette direction et à obtenir plus rapidement des bénéfices et des profits.





Comment élaborer votre propre stratégie d'entreprise durable

- **Identifier les enjeux**

Pour lancer une entreprise dont le développement durable est le pilier ou pour améliorer les processus de votre entreprise existante, vous devez d'abord procéder à une évaluation des besoins. Une analyse des besoins de la communauté dans laquelle vous opérez et de la société en général en ce qui concerne les questions environnementales vous aidera à prendre des décisions qui seront bénéfiques pour vous et pour l'environnement. Vous pouvez organiser des groupes de discussion ou des enquêtes dirigées par des experts, des discussions avec des décideurs politiques, des parties prenantes ou des forums ouverts afin d'obtenir les informations dont vous avez besoin pour faire avancer votre stratégie. Une fois que vous aurez analysé vos données, vous aurez une idée des besoins actuels ou futurs que vous souhaitez modifier et apporter une contribution positive. Votre implication, par le biais d'experts qui connaissent votre entreprise, votre communauté et les problèmes actuels auxquels elle est confrontée, est très importante pour une identification et une résolution objectives.

- **Implication des parties prenantes et des employés**

L'implication de vos parties prenantes et de vos employés dans le nouveau processus que vous envisagez ne peut qu'apporter des avantages à votre stratégie, car ce sont eux qui connaissent de l'intérieur les problèmes, les lacunes ou les questions auxquels votre communauté est confrontée. S'impliquer dans la stratégie par le biais d'une analyse des besoins, d'une mise en réseau ou d'une évaluation continue donnera à votre entreprise un grand avantage sur les autres, car cela vous permettra de mieux comprendre la question que vous souhaitez aborder et de gagner du temps par rapport à une recherche individuelle. L'évaluation et le retour d'information que vous recevrez de ces parties vous aideront à être plus précis dans vos processus et conduiront à une croissance et une rentabilité plus importantes et plus rapides.

- **Objectifs réalistes et spécifiques**

Décidez quels sont les points les plus importants à traiter et fixez des objectifs réels et concrets pour le processus que vous souhaitez suivre. Parallèlement à ces objectifs, qui doivent être mesurables, vous devrez établir des indicateurs de performance clés afin de pouvoir les suivre et fixer des délais spécifiques pour les atteindre. L'approche « SMART » vous aidera à fixer ces objectifs.



image source <https://smart-visibilite.fr/2020/06/24/objectif-smart/>

- **Créez un plan**

Pour commencer et créer un plan approprié pour votre entreprise, établissez un budget pour votre stratégie durable et fixez un calendrier pour la mise en œuvre de ces nouveaux processus ou changements au sein de l'entreprise. Certains objectifs peuvent prendre plus de temps pour être pleinement mis en œuvre et vous devrez peut-être « décomposer » les étapes en étapes beaucoup plus petites afin de pouvoir suivre tous les processus de manière cohérente et de ne pas vous retrouver avec trop de responsabilités qui ne sont pas réalisables.

- **Evaluez votre progrès**

Afin de vous assurer que vous suivez le plan que vous avez conçu et que les résultats sont légitimes, vous devrez constamment suivre vos progrès. Pour ce faire, vous devrez certainement faire appel à des personnes spécifiques, formées et sensibilisées à cet effet, afin de pouvoir actualiser votre plan et de disposer d'une certaine flexibilité en cas de besoin. N'oubliez pas, au cours de ce processus, de tenir votre public et vos clients informés, afin d'établir une relation de confiance et de crédibilité.

3

COLLABORATIONS ET PARTENARIATS POUR UNE CROISSANCE DURABLE OU UNE MISE À L'ÉCHELLE



<https://www.youtube.com/watch?v=BNA-85BrPjE>

Dans cette sous-section, il est très important de se concentrer sur les partenariats et les collaborations pour transformer une entreprise en une entreprise viable ou pour créer une entreprise innovante à partir de zéro.

La durabilité étant un terme difficile à atteindre, de nombreuses entreprises semblent éprouver des difficultés à réaliser seules tous les objectifs qu'elles envisagent ou planifient. Les partenariats ouvrent de nouvelles voies, innovantes et riches en connaissances, qui permettent d'avancer plus rapidement, de manière plus cohérente et avec de réels avantages à long terme vers la durabilité. Les entreprises peuvent rechercher des partenariats clés pour soutenir et éliminer tout échec ou impact négatif global.



Avantages du partenariat :

Accès à un marché plus vaste : Les partenariats, en particulier en termes de durabilité, sont importants car ils permettent aux petites entreprises d'atteindre des marchés plus vastes et d'avoir ainsi accès aux outils et aux systèmes utilisés par les grandes entreprises. Les partenariats maximisent les possibilités et les opportunités qu'une entreprise peut avoir indépendamment, y compris l'accès aux expositions, aux innovations mondiales et à la formation.

Réduction des coûts : une petite entreprise peut, grâce à un partenariat avec une autre entreprise ayant des objectifs communs, réduire ses coûts en les répartissant sur les ressources et les sources, par exemple pour la publicité, le lancement de produits, l'embauche de personnel externe, l'achat de fournitures en plus grandes quantités et donc la réduction des coûts de transport ou de production de masse, etc.

Développer des produits innovants : une entreprise en partenariat avec une autre qui a plus de savoir-faire sur un service ou un produit peut développer de nouveaux produits innovants qui lui permettront d'être en avance sur le reste du marché. Cela apportera une plus grande satisfaction à leurs clients et à leur public, ce qui se traduira par des bénéfices plus élevés ou leur permettra simplement de s'établir sur le marché grâce à un produit spécialisé.

Reconnaissance : Une entreprise qui est une start-up ou qui est déjà en activité et qui est en train de changer de marque pour viser la durabilité, et qui est associée à une société mère qui a déjà prouvé sa valeur sur le marché, gagne plus rapidement en reconnaissance et en crédibilité auprès du public. Les entreprises soutenues par d'autres entreprises déjà reconnues bénéficient des avantages de la reconnaissance existante et peuvent atteindre leurs objectifs plus efficacement.

Instauration d'un climat de confiance : Les entreprises partenaires établissent avec le public des relations saines et durables fondées sur la confiance et la crédibilité.



 <p>Ressources partagées</p>	 <p>Réduction des coûts et donc augmentation des marges</p>
 <p>Renforcement de l'image de marque, surtout si les deux marques sont renommées</p>	 <p>Risque partagé : tous les risques ne sont pas supportés par une seule marque</p>
 <p>Amélioration des ventes et des relations avec les clients</p>	 <p>Les finances sont facilitées par l'imbrication des deux marques</p>
 <p>Expertise supplémentaire</p>	 <p>Recherche de nouveaux clients</p>

Source: marketing91.com

3.1 Alliances pour la durabilité

Les **alliances pour le développement durable** abordent des difficultés et des questions spécifiques liées à l'environnement et au développement durable et visent à rassembler toutes les parties prenantes autour de l'entreprise. Ces alliances peuvent exister entre des décideurs politiques, d'autres entreprises ayant des objectifs similaires, des gouvernements, etc. afin qu'ils puissent résoudre ensemble des problèmes qu'ils ne pourraient pas résoudre individuellement.

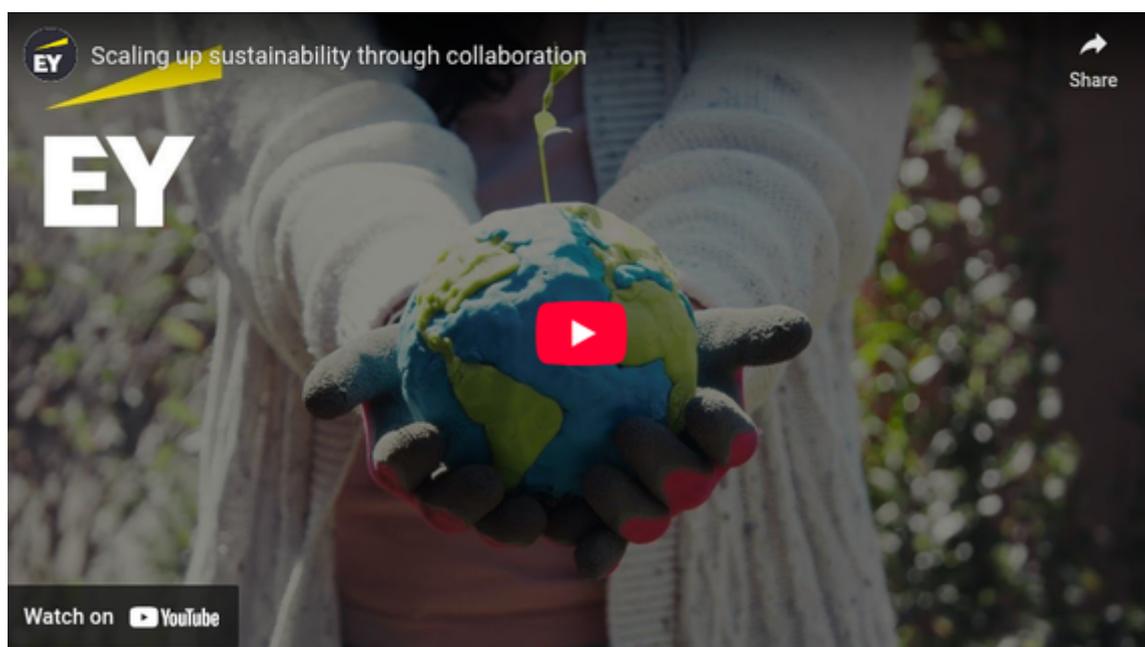
Voici quelques caractéristiques des alliances pour le développement durable :

- Elles sont motivées par des impacts sociaux et environnementaux positifs.
- Ces alliances se concentrent sur les bonnes pratiques et l'adoption de systèmes qui protègent l'environnement et ont collectivement accès aux décisions des pouvoirs publics.
- Les alliances pour le développement durable peuvent accéder à davantage de capitaux et de subventions publiques. Avec l'objectif commun de maximiser la satisfaction des clients, elles créent des solutions de portée plus large et sont même impliquées dans les décisions collectives locales, tout en promouvant l'innovation et le développement de nouveaux produits et services avec une empreinte carbone réduite.
- Enfin, ces alliances peuvent travailler collectivement pour créer des actions à plus grande échelle dans le but commun de rendre le lieu plus durable et d'influencer un public plus large.



4

COLLABORATIONS ET PARTENARIATS POUR UNE CROISSANCE DURABLE OU UNE MISE À L'ÉCHELLE



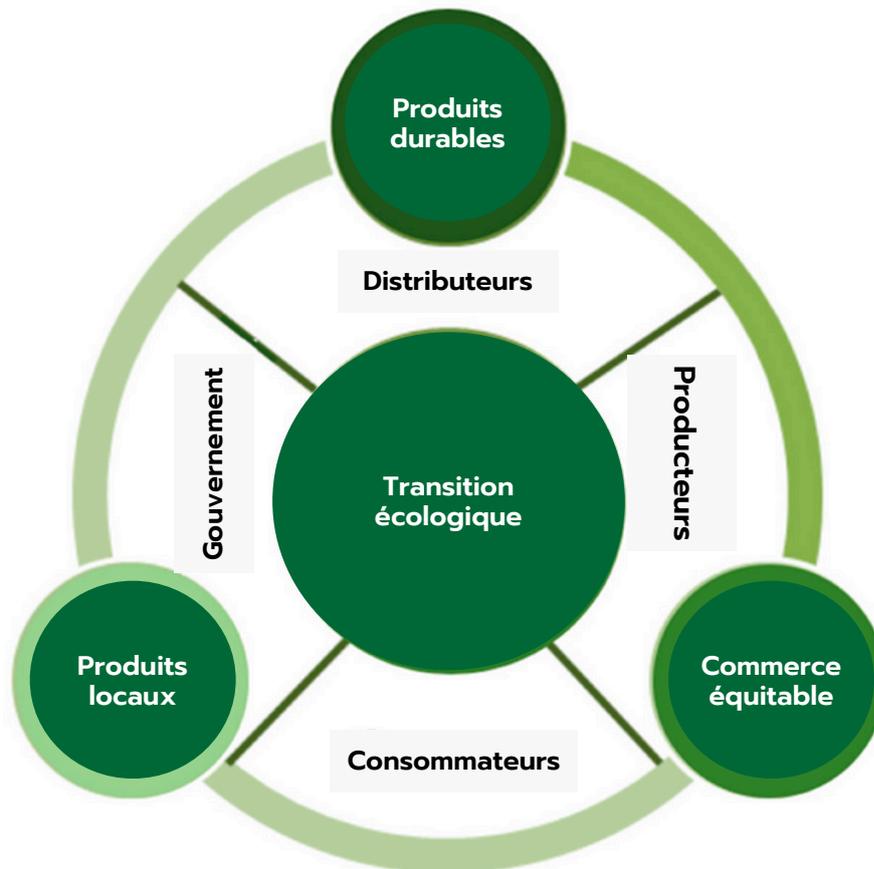
https://www.youtube.com/watch?v=Yi6JCSn_enw



Co-funded by
the European Union

Le soutien de la Commission européenne à la réalisation de cette publication ne constitue pas une approbation de son contenu, qui reflète uniquement l'opinion des auteurs, et la Commission ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elle contient.

4.1 Des approches de la croissance qui s'alignent sur les valeurs de l'éco-entrepreneuriat



Pour qu'une entreprise se développe et atteigne les objectifs fixés, comme indiqué dans les sous-sections précédentes, elle doit adopter des approches nouvelles par rapport à celles qui existent déjà dans son fonctionnement. Toutefois, une entreprise qui souhaite se développer selon les principes de l'écologie ou une entreprise qui souhaite se restructurer et adopter des pratiques respectueuses de l'environnement doit revoir les pratiques et les approches existantes. En conséquence, les entreprises doivent envisager des approches compatibles avec celles de l'éco-entrepreneuriat. Plus précisément, les éco-entreprises, pour se développer, combinent la durabilité économique et l'intégrité éthique dans leurs opérations.

En tant qu'éco-entrepreneurs, vous devez suivre les valeurs qui vous gouvernent ou les valeurs que vous avez établies pour rendre votre entreprise écologiquement pertinente dans tous les aspects de vos activités commerciales - de la planification stratégique à la prise de décision quotidienne. Mais quelles sont ces valeurs ? Comment évaluer certaines des valeurs existantes ? Allons plus loin et examinons quelques approches que vous pourriez adopter en tant qu'éco-entrepreneur en place.

1. Alignez la croissance sur les valeurs : Qu'il s'agisse d'un engagement en faveur de la durabilité environnementale, d'une participation à la vie de la communauté ou de pratiques équitables sur le lieu de travail, lorsque vous souhaitez assurer la croissance de votre entreprise, vous devez éviter de sacrifier ces valeurs sur l'autel de la rentabilité. Les valeurs que vous défendez doivent devenir vos principes directeurs sur la voie de la croissance de votre entreprise, et non être interprétées comme des obstacles et mises de côté.

2. définissez vos valeurs: Évaluez et établissez, en collaboration avec vos employés et les parties prenantes, après une évaluation et une analyse des besoins, et après une évaluation de vos capacités, les valeurs qui régiront votre entreprise et vous-même, et qui sont compatibles avec des impacts positifs sur l'environnement et la communauté.

3. investissez dans votre équipe: Vous devez vous assurer que vous avez investi dans votre équipe et que chacun respecte les valeurs que vous avez établies, que ce soit individuellement ou en partenariat. Grâce à une formation, une information et des pratiques appropriées, votre équipe doit savoir exactement ce que vous voulez adopter et ce que chaque valeur signifie pour l'entreprise. Ensuite, l'équipe doit s'assurer qu'elle suit et adopte ces valeurs pour un développement respectueux de l'environnement et de l'éthique.

4. Élaborez un modèle d'entreprise: Vos activités, de la chaîne d'approvisionnement au service à la clientèle, doivent respecter ces valeurs et les valeurs fournies pour le bien de l'environnement et de la durabilité. Pour que votre entreprise se développe avec des objectifs à long terme et ait un impact profond sur la société, il faut que tous les aspects de votre activité reflètent vos valeurs et votre vision.



Mais quelles sont les valeurs à adopter pour un développement durable ?

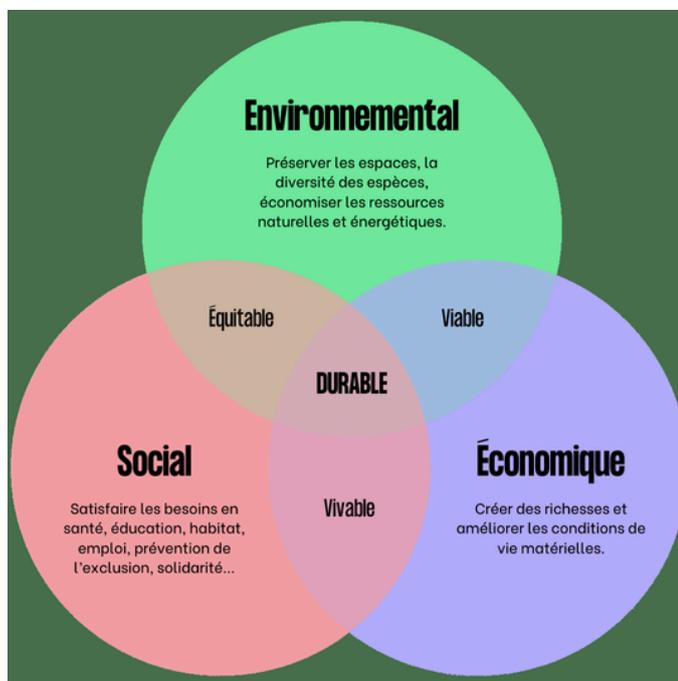


image source: <https://www.wenabi.com/ressources/exemples-actions-developpement-durable-entreprise>

- Valeurs environnementales** : En ce qui concerne les valeurs liées à l'environnement et les valeurs environnementales en général, nous parlons tout d'abord de l'utilisation de ressources renouvelables dans le fonctionnement d'une entreprise. En outre, les entreprises devraient, en ce qui concerne l'environnement, veiller à produire peu d'émissions de carbone lors de la fabrication de leurs produits. Enfin, pour garantir la protection de l'environnement au cours de l'activité de l'entreprise, il convient de réduire les déchets, de veiller à leur traitement adéquat et de considérer la prévention de la pollution comme un risque. Lors de l'élaboration d'un plan ou d'une stratégie d'entreprise, les sociétés devraient adopter ces valeurs et ne pas les minimiser pour être considérées comme respectueuses de l'environnement.

- **Valeurs économiques** : Dans une éco-entreprise, bien que les discussions soient essentiellement axées sur l'impact environnemental et l'éthique à l'égard de l'environnement et de la société, il ne faut pas oublier que l'objectif est aussi de faire du profit. Une entreprise doit donc inclure dans ses valeurs le retour sur investissement afin d'assurer sa stabilité et sa viabilité à long terme. Il n'est pas nécessaire d'abandonner les aspects pratiques d'une entreprise tels que la rentabilité pour être considéré comme un éco-entrepreneur, il faut trouver l'équilibre entre ces valeurs.
- **Valeurs sociales** : Les valeurs sociales adoptées par une entreprise concernent principalement les personnes qui y travaillent et la société en général. Une entreprise qui envisage d'intégrer des approches de durabilité doit d'abord être régie par l'égalité et la diversité. De même, le bien-être de sa main-d'œuvre, c'est-à-dire le fait de travailler dans des conditions qui favorisent son bien-être et non dans des conditions inhumaines, est tout aussi important pour la croissance de l'entreprise et pour le maintien de l'éthique au travail. Par exemple, une entreprise qui a adopté des valeurs sociales et les a intégrées dans ses activités n'acceptera pas le travail des enfants ou le travail dans des conditions météorologiques défavorables. Les valeurs relatives à la santé et à la sécurité des employés d'une entreprise et des citoyens de la communauté sont implicites. Enfin, le développement de la communauté est une valeur à laquelle une entreprise doit s'intéresser tout particulièrement. Par exemple, les entreprises régies par des valeurs sociales produisent et fournissent des services d'intérêt collectif, tels que des services de santé, des services sociaux ou des services éducatifs, et sont intéressées par le développement d'une communauté forte.



3.3 Responsabilité sociale des entreprises (RSE)

La **responsabilité sociale des entreprises (RSE)** est un modèle d'entreprise qui cherche à affirmer que les activités d'une entreprise sont bénéfiques pour l'entreprise elle-même, mais aussi pour la communauté et les personnes qui y vivent. Dans ce modèle d'entreprise, les sociétés évaluent, au moyen de stratégies et d'outils, l'impact qu'elles ont sur la communauté, d'un point de vue économique, social et environnemental, et procèdent à des améliorations de processus si nécessaire. La RSE comprend quatre catégories : les impacts environnementaux, la responsabilité éthique, les efforts philanthropiques et les responsabilités financières.

Avantages pour l'environnement : La responsabilité sociale des entreprises est ancrée dans les avantages pour l'environnement et ne crée pas de problèmes pour l'environnement dans le cadre de ses activités.

Responsabilité éthique : Les exemples de responsabilité éthique comprennent le traitement équitable de tous les clients, des salaires et des avantages favorables pour les employés, le recours à des fournisseurs appartenant à des groupes démographiques différents et la transparence pour les investisseurs.

Responsabilité caritative : l'entreprise fait don de ses bénéfices à des organisations caritatives, soit en soutenant les efforts caritatifs de ses employés, soit en parrainant des événements de collecte de fonds.

Responsabilité financière : dons ou recherche sur les produits, y compris la recherche et le développement de produits qui encouragent le développement durable, la constitution d'une main-d'œuvre diversifiée ou la mise en œuvre d'initiatives, la sensibilisation sociale ou les initiatives environnementales.



5 exemples d'entreprises RSE



- **LEGO**

Lego, entreprise de renommée mondiale, se consacre à la promotion d'une planète durable et s'engage à minimiser l'impact carbone de la production de ses jouets. D'ici 2030, Lego prévoit de n'utiliser que des matériaux respectueux de l'environnement pour ses principaux produits et emballages, ce qui constitue une avancée significative vers cet objectif.

- **SALESFORCE'S 1-1-1 PHILANTHROPIC MODEL**

Salesforce, dans le secteur technologique, se distingue par son leadership technologique et sa philanthropie d'entreprise. Depuis sa création, l'entreprise a défendu un modèle philanthropique 1-1-1, allouant un pour cent du produit, un pour cent des capitaux propres et un pour cent du temps des employés au soutien des communautés et des organisations à but non lucratif.

- **Ben & Jerry's**

Ben & Jerry's, connue pour ses crèmes glacées, met tout autant l'accent sur l'impact social. Chaque année, la fondation accorde environ 2,5 millions de dollars de subventions à des organisations nationales, dont le Syndicat des employés et la Coalition pour l'air pur.

- **Levi Strauss**

En 2011, Levi's a lancé l'initiative pour le bien-être des employés, qui bénéficie à plus de 100 000 employés dans 12 pays. Déterminée à se développer, la société Levi's a pour objectif d'atteindre 300 000 travailleurs et de produire plus de 80 % de ses vêtements dans des usines spécialisées dans le bien-être des travailleurs d'ici 2025.

- **Starbucks**

L'approvisionnement éthique est un aspect essentiel des efforts de l'entreprise, qui confirme que 99 % de sa chaîne d'approvisionnement en café respecte des normes éthiques. Starbucks veille au respect des normes économiques, sociales et environnementales dans les exploitations de café, ce qui permet d'aligner l'approvisionnement en produits sur l'impact social positif.



Ressources supplémentaires

Quelques vidéos YouTube pour une meilleure compréhension

- Cinq stratégies de croissance pour les petites entreprises | Business Brain USA
<https://www.youtube.com/watch?v=SM-hoJVvDZQ>
- Webinaire : Comment développer une stratégie de durabilité
<https://www.youtube.com/watch?v=Kz9zgi977L0>
- Stratégie durable <https://www.youtube.com/watch?v=SMumitTXq0A>

Autres ressources à lire

- <https://www.iisd.org/articles/success-stories>
- chrome-extension:
[//efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/https://cgspace.cgiar.org/server/api/core/bitstreams/0982d161-ed69-4180-925d-69b8155c3626/content](https://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/https://cgspace.cgiar.org/server/api/core/bitstreams/0982d161-ed69-4180-925d-69b8155c3626/content)
- chrome-extension:
[//efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/https://core.ac.uk/download/pdf/7051837.pdf](https://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/https://core.ac.uk/download/pdf/7051837.pdf)



Félicitations!

Vous avez terminé le module 11 du MOOC!

11





Références

- Sustainable Development. (n.d.). International Institute for Sustainable Development. Retrieved from <https://www.iisd.org/mission-and-goals/sustainable-development#:~:text=Sustainable%20development%20is%20development%20that,to%20meet%20their%20own%20needs>.
- Hellenic Statistical Authority. (2023). Sustainable Development Goals in Greece. Retrieved from <https://www.statistics.gr/en/sdgs>
- Smith, J. (2023). Three Strategies for Achieving and Sustaining Growth. Ivey Business Journal. Retrieved from <https://iveybusinessjournal.com/publication/three-strategies-for-achieving-and-sustaining-growth/>
- Quevedo, J. (2023, Oct., 02). Collaboration and Partnerships: Keys to Achieve Sustainable Goals. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/collaboration-partnerships-keys-achieve-sustainable-goals-quevedo>
- Rao, K. R. N. (2023, Oct., 02). Collaborating for Sustainable Development: Why it Matters. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/collaborating-sustainable-development-why-matter-k-radha-narayan-rao>
- Boston Consulting Group. (2022). How to Build a Sustainability Alliance. BCG. <https://www.bcg.com/publications/2022/how-to-build-sustainability-alliance>
- Tech Funding News. (2023). Sustainable Scaling: What It Is and How You Do It. Tech Funding News. https://techfundingnews.com/sustainable-scaling-what-it-is-and-how-you-do-it/#google_vignette?utm_content=cmp-true
- Harvard Business School Online. (n.d.). Corporate Social Responsibility Examples. Harvard Business School Online Blog. <https://online.hbs.edu/blog/post/corporate-social-responsibility-examples>
- Growth Institute. (Year, Month Day). 10 Tips for Scaling Up Your Business. Growth Institute Blog. <https://blog.growthinstitute.com/scale-up-blueprint/10-tips-for-scaling-up-your-business>





Références

- Investopedia. (n.d.). Corporate Social Responsibility (CSR). Retrieved May 02, 2024, from <https://www.investopedia.com/terms/c/corp-social-responsibility.asp>
- Figure 2. A holistic view of sustainable value integrating economic, environmental, and social. (2021). In ResearchGate. from https://www.researchgate.net/figure/A-holistic-view-of-sustainable-value-integrating-economic-environmental-and-social_fig2_351876112
- Odisha State Higher Education Council. (n.d.). [Title of the report]. from https://oshec.odisha.gov.in/upload/files/Report_01_08_58pm277730966f12a5ffbd1e35c1ca83475f.pdf
- FasterCapital. (n.d.). Business growth services. from <https://fastercapital.com/business-growth-services.html>
- N.N. (2022). Title of the article. Sustainability, 14(7), 4089. <https://doi.org/10.3390/su14074089>

