



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.

Czech Republic	France	Italy	Greece	España
<p>Consumption habits</p> <p>CHALLENGE: Increase the interest in green food delivery and the origin of food products</p> <p>PROBLEMS FOUND: According to the survey, the origin of packaging is the thought food and the most important factor. 11% consider the origin and 4% the packaging as the second important factor.</p> <p>RESOURCES: promote sale prices and provide a list of organic food items (https://www.mps.cz/obchod/organic-energy/organic-and-organic-products1)</p> <p>CHALLENGE: Raise awareness about fast fashion and its environmental impact</p> <p>PROBLEMS FOUND: Most participants in the survey tend to purchase dresses and blouses (60%) when buying clothes, closely followed by the great (37%).</p> <p>RESOURCES: Some brands in Czech mainly focus on sustainable fashion (https://www.slovefashion.com/)</p>	<p>Clean Transportation</p> <p>CHALLENGE: Increase the use of bike and making adapted paths in cities and countryside</p> <p>PROBLEMS FOUND: According to the focus group discussion and other interviews, one of the main issues in the city of Paris is the absence of well-developed options for organic waste. The optimal organic waste</p> <p>RESOURCES: The following state and public mobility plan were launched 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)</p>	<p>Bottled Water Consumption</p> <p>CHALLENGE: 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</p> <p>PROBLEMS FOUND: 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 (Growth) prefer bottled water consumption</p> <p>RESOURCES: http://www.alternativasostenibile.it/articolo/acqua-it-italiani-secondo-il-rapporto-consumo-di-acqua-bottiglia</p>	<p>Air Protection</p> <p>CHALLENGE: Decrease air pollution</p> <p>PROBLEMS FOUND: Air pollution is one of the biggest environmental problems, affecting human and animal health, the environment and nature and businesses. More than 80% of air pollution in Greece is caused by the unnecessary use of cars, especially by heavy trucks, which cause the most energy consumption in Greece, and most people use private cars</p> <p>CHALLENGE: Reduce of energy consumption</p> <p>PROBLEMS FOUND: The building sector, which is consisting of the residential and business sector, consumed 44% of the final energy in Greece in 2019. This is almost half of energy consumption in Greece comes from households and businesses</p> <p>RESOURCES: https://www.epdgreece.com/wp-content/uploads/2021/03/Informa-panorama-energia-grecia.pdf</p>	<p>Clean Transportation</p> <p>CHALLENGE: Increase Clean transportation use</p> <p>PROBLEMS FOUND: Clean transportation issues are concerned by many or not comfort etc</p> <p>Energy</p> <p>CHALLENGE: Decrease energy consumption</p> <p>PROBLEMS FOUND: Cost of electricity is increasing. Common efficiency energy practices are not generalized</p> <p>Green Activism</p> <p>CHALLENGE: Increase awareness about the main problems that the society is facing</p> <p>PROBLEMS FOUND: There is not much knowledge about green initiatives among young people in Spain. Young people are more aware (84%) and interested related to climate change and the environment. Only 10% of young people reported participate in some green actions. Lack of time and information are the most mentioned reasons. According to the Youth in Spain report only 10% of young people take part in</p> <p>RESOURCES: https://www.gijon.es/portal/tema/tema-1333/tema-panorama-energia-grecia-2021-revision-operativa.pdf</p>

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.