



GREEN FACTOR

Eco and entrepreneurial pathways to boost young people's factor of change

KA220-YOU-FE45FE92



NOUS LANÇONS LE PREMIER RÉSULTAT DE NOTRE PROJET !

Le projet GREEN Factor vise à créer des outils et des opportunités pour éduquer et engager les jeunes citoyens européens, afin de développer un nouvel état d'esprit pour générer des comportements, des choix et des idées plus durables qui auront un impact à court/long terme.

La première étape du projet a été l'élaboration du parcours GREEN Factor pour les changements de comportement et la sensibilisation à l'environnement des jeunes et aux défis environnementaux, comme prévu également par le Pacte vert européen.

Le changement de comportement des jeunes sera le point de départ pour devenir des citoyens plus conscients et des entrepreneurs verts informés, en acquérant des connaissances pratiques sur les comportements verts dans leur vie quotidienne en tant que citoyens.



Co-funded by
the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Le **Premier résultat** du projet comprend un **Catalogue de bonnes pratiques** basé sur la collecte de bonnes pratiques de l'Europe et des pays partenaires en matière de comportements écologiques, dans le but de susciter un changement de comportement chez les jeunes citoyens. Pour son élaboration, des enquêtes ont été réalisées afin d'identifier les lacunes comportementales les plus pertinentes des jeunes dans des domaines de la vie quotidienne pour obtenir un impact efficace à long terme (par exemple, la consommation alimentaire, les achats, les cosmétiques, la réduction de la consommation d'énergie et des déchets, etc.)

Nous pouvons voir les bonnes pratiques en la matière :



Also related to...



Impact information

The impact of this type of communication on brand image is well known: according to the Denjean & Associés survey, for 67% of French people, a positive CSR policy improves their perception of a company that they do not like at first.

“ ”

Focus on the benefits of sustainable initiatives and communicate them!

Additional link

La deuxième partie du PR1 se concentre sur le **Défi Vert**, en analysant les tendances actuelles de l'entrepreneuriat vert et sa diffusion en Europe, avec un accent particulier sur les pays partenaires. Le rapport est basé sur des recherches et des entretiens avec des groupes de discussion menés au niveau national.

Country	Focus Area	Challenge	Problems Found	Resources
Czech Republic	Consumption habits	Increase the interest in green food delivery and the origin of food products	According to the survey, the origin of packaging is the thought factor for the most participants. Only 11% consider the origin of food as the second most important factor.	<ul style="list-style-type: none"> provide lists of the products list of organic food items (https://www.vlada.cz/cz/organic-energy/organic-and-organic-products1) Raise awareness about fast fashion and its environmental impact.
France	Clean Transportation	Increase the use of bike and creating adapted paths in cities and countryside	According to the focus group discussion and other interviews, one of the main issues in the city of Paris is the absence of developed options for organic waste. The optimal organic waste	The following data and public mobility plan were shared by the French government. The goal is to improve the accessibility of biking and make biking one of the economic energies of the country, combined with public transport (see for more details: http://www.ecologie.gouv.fr/velo-et-marche)
Italy	Bottled Water Consumption	Set up efficient campaigns to raise young people awareness of the water problem. Improve the water systems in all the Italian cities to test this practice could be universal in the country	Every day Italians use 30 million plastic bottles and 7 of glass, with the result that in a year 11.6 billion tonnes of plastic waste is generated. The quantity of tap water in Italy is among the best in Europe, yet 52% of households (Green Italy) prefer bottled water consumption	http://www.altretrasmissioni.it/ricerca/come-it-italiani-secondo-il-risultato-campione-di-parola-bottiglia
Greece	Air Protection	Decrease air pollution	Air pollution is one of the biggest environmental problems, affecting human and animal health, the environment and tourism and businesses. More than 80% of air pollution in Greece is caused by the unnecessary use of cars, especially by heavy trucks, and the use of energy consumption in Greece continues to increase in recent years, and most people use private cars	<ul style="list-style-type: none"> Reduce of energy consumption
España	Clean Transportation	Increase Clean transportation use	Clean transportation modes are favoured by many or not comfort due	<ul style="list-style-type: none"> Decrease energy consumption Green Activism

RÉUNION DU PROJET



En novembre dernier, la **première réunion transnationale en face-à-face du projet Green Factor** a eu lieu à Paris, réunissant des partenaires d'Italie, d'Espagne, de Grèce, de République tchèque et de France. Elle a été accueillie par le coordinateur, eJuniors, dont le bureau est situé dans le 20^e arrondissement de la ville.

Les partenaires se sont rencontrés et ont discuté des principales réalisations du projet, ainsi que des tâches à venir et des ressources que chacun d'entre eux devra produire.

Tout d'abord, ils ont finalisé le contenu de la Route du Green Factor, la première ressource de notre projet, dirigé par KVELOCE R&D&I (Espagne).

Ils ont également planifié les prochaines étapes du projet à réaliser :

Tutoriels vidéo de Green Factor (PR2). Cette série de vidéos sera développée pour donner des instructions et des conseils pratiques afin d'influencer l'état d'esprit, les modes de vie et les choix quotidiens des jeunes. Notre principal objectif avec cette ressource est de montrer aux jeunes citoyens qu'ils peuvent être des participants actifs du changement. Spolek Pelican, notre partenaire de la République tchèque, coordonnera les vidéos, mais chaque partenaire produira une ou deux vidéos sur les sujets sélectionnés, qui sont : la diffusion et le transport pour eJuniors, les déchets pour Pelican, l'eau et les habitudes de consommation pour KVELOCE, les initiatives vertes pour Permacultura Cantabria, l'énergie pour JO Consulting et l'entrepreneuriat vert pour IED.

Cours virtuel gamifié (PR3). GREEN Factor, qui sera composé de cinq modules:

Module 1 - Compétences pour devenir un entrepreneur développé par Pelican

Module 2- Rédaction d'un business plan développé par eJuniors

Module 3- Marketing et communication développé par KVELOCE

Module 4- Planification des investissements développé par IED

Module 5- Conception d'une idée de projet développé par Permacultura Cantabria.

Enfin, Permacultura Cantabria a présenté le programme de notre formation pour les jeunes qui aura lieu à Penagos (Espagne) du 30 mai au 6 juin 2023 avec un total de 12 participants.



Suivez-nous pour découvrir toutes les réalisations du projet !



Co-funded by
the European Union

Ce projet a été financé avec le soutien de la Commission européenne. Ce document n'engage que son auteur et la Commission ne peut être tenue responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qu'il contient.