

# STARS4SD

Fostering youth entrepreneurship  
through Sustainable Development Goals

## Stars4SD - Guide de bonnes pratiques

CESIE, Italie



## Auteur.rice.s et partenaires

**KMOP - CENTRE D'ACTION SOCIALE ET D'INNOVATION, GRÈCE**

**JEUNESSE ÉTONNANTE, GRÈCE**

**KMOP POLICY CENTER, BELGIQUE**

**SÜDWIND, AUTRICHE**

**FUTURE IN PERSPECTIVE LIMITED, IRLANDE**

**CARDET, CHYPRE**

**CESIE, ITALIE**

## Éditrice

**Aurelia Schera, CESIE, Italie**

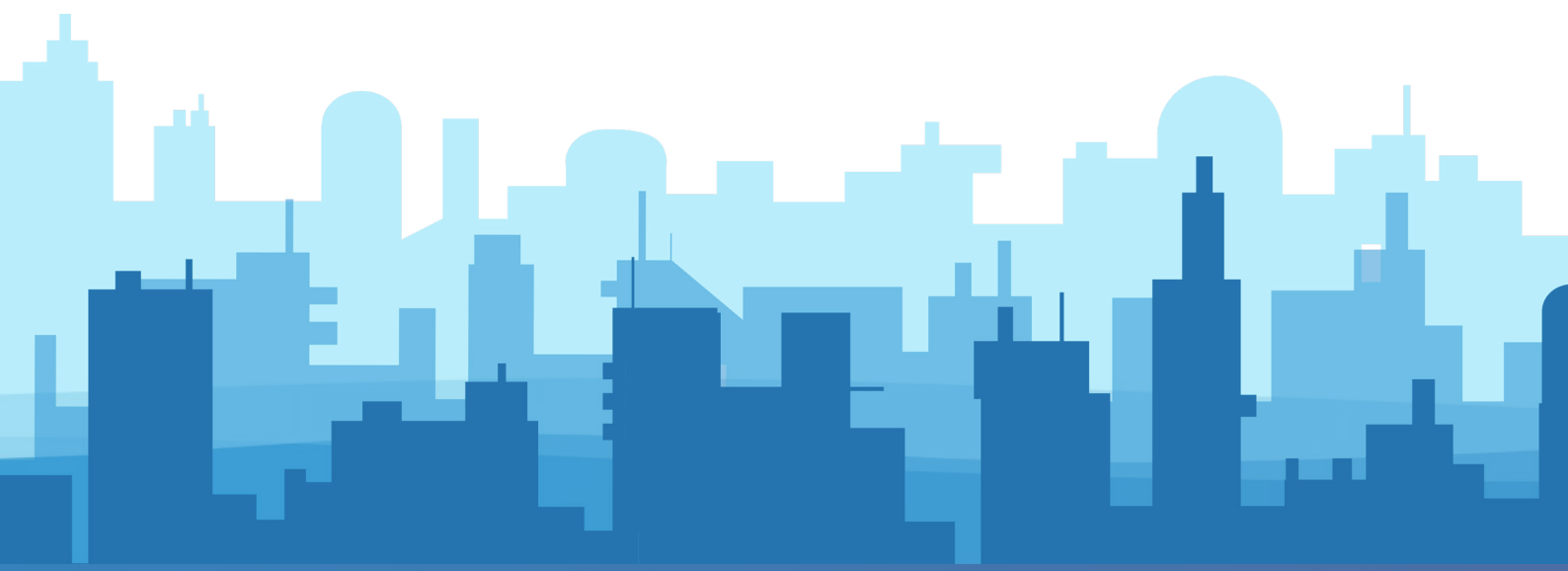


**Cofinancé par  
l'Union européenne**

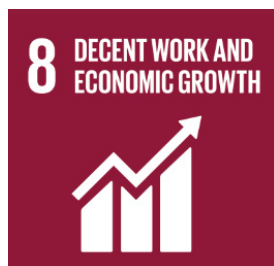
Financé par l'Union européenne. Les points de vue et avis exprimés n'engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne sauraient en être tenues pour responsables.

## Contenu

<b>1. Introduction</b>	<b>4</b>
<b>2. Cas de bonnes pratiques</b>	<b>5</b>
2.1 Bonnes pratiques de l'Autriche	6
2.2 Bonnes pratiques de la Belgique	9
2.3 Bonnes pratiques de Chypre	12
2.4 Bonnes pratiques de la Grèce	16
2.5 Bonnes pratiques de l'Irlande	20
2.6 Bonnes pratiques en Italie	26
2.7 Domaines clés dans lesquels les jeunes entrepreneur.euse.s ont besoin d'aide	30
<b>3. Conclusion</b>	<b>32</b>
<b>4. Références</b>	<b>33</b>
<b>5. Annexes</b>	<b>34</b>
5.1 Modèles suggérés pour recueillir les bonnes pratiques.	34



# 1. Introduction



Ce guide de bonnes pratiques est préparé dans le cadre du projet KA2 Erasmus+ Stars4SD - Soutenir les jeunes entrepreneur.euse.s pour atteindre les Objectifs de développement durable, numéro de projet : 2021-1-EL02-KA220-YOU-000028864. Stars4SD est un partenariat de collaboration entre l'Autriche ([Sudwing](#)), la Belgique ([KMOP Policy Center](#)), Chypre ([CAR-DET](#)), la Grèce ([KMOP](#)) et ([Amazing Youth](#)), l'Irlande ([Future In Perspective Limited](#)) et l'Italie ([CESIE](#)). Le projet vise à renforcer l'esprit d'entreprise chez les jeunes et à promouvoir la citoyenneté active et l'innovation chez les jeunes en apportant un soutien aux jeunes entrepreneur.euse.s et aux formateur.rice.s sur l'importance des cinq objectifs de développement durable (ODD).

**Les cinq ODD sur lesquels le projet STARS4SD se concentre sont les suivants:**

- 1) offrir une éducation de qualité aux jeunes entrepreneur.euse.s et des possibilités de formation au sein de l'entreprise,
- 2) l'égalité des sexes et l'égalité d'accès aux opportunités,
- 3) un travail décent et une croissance économique pour les employé.es et les autres parties prenantes,
- 4) la réduction des inégalités au sein de l'entreprise et de sa chaîne d'approvisionnement, et
- 5) une consommation et une production responsables dans le cadre des activités de l'entreprise.

En particulier, ce guide vise à atteindre les objectifs établis par le projet en développant et en fournissant une collection de meilleures pratiques du modèle SDGs dans les PME de jeunes aux niveaux local/national et européen. Le guide est basé sur les preuves trouvées lors des recherches documentaires et sur le terrain mené dans le cadre du projet, ainsi que sur les commentaires reçus des jeunes entrepreneur.euse.s qui ont participé au concours STARS4SD afin de parler et d'évaluer leurs réussites en matière de développement durable. Il crée une réserve de cas européens d'entreprenariat de jeunes qui ont incorporé des éléments de durabilité dans leur fonctionnement. Les meilleures pratiques sont suivies de domaines clés dans lesquels les jeunes entrepreneur.euse.s ont besoin d'aide, en fonction de ce qui a été raconté, analysé et exploré tout au long du projet.

## 2. Cas de bonnes pratiques

Tous les partenaires, lors de la collecte des initiatives, ont adopté la définition des “bonnes pratiques” des Nations unies et ont établi les lignes directrices pour l'évaluation des initiatives, des pratiques et des projets analysés.

Selon les Nations Unies (2013), “ Une bonne pratique n'est pas seulement une pratique qui est bonne, mais une pratique dont on a prouvé qu'elle fonctionnait bien et produisait de bons résultats, et qui est donc recommandée comme modèle. C'est une expérience réussie, qui a été testée et validée, au sens large, qui a été répétée et qui mérite d'être partagée pour qu'un plus grand nombre de personnes puissent l'adopter ”<sup>1</sup>.

Les initiatives étant très diverses, des critères ont été définis pour chaque objectif afin que les partenaires, les entreprises et les responsables puissent se tester en fixant des objectifs et des pratiques commerciales de plus en plus durables :



**Pertinence des ODD** (quels objectifs correspondent à l'objectif, aux valeurs et au secteur de l'entreprise. Réalisation d'une évaluation approfondie pour expliquer les ODD les plus pertinents pour l'entreprise et sa mission) ;



**Intégration des ODD dans la stratégie et les opérations** (comment les ODD sélectionnés sont intégrés dans la stratégie globale de l'entreprise, en veillant à ce qu'ils soient alignés sur les déclarations de mission et les objectifs de l'entreprise, par exemple en évaluant comment chaque objectif est intégré dans les opérations de base, les activités de la chaîne de valeur et les processus de prise de décision, avec un lien éventuel avec les actions de l'outil d'auto-évaluation) ;



**Sensibilisation et engagement internes** (comment sensibiliser les employé.e.s et les parties prenantes, y compris les client.e.s, les communautés locales, les ONG, les agences gouvernementales, etc. aux ODD et susciter un engagement commun à leur égard ? - par exemple, en encourageant la participation et l'engagement des employé.e.s/client.e.s par le biais de programmes de formation, d'ateliers et de canaux de communication réguliers) ;



**Responsabilité et amélioration** (il existe de solides mécanismes de mesure et d'établissement de rapports pour suivre les progrès accomplis dans l'intégration des ODD. Ils/Elles ajustent et affinent leurs initiatives pour s'aligner sur les nouvelles opportunités, les technologies et les développements mondiaux - lien possible avec les outils présentés dans le programme de formation).

<sup>1</sup> Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO). (2013). Bonnes pratiques à la FAO : capitalisation de l'expérience pour un apprentissage continu.

<https://europa.eu/capacity4dev/iesf/documents/good-and-best-practice-definitions-fao-2013>

Les critères proposés sont liés au modèle utilisé pour la collecte des bonnes pratiques au cours de la dernière partie du projet. Pour des raisons d'uniformité, le consortium Stars4SD a utilisé une grille commune pour analyser les bonnes pratiques. Un modèle de bonnes pratiques est disponible à l'annexe B.

*NB : les critères et questions susmentionnés peuvent être résolus soit par l'analyse documentaire, soit par des entretiens.*

## 2.1 Bonnes pratiques de l'Autriche

**AHERTZ (<https://www.ahertz.at/>)**

### Niveau local

#### Le lauréat du prix Stars 4SD en Autriche !

L'entreprise a été créée en 2019 par le fondateur Michi Salge. Il s'agit d'une entreprise familiale située dans la campagne autrichienne, à environ 1,5 heure de Vienne. Sur le pot familial, une chocolaterie a été établie - avec une grande appréciation des ingrédients biologiques et durables, une bonne relation avec les autres et avec la nature. Sa devise : "Imaginez un monde où les gens pensent davantage avec leur cœur". Aujourd'hui, grâce à ces connaissances et aux liens avec les Caraïbes, l'Amérique centrale et l'Amérique du Sud, du cacao artisanal et de bons chocolats sont créés. Je m'efforce de combiner régionalité et pratiques durables.

Les activités d'"AHERZs" s'alignent étroitement sur plusieurs Objectifs de développement durable (ODD) et leurs cibles respectives - à la fois directement et indirectement.

**Objectif 4 - Assurer une éducation de qualité inclusive et équitable et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie pour tous et toutes.** L'objectif premier est de produire du chocolat et des produits connexes, mais le fondateur s'efforce de diffuser ses connaissances sur le commerce équitable et le "côté obscur" de la récolte de chocolat dans le monde entier, en particulier en Côte d'Ivoire et au Ghana ! Ses ateliers peuvent être réservés directement à la chocolaterie, ce qui permet d'acquérir de nouvelles connaissances et de découvrir la production artisanale de chocolat.

**Objectif 5 - Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles.** Comme le fondateur travaille principalement avec sa famille et sa petite amie, il ne contribue pas beaucoup à l'objectif 5, mais un rapide coup d'œil sur son site web montre qu'il est formé à la langue inclusive et qu'il présente les deux sexes de manière égale.

**Objectif 8 - Promouvoir une croissance économique soutenue, inclusive et durable, le plein emploi**

**productif et un travail décent pour tous et toutes.** Il est très important pour l'entreprise AHERZ de s'assurer que tous les maillons de la chaîne de production sont rémunérés équitablement - cela figure même dans la déclaration de mission. Le fondateur souhaite une transparence totale avec ses fournisseurs de matières premières des Caraïbes et du Pérou. C'est pourquoi il négocie directement avec eux. Pour rencontrer ses producteurs, il voyage à bord d'un voilier afin de réduire son empreinte carbone. La croissance économique au "sens commun" n'est pas un objectif prioritaire du fondateur, mais la durabilité et les relations durables tout au long de la chaîne de valeur et de production le sont.

**Objectif 10 - Réduire les inégalités dans et entre les pays.** Comme l'entreprise obtient toutes les matières premières par le biais du commerce direct, elle peut garantir un prix équitable aux producteurs.rice.s. AHERZ n'exerce donc pas de pression supplémentaire sur les producteurs.rice.s de fèves de cacao en Afrique de l'Ouest, où les droits du travail sont largement violés (y compris le travail des enfants !). AHERZ vise à réduire ainsi les inégalités dans le monde.

**Objectif 12 - Assurer des modes de consommation et de production durables.** Tous les produits sont fabriqués à la main avec amour et passion. Dans ce domaine, la qualité l'emporte toujours sur la quantité. Toutes les matières premières possibles proviennent d'entreprises écologiques régionales (par exemple, le sucre, les graines de citrouille, ...) - d'autres sont uniquement commercialisées directement. Mais ce n'est pas seulement le produit lui-même qui est durable, c'est aussi l'emballage : les chocolats de la fève à la tablette, y compris l'ensemble de l'emballage, sont compostables et recyclables. Le fondateur est très fier d'avoir trouvé un producteur (Natureflex) qui rend même l'emballage en carton compostable à la maison. Le carton extérieur est produit de manière durable et bien sûr recyclable ; ils ont même trouvé un biofilm pour le petit autocollant de fermeture. Pour l'emballage de nos matières premières, ils ont trouvé un biofilm industriellement compostable et un emballage composite en papier kraft, qui peut également être utilisé pour les aliments ! Après avoir retiré le petit fermoir métallique, l'emballage est compostable.

Bien entendu, la priorité va à l'objectif 12, car un mode de vie et d'activité durable a toujours été une préoccupation pour les fondateurs. Le fondateur déploie des efforts considérables pour trouver des matériaux d'emballage compostables à domicile et il les teste même dans son propre jardin. Après cela, l'objectif 8 est particulièrement important pour le fondateur. Il voulait changer le cours normal des affaires dans la production de cacao et créer de la valeur tout au long de la chaîne de production ! Il organise des ateliers pour informer les personnes intéressées sur ses produits et sur le concept "de la fève à la barre". Lorsqu'il se rend chez les producteurs.rice.s, le fondateur accorde une grande importance à la transparence et à l'honnêteté, et sa communauté le ressent ! Lorsque vous achetez votre chocolat chez AHERZ, vous savez que vous tenez le meilleur produit entre vos mains. De plus en plus de petites boutiques intègrent ses produits dans leur assortiment et il fait désormais partie intégrante de la scène commerciale des marchés locaux. Bien entendu, l'entreprise dispose d'un site web attrayant et elle est active sur les plateformes de réseaux sociaux.

Le jeune entrepreneur était très intéressé par le Score-Checker Stars4SD (le questionnaire d'auto-évaluation) du projet et souhaitait poursuivre ce test pour constater des progrès. Par ailleurs, AHERZ ne suit pas de mécanismes de rapportage spécifiques pour suivre ses progrès vers l'intégration des ODD. Néanmoins, son objectif, sa mission et sa philosophie consistent à promouvoir le développement durable et un modèle d'entreprise durable à tous les niveaux ! Comme son entreprise n'a eu que quelques années pour se développer jusqu'à présent (les deux années Covid ont été difficiles car il n'y avait pas de marché !), la communication se fait principalement par son site web, des réseaux sociaux et du bouche à oreille !

## **Unverschwendet (<https://www.unverschwendet.at/> ; <https://www.rettenswert.at/>)**

### **Niveau national**

L'idée de l'entreprise a été créée en 2015 par deux frères et sœurs. Leur mission est de faire en sorte que moins de fruits et légumes soient jetés. Ils/Elles fabriquent donc des produits durables et en beaux, ce qui permet d'économiser les légumes et les fruits ! C'est une belle histoire de réussite, car ils/elles ont commencé avec une très petite association, mais ils/elles ont rapidement vu que le potentiel était bien plus grand. Ils/Elles ont fondé une entreprise en 2016 et ont fabriqué 500 bocaux à partir de légumes et de fruits anciens par an. Un an plus tard, ils/elles vendaient déjà 5 000 bocaux, puis 35 000 et, ces dernières années, un nombre de bocaux à six chiffres en constante augmentation ! Cette saison encore, ils/elles veulent économiser près de 100 000 kg ! Le siège se trouve dans un petit marché local de Vienne. Le rêve d'"Unverschwendet" est de trouver des produits à base d'ingrédients sauvés dans tous les rayons de tous les supermarchés ! Depuis 2022, leur rêve est devenu réalité, car l'une des plus grandes chaînes de supermarchés, HOFER, a créé une marque avec eux/elles, "rettenswert", ce qui signifie "qui vaut la peine d'être sauvé" ! Aujourd'hui, chaque succursale HOFER propose des produits de "Unverschwendet" sous la marque "rettenswert" dans sa gamme de produits.

Les activités d'"Unverschwendet" s'alignent étroitement sur plusieurs Objectifs de développement durable (ODD) et leurs cibles respectives - à la fois directement et indirectement.

**Objectif 4 - Assurer une éducation de qualité inclusive et équitable et promouvoir des possibilités d'apprentissage tout au long de la vie pour tous/toutes.** L'objectif premier est d'éviter le gaspillage alimentaire, mais l'organisation travaille indirectement à la réalisation de l'objectif 4 en s'associant à des établissements d'enseignement qui sensibilisent au gaspillage alimentaire et à son impact sur le développement durable. La déclaration de mission de l'association indique qu'elle souhaite sensibiliser le plus grand nombre de personnes possible au problème du gaspillage alimentaire.

**Objectif 5 - Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles.** Sie tragen indirekt zu SDG 5 bei, indem sie wirtschaftliche Chancen für Männer und Frauen schaffen. Ihr Team steht sich sehr nahe und teilt den Geist, den Weg wie gewohnt zu ändern. Alle Arbeiter werden gleich bezahlt wie die beiden Gründer (1 Mann und 1 Frau).

**Ziel 8 – Förderung eines dauerhaften, inklusiven und nachhaltigen Wirtschaftswachstums, produktiver Vollbeschäftigung und menschenwürdiger Arbeit für alle.** Ils/Elles contribuent indirectement à l'ODD 5 en créant des opportunités économiques pour les hommes et les femmes. Leur équipe est très soudée et partage l'esprit de changer les choses comme d'habitude. Tous/Toutes les travailleur.euse.s sont payé.e.s de la même manière ainsi que les deux fondateur.rice.s (1 homme et 1 femme).

**Objectif 8 - Promouvoir une croissance économique soutenue, inclusive et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous et toutes.** Il est très important pour l'entreprise "Unverschwendet" de s'assurer que tous les acteur.rice.s de la chaîne de valeur sont rémunéré.e.s équitablement - cela est même mentionné dans la déclaration de mission. Elle souhaite développer un modèle d'entreprise fonctionnel afin de survivre à long terme et de pouvoir conserver les grandes quantités. La coopération avec l'une des plus grandes chaînes de supermarchés a donné un élan particulier à cet objectif.

**Objectif 12 - Assurer des modes de consommation et de production durables.** La contribution directe à l'objectif 12 est imminente. "Unverschwendet" économise jusqu'à 100 000 kg de fruits et légumes chaque année. Ils/Elles choisissent leurs propres ressources avec sagesse et contribuent ainsi directement à l'ODD 12.

Leur principale priorité est d'économiser autant de fruits et de légumes que possible. Grâce à leur étroite collaboration avec l'une des plus grandes chaînes de supermarchés d'Autriche ("HOFER"), ils/elles veillent à ce que ces produits nouvellement créés (bocaux) soient distribués efficacement et à bas prix. Même les familles à faible revenu peuvent s'offrir ces produits durables. Par conséquent, les objectifs 8 et 12 ainsi que l'objectif 13 (les déchets alimentaires causent à eux seuls 8 à 10 % des gaz à effet de serre) sont des priorités pour l'entreprise. L'entreprise, qui a commencé avec deux personnes, est aujourd'hui une grande équipe - chaque personne entrant dans l'entreprise est sélectionnée en fonction de son "esprit" et de son souhait de changer quelque chose par rapport au "business-as-usual". Leur communauté est importante : ils/elles créent de nombreuses vidéos et disposent d'une base importante sur les réseaux sociaux. Comme ils/elles ont participé à une célèbre émission de télévision "2 Minutes 2 Millions", leur base de fans s'est agrandie et presque tout le monde dans la communauté du développement durable est au courant de leur suc-

cès et de leurs produits. En coopérant avec des ONG locales telles que "Wiener Tafel" ou d'autres institutions sociales, ils/elles créent une communauté vivante qui veut changer quelque chose dans la façon dont la nourriture est traitée !

"Unverschwendet" ne suit pas de mécanismes de rapportage spécifiques pour suivre ses progrès vers l'intégration des ODD. Néanmoins, son objectif, sa mission et sa philosophie consistent à promouvoir la durabilité et un modèle d'entreprise "adapté aux petits-enfants". Ils/Elles ont participé à la très célèbre émission de télévision "2 Minutes 2 Millions" - par conséquent, tous les membres du réseau de développement durable ont déjà entendu parler d'"Unverschwendet". Le thème du gaspillage alimentaire reste un sujet très marginal, car il n'est pas vraiment encouragé par les informations émanant des gouvernements. Mais au sein du Réseau pour le développement durable, le sujet est bien connu et tout le monde connaît le lien entre le gaspillage alimentaire et la réduction de l'empreinte carbone ! "Unverschwendet" produit beaucoup de matériel vidéo, est très actif dans les réseaux sociaux et, de temps en temps, des articles de presse sont même publiés dans les grands magazines et journaux autrichiens. Depuis la coopération avec HOFER, ils/elles ont atteint les "grands" dans leur stratégie de communication.

## 2.2 Bonnes pratiques de la Belgique

**NORM (<https://norm.supply/>)**

### Niveau international

Inspiré par la science et la nature, Norm crée des produits éco-conçus qui mettent l'accent sur un design intemporel, la durabilité et l'innovation. Norm est une marque belge innovante qui s'engage à rendre l'industrie de la chaussure plus durable. Norm n'est pas une marque de plus sur le marché, c'est un concept holistique guidé par trois mantras : 1) La durabilité : elle est au cœur de tout ce qu'elle fait. Qu'il s'agisse de la sélection des matériaux, du choix des fournisseur.euse.s, du transport, de l'emballage... la durabilité est au cœur de toutes ses décisions. 2) Transparence : Elle est 100% transparente, sur ses fournisseur.euse.s et sur ses coûts, car elle n'a rien à cacher et elle est fière de montrer comment elle travaille, 3) Modernité : Ses produits sont jeunes, innovants et tournés vers l'avenir.

Norm est liée aux ODD par sa philosophie. L'environnement est sa principale partie prenante. Selon Norm, si nous voulons préserver l'économie et l'humanité, nous devons d'abord penser à la planète où nous vivons. Norm se concentre sur le triple objectif Planète, Personnes et Profit, en promouvant les ODD à travers ses activités et sa stratégie.

**Objectif 12 - Assurer des modes de consommation et de production durables.** En ce qui concerne la consommation et la production responsables, ses produits sont conçus de manière à minimiser l'utilisation de matières premières, à utiliser autant de matériaux recyclés que possible, à minimiser le nombre de fournisseur.euse.s et à maintenir leur emplacement à proximité les uns des autres. L'emballage est également réduit au minimum nécessaire pour assurer une bonne conservation du produit. En outre, l'entreprise s'efforce de réduire la consommation d'énergie tout au long de la chaîne d'approvisionnement en sélectionnant des fournisseur.euse.s ayant de meilleures performances énergétiques et des systèmes de gestion de l'énergie. Elle utilise des équipements, des éclairages et des appareils économes d'eau efficaces, met en œuvre des systèmes de gestion de l'énergie pour réduire la consommation de chauffage et d'électricité et sélectionne des produits portant un label écologique et du papier recyclé pour l'impression.

**Objectif 5 - Parvenir à l'égalité entre les hommes et les femmes et autonomiser toutes les femmes et les filles.** NORM garantit une rémunération équitable des travailleur.euse.s et une répartition rationnelle des revenus entre toutes les parties prenantes de l'entreprise et les entreprises.

**Objectif 8 - Promouvoir une croissance économique soutenue, inclusive et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous et toutes.** L'ensemble de l'entreprise est enclin à un mode de vie gratifiant grâce à la possibilité de travailler à domicile, à la liberté d'horaire, à un salaire décent, à un nombre décent d'heures de travail et à un bon équilibre entre vie professionnelle et vie privée.

Norm est transparente à l'égard des clients, des fournisseur.euse.s et des employé.e.s. Elle est en effet ouverte sur les lieux de production, le nom des fournisseur.euse.s, les coûts, les bénéfices et l'impact sur toutes les parties prenantes. Par exemple, en tant que membre officiel de 1% pour la planète, l'entreprise s'engage à reverser 1% de son chiffre d'affaires à des organisations environnementales à but non lucratif afin de contribuer à la protection de notre planète. Elle s'engage également à planter deux arbres pour chaque paire produite et travaille avec l'ASBL belge Graine de vie qui gère la reforestation à Madagascar.

Le site web de Norm offre une image claire de ses actions visant à promouvoir les ODD susmentionnés. L'entreprise a également lancé la campagne de recyclage Circle by Norm, qui vise à créer une approche plus circulaire de la fabrication des chaussures. Cela signifie que Norm collectera les chaussures usagées, donnera les paires qui peuvent encore être portées et recyclera celles qui sont irréparables pour en faire de nouvelles chaussures.

**Millet Pillow (qui sera rebaptisé Garnillet) ([www.millet-pillow.com](http://www.millet-pillow.com))**

### Niveau national

Millet Pillow (bientôt rebaptisé Garnillet) révolutionne l'industrie de la literie en proposant des expériences de sommeil éco-responsables, personnalisées et durables. Chacun de ses oreillers personnalisés, de "L'Intemporel" à "L'Exigeant" en passant par "L'Explorateur", est conçu pour minimiser l'impact sur l'environnement. Les oreillers sont rembourrés avec des écales de millet, un sous-produit 100 % naturel qui était traditionnellement utilisé dans les oreillers, mais que l'entreprise a réinventé en lui donnant une touche contemporaine. Les écales de millet, en plus d'être une utilisation parfaite de ce qui serait autrement un déchet, ont l'avantage intrinsèque d'être des régulateurs de chaleur et des anti-acariens. Cette méthode de production permet non seulement de répondre au confort individuel mais aussi de réduire les déchets, remettant en question les normes de l'industrie de la literie, qui est généralement loin d'être écologique.

Avec la durabilité au cœur de son modèle d'entreprise, Millet Pillow vise à développer une large gamme de produits à base de coques de millet afin de promouvoir un confort respectueux de l'environnement, non seulement pour le sommeil mais aussi au-delà. Sa mission est d'améliorer le sommeil et le bien-être grâce à des produits personnalisés, écologiques et innovants. Millet Pillow s'efforce d'être le pionnier d'un changement durable dans l'industrie de la literie en défendant la responsabilité environnementale, en encourageant l'artisanat local et en offrant des solutions accessibles et de haute qualité.

Millet Pillow est profondément engagé dans l'intégration des objectifs de développement durable (ODD) dans sa stratégie commerciale de base.

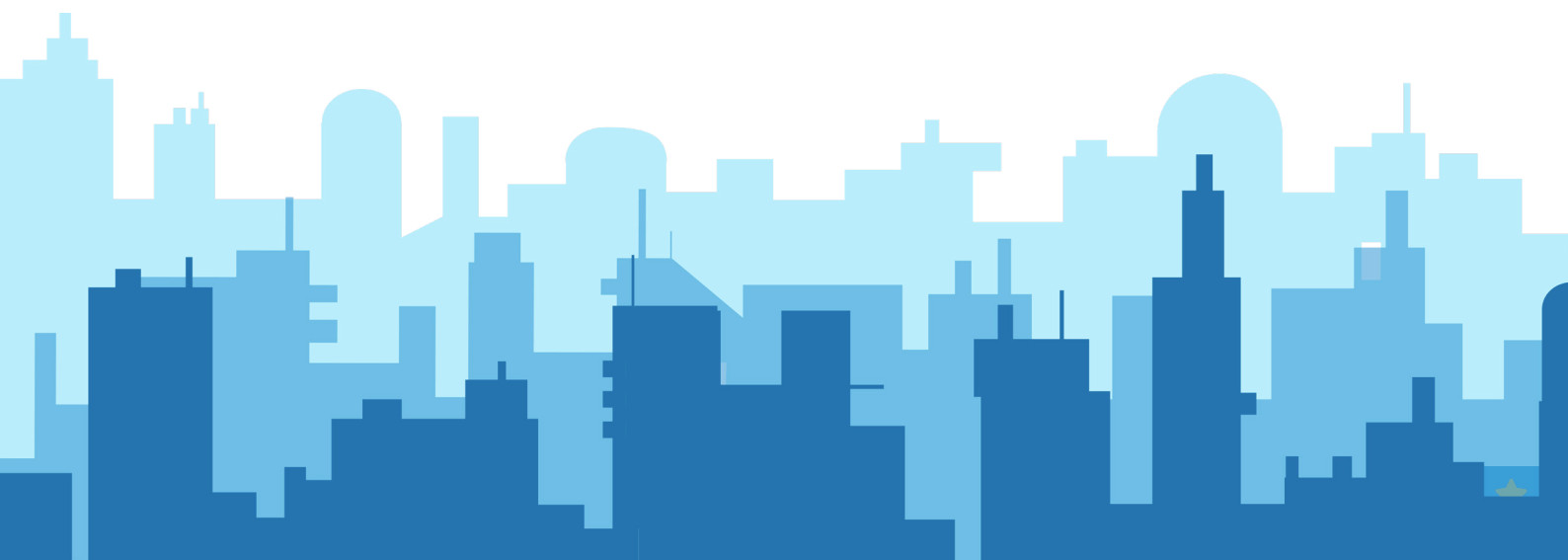
Sa principale résonance est **l'objectif 3 - Assurer une vie saine et promouvoir le bien-être pour tous/toutes à tous les âges**. Grâce à ses oreillers sur mesure, l'entreprise s'efforce d'améliorer la santé et le bien-être des individus en optimisant leur expérience du sommeil.

Ensuite, en ce qui concerne les objectifs examinés par le projet :

**Objectif 12 - Assurer des modes de consommation et de production durables.** L'oreiller Millet est fier de respecter des normes élevées de qualité et de durabilité pour ses produits, encourageant ainsi une consommation responsable et réduisant les déchets.

**Objectif 8 - Promouvoir une croissance économique soutenue, inclusive et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous et toutes.** L'engagement en faveur de l'objectif 8 fait partie intégrante de sa stratégie commerciale. Elle choisit consciemment de fabriquer ses produits dans un atelier protégé, ce qui favorise l'inclusion sociale et des pratiques de travail équitables, tout en contribuant à la croissance économique locale. L'entreprise croit en la création d'un effet d'entraînement positif qui s'étend au-delà de ses activités immédiates, favorisant des vies plus saines et une croissance durable pour l'ensemble de la communauté.

Par son travail, Millet Pillow vise à soutenir à la fois la santé de ses client.e.s et la santé de notre planète, tout en contribuant à l'économie locale et en encourageant un sens de la communauté et de l'humanité. Les principales valeurs de l'entreprise sont la durabilité, l'éco-responsabilité, la qualité, l'efficacité et la proximité. Bien que l'entreprise ne suive pas de méthode spécifique pour suivre ses succès et ses progrès dans le cadre de ses objectifs de développement durable, elle maintient des normes élevées de qualité et de durabilité pour ses produits. Cet engagement lui permet de suivre la longévité et l'efficacité de ses produits de sommeil écologiques. L'oreiller Millet communique ses succès et ses progrès par son site web. Ce dernier présente des informations sur les produits, la mission et l'engagement de l'entreprise en matière de développement durable, ce qui en fait un point central pour le partage de ses réalisations.



## 2.3 Bonnes pratiques de Chypre

### **WORKBEE OPERATIONS LTD (<https://www.workbeeops.com/>)**

#### **Niveau national**

WORKBEE OPERATIONS LTD est une entreprise chypriote active dans le domaine des services spécialisés d'exploitation et de maintenance (O&M). Ses services s'adressent aux acteurs des systèmes solaires photovoltaïques résidentiels, industriels et commerciaux qui choisissent de comprendre et d'apprécier l'importance de chaque kilowattheure produit ou perdu qui influe sur leurs objectifs financiers d'investissement. Ils/Elles respectent la productivité des objets (PoT) en utilisant des technologies et des outils avancés, rendant transparent pour le/la client.e le rapport coût-bénéfice entre a) le coût des services de nettoyage et d'inspection, b) l'efficacité accrue de la production d'énergie résultant de ces services, et c) l'inévitable nécessité de maintenir les actifs d'énergie renouvelable à intervalles réguliers.

En tant qu'entreprise encore jeune, WORKBEE semble être plus en phase avec les objectifs 8 et 12, car ils/elles fournissent un cadre qui soutient la croissance et le succès de l'entreprise. En se concentrant sur le travail décent, la croissance économique et la consommation responsable dans son travail et sa production du côté de ses fournisseur.euse.s, elle s'efforce de créer un impact positif, de réduire les risques et de se positionner de manière durable. WORKBEE aligne son activité sur les ODD et s'engage à les réaliser de la manière suivante:

#### **1. Engagement environnemental:**

- **Énergie renouvelable :** L'entreprise s'est engagée à promouvoir l'utilisation de l'énergie solaire, qui contribue à réduire les émissions de gaz à effet de serre et à atténuer le changement climatique.
- **Efficacité des ressources :** L'entreprise donne la priorité à l'utilisation efficace de l'eau et minimise l'utilisation de produits chimiques dans ses processus de nettoyage, afin de réduire l'impact sur l'environnement.
- **Gestion des déchets :** L'entreprise s'engage à gérer correctement ses déchets, à les recycler et à travailler sans papier.

#### **2. Engagement social:**

- **Bien-être des employé.e.s :** L'entreprise s'attache à offrir des salaires équitables, un environnement de travail sûr et des possibilités d'évolution et de développement professionnels.
- **Engagement communautaire :** L'entreprise s'engage auprès des communautés locales en soutenant l'éducation aux énergies renouvelables, en participant à des événements communautaires ou en collaborant avec des organisations à but non lucratif.

#### **3. Engagement en matière de gouvernance :**

- **Transparence des opérations :** L'entreprise s'engage à maintenir la transparence dans ses opérations, à divulguer les informations pertinentes et à respecter les exigences légales et réglementaires.
- **Pratiques éthiques :** L'entreprise s'engage à faire preuve d'un comportement éthique dans ses relations d'affaires, à éviter les conflits d'intérêts et à veiller au respect des lois applicables et des normes industrielles.

Il s'agit d'une approche structurée et stratégique axée principalement sur les objectifs 8 et 12 jusqu'à ce que l'entreprise atteigne un volume lui permettant de se concentrer sur les trois autres objectifs. En tant que jeune entreprise, WORKBEE a besoin d'une approche progressive de ses priorités et de ses objectifs. À cette fin, elle se rappelle toujours "quel est l'impact de son activité", elle réévalue et effectue une évaluation annuelle de la matérialité, elle s'efforce de faire de l'innovation et de la créativité la pierre angulaire de ses services, elle maintient ses employé.e.s impliqué.e.s dans les opérations, elle encourage une communication transparente pour instaurer la confiance et la responsabilité, elle recherche des partenariats qui correspondent à sa culture et à son caractère en tant qu'entreprise, et enfin, elle célèbre les étapes importantes de son parcours pour maintenir la motivation et l'élan dans son voyage. La prise de conscience interne est vitale pour le succès de l'entreprise. Même si elle ne compte pas beaucoup d'employé.e.s à l'heure actuelle, elle reconnaît qu'en favorisant une culture de la durabilité, en alignant les objectifs individuels sur la mission de l'entreprise et en impliquant les employé.e.s dans le processus, elle peut susciter un fort sentiment d'engagement en faveur de la réalisation de ses priorités et de ses objectifs en matière de durabilité.

Pour l'instant, WORKBEE tente de créer ce qui précède à l'aide de mécanismes de base tels que la communication de sa mission, de sa vision et de ses valeurs, l'engagement des dirigeant.e.s à l'égard des promesses faites, la reconnaissance et les récompenses accordées aux employé.e.s, ou encore le retour d'information direct pour répondre aux préoccupations mais aussi aux idées. Néanmoins, au fur et à mesure de sa croissance, l'entreprise souhaite ajouter d'autres actions en termes de sensibilisation interne en s'engageant dans des activités d'éducation et de formation ou des ateliers de formation/webinaires, en impliquant les employé.e.s dans des processus de fixation d'objectifs, en reliant ces objectifs à leur rôle dans l'entreprise, en encourageant la collaboration interfonctionnelle entre les employé.e.s de différentes équipes/départements pour favoriser le travail d'équipe, en encourageant les employé.e.s à proposer des idées basées sur le retour d'information et les résultats de leur rôle, en établissant des mesures directes pour les tenir informés et les engager dans la mission de l'entreprise.

Leur suivi actuel des succès et des progrès est assez simpliste car ils/elles ne disposent pas du mécanisme adéquat pour analyser en profondeur et suivre les succès et les progrès. Bien que suivant une approche simpliste, ils/elles s'efforcent d'avoir des objectifs annuels clairs et mesurables qui s'alignent sur leur mission-vision-valeurs, ils/elles demandent l'avis des client.e.s après chaque travail, ils/elles suivent rigoureusement leurs finances pour être toujours conscient.e.s de leur santé financière et de leur durabilité, ils/elles observent le marché afin de s'adapter à un besoin ou d'apporter une innovation/solution à un problème auquel leurs client.e.s sont confronté.e.s, et ils/elles célèbrent les étapes et les réalisations tout au long du chemin pour maintenir la motivation et l'élan dans leur voyage. Comme décrit ci-dessus, leur suivi actuel des succès et des progrès est assez simpliste car ils/elles n'ont pas le bon mécanisme pour analyser en profondeur et suivre les succès et les progrès. Il en va de même pour leurs stratégies de communication.

En ce sens, ils/elles s'efforcent actuellement de présenter leurs réalisations, d'asseoir leur crédibilité et de maintenir la transparence en utilisant les réseaux sociaux pour engager leurs client.e.s/publics, ils/elles partagent des études de cas et des exemples de réussite pour mettre en évidence les problèmes, les solutions et les résultats mesurables démontrant leur impact sur l'entreprise, et bien sûr ils/elles partagent les commentaires positifs et les témoignages de client.e.s satisfait.e.s, car ces témoignages valident leur proposition de valeur et leur réussite.

## Precious Plastic Cyprus (<https://www.preciousplasticcy.org/>)

### Niveau national

Precious Plastic Cyprus est un projet qui souhaite présenter l'avenir des alternatives aux produits en plastique à usage unique, en rassemblant une variété de produits qui peuvent redéfinir la façon dont nous utilisons et pensons le plastique. Grâce à leur expérience en matière de recyclage et de transformation des déchets en objets utiles et pratiques, ils/elles se sont familiarisé.e.s avec les différentes étapes du processus : fabriquer, utiliser et jeter. Ils/Elles se concentrent sur l'étape de la mise au rebut et visent à réintroduire des articles sur le marché ainsi qu'à éduquer et à cultiver une culture de la réduction, de la réutilisation et de l'échange. Sa mission est centrée sur la réduction des déchets et la création d'un avenir durable. Precious Plastic Cyprus se consacre au détournement du plastique des décharges et de l'incinération, en travaillant activement à une économie circulaire où les matériaux sont réutilisés, recyclés et reçoivent une nouvelle vie. L'objectif est de fournir des solutions de recyclage complètes et efficaces, permettant aux individus, aux entreprises et aux communautés de gérer efficacement leurs déchets plastiques.

Le projet est conforme aux objectifs 9, 11, 12, 13 et 15. Par leur travail, ils/elles répondent aux besoins évolutifs de l'industrie moderne de la construction et contribuent au discours plus large sur la conscience environnementale. Ce faisant, ils/elles ne se contentent pas de fournir un matériau alternatif pour la construction, ils/elles favorisent activement une économie circulaire. Leur modèle met l'accent sur la réutilisation et la régénération des ressources, soulignant leur engagement à réduire les déchets, à atténuer la dégradation de l'environnement et à stimuler la croissance économique de manière durable. En incarnant cette approche innovante des matériaux de construction, ils/elles aspirent à être des pionniers dans l'industrie, en modifiant les perspectives sur les déchets et en promouvant des pratiques qui contribuent à une planète plus saine, en espérant employer plus de personnes pour favoriser l'égalité des sexes et un travail décent pour la croissance économique, pour un avenir plus durable dans la communauté et, par extension, dans le reste du monde. Grâce à des technologies et des processus innovants, Precious Plastic Cyprus s'efforce de maximiser le taux de recyclage et de minimiser l'impact sur l'environnement. En promouvant la sensibilisation, l'éducation et la collaboration, ils/elles visent à inspirer un changement positif et à permettre aux autres de nous rejoindre dans leur mission de réduction des déchets et de création d'une planète plus propre et plus verte pour les générations à venir.

L'objectif principal de Precious Plastic Cyprus est de contribuer à **l'objectif 11 - Rendre les villes et les établissements humains inclusifs, sûrs, résilients et durables** et à **l'objectif 12 - Assurer des modes de consommation et de production durables** en éduquant et en ayant un impact local sur l'un des plus grands défis mondiaux, la pollution plastique.

Afin de réaliser des progrès en ce qui concerne leur modèle d'entreprise, ils/elles se concentrent sur **l'objectif 9 - Construire des infrastructures résilientes, promouvoir une industrialisation inclusive et durable et encourager l'innovation** - et sur la manière dont ils/elles peuvent devenir innovant.e.s dans le cadre du processus d'exécution. Cela signifie développer des machines capables de traiter le plastique et trouver des moyens de les réintégrer dans le marché. Leur objectif est d'entrer dans l'industrie manufacturière, qui est l'une des industries les plus polluantes de l'UE, mais qui s'intéresse aussi de plus en plus aux produits durables, comme les panneaux en plastique recyclé et les articles ménagers que Precious Plastic produit.

L'objectif de Precious Plastic Cyprus est bien sûr de réduire les déchets plastiques. Cet objectif est communiqué tout au long du processus de leur travail. Comme il s'agit encore d'une phase de démarrage, tous les membres de l'équipe s'efforcent d'avoir le plus grand impact possible sur l'environnement et sur le plan financier en proposant des ateliers organisés pour éduquer le public et les personnes avec lesquelles ils/elles collaborent. En même temps, ils/elles créent des événements ouverts et des opportunités pour que d'autres puissent venir, visiter et créer à partir de plastique recyclé. Pour l'instant, l'initiative en est encore à sa phase de démarrage. Il y a donc une évaluation constante du processus de conception et d'adaptation des programmes éducatifs concernant la sensibilisation à l'environnement, ainsi que de la mise à jour de leurs machines technologiques pour atteindre les normes du marché. La communication se fait principalement par sur les réseaux sociaux, des réseaux locaux et des événements qui promeuvent les start-ups, la sensibilisation à l'environnement et le changement climatique.



## 2.4 Bonnes pratiques de la Grèce

### Bee Naturalles ([www.beenaturalles.com](http://www.beenaturalles.com))

#### Niveau local

Bee Naturalles<sup>2</sup> a été fondée avec discipline et passion par Giorgios Athanasiadis et Chara Mangana en 2013 et elle a été basée sur l'île d'Eubée, en Grèce. Bee Naturalles est une marque grecque innovante qui fournit des solutions naturelles et biologiques pour les aliments et les soins de la peau, en intégrant l'intelligence bénéfique et curative de la nature et de l'abeille mellifère. Les produits Bee Naturalles est un mélange d'ingrédients naturels non transformés, tels que des produits issus de l'apiculture biologique, des extraits de plantes et d'herbes, et des huiles essentielles produites avec des techniques vraiment douces et respectueuses de la nature, conçues pour améliorer le bien-être, la prolepse, la qualité de vie et la santé en général. Sa mission est d'aider les gens à prendre des habitudes saines, à créer un mode de vie centré sur la nature et à favoriser une culture de respect et de compréhension mutuels, de connaissance et d'harmonie.

Les abeilles sont liées aux ODD de plusieurs façons, principalement par leur rôle dans la promotion de la biodiversité, le soutien à l'agriculture et la contribution à la sécurité alimentaire. Dans le cadre de ce concept, Bee Naturalles est principalement lié aux objectifs 12 et 15. L'apiculture peut être considérée comme l'une des professions les plus écologiques ou respectueuses de l'environnement lorsqu'elle est pratiquée de manière durable et responsable, et elle contribue donc à la mise en œuvre des ODD.

La philosophie de Bee Naturalles s'articule autour du concept de développement durable, et en particulier de **l'objectif 12 - Assurer des modes de consommation et de production durables**. L'une des principales priorités de l'organisation est de respecter et de protéger les abeilles, en adoptant des pratiques durables qui ne les stressent pas.

Parallèlement, l'entreprise promeut également d'autres ODD liés au projet Stars4SD à travers de sa stratégie, tels que **l'objectif 4 - Assurer une éducation de qualité inclusive et équitable et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie pour tous et toutes** et **l'objectif 8 - Promouvoir une croissance économique soutenue, inclusive et durable, le plein emploi et la création d'emplois productifs et un travail décent pour tous et toutes**. Par exemple, Bee Naturalles encourage l'implication et l'engagement des client.e.s par une présence active dans les séminaires, les événements, les festivals et les différentes associations, ainsi que sur les réseaux sociaux. Pour Bee Naturalles, il est essentiel que le public soit informé, entre autres, de la manière dont les aliments sont produits, du zéro déchet et de l'alimentation réfléchie.

Bee Naturalles pratique une activité apicole nomade, certifiée biologique ; notamment, la collecte de produits apicoles dépend de la saisonnalité et de la prolifération de la nature, ainsi que des disciplines apicoles scientifiques/de précision. Les collaborateurs.rice.s de Bee Naturalles sont des ambassadeur.rice.s de l'abeille mellifère, qui soutiennent et protègent l'espèce la plus précieuse de la planète.

Bee Naturalles ne suit pas de mécanismes de rapportage spécifiques pour suivre ses progrès vers l'intégration des ODD. Néanmoins, sa philosophie promeut le concept de développement durable, qui est plus évident en présentant l'impact positif des abeilles sur notre vie quotidienne et notre planète. Étant donné qu'en Grèce, de nombreuses personnes ne sont pas familiarisées avec le sujet des ODD, Bee Naturalles se concentre davantage sur le transfert des connaissances relatives au concept de développement durable et à son importance. Son succès est également visible à travers les nombreuses récompenses qu'elle a reçues.

<sup>2</sup> Bee Naturalles. (2022). Bee Naturalles | No Bees, no SDGs - No Bees, no Future

<https://www.youtube.com/watch?v=v6EX5ulTpJg>

## Inteligg ([www.inteligg.com](http://www.inteligg.com))

### Niveau national

Inteligg est une startup créée en 2018 pour fournir des solutions intelligentes, innovantes et durables pour les villes et communautés intelligentes. Inteligg développe des produits, fournit des services et s'engage dans la recherche dans les domaines de l'énergie, du transport, de l'environnement et des applications rurales. Les membres fondateur.rice.s se composent d'ingénieurs en mécanique, en électricité, en aérospatiale et en informatique possédant une vaste expérience dans des projets nationaux et internationaux de recherche et de développement de systèmes, axés sur l'innovation sociale, la mobilité et l'économie durables, l'évaluation de l'impact sur l'environnement, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables, ainsi que les solutions TIC. c-BEMS (cloud-Building Energy Management Systems), le principal produit/service de l'entreprise, est un outil SaaS unique pour les systèmes de gestion de l'énergie des bâtiments (BEMS) qui prend en charge le contrôle multizone des systèmes de chauffage/refroidissement et d'éclairage pour des économies d'énergie plus importantes d'une moyenne de 40 % dans une variété de bâtiments publics et privés, tout en offrant un calculateur d'émissions de CO2 pour les propriétaires/gestionnaires de bâtiments/entreprises dans le cadre de leurs objectifs ESG/ONU.

L'idée du projet est naturellement née de l'implication des fondateur.rice.s dans les "systèmes énergétiques intelligents et le comptage", ce qui a conduit au développement de c-BEMS, un système de gestion énergétique des bâtiments basé sur l'informatique dématérialisée. Cette solution SaaS (Software-as-a-Service) vise à réduire la consommation d'énergie dans les bâtiments et les émissions de CO2. Elle répond aux besoins de la société, notamment le secteur des bâtiments à forte consommation d'énergie, les vulnérabilités en matière d'importation d'énergie et les objectifs environnementaux.

Les ODD qui sont en corrélation avec Inteligg sont les **objectifs 3, 7, 8, 9, 11, 12 et 13**.

Inteligg est une entreprise qui contribue fortement à la promotion de **l'objectif 7 - Garantir l'accès de tous et toutes à une énergie abordable, fiable, durable et moderne - et de l'objectif 12 - Assurer des modes de consommation et de production durables**. En particulier, l'application du c-BEMS vise à réduire la consommation d'énergie d'un bâtiment grâce à l'utilisation d'algorithmes d'intelligence artificielle, ce qui, comme conséquence naturelle de cette réduction de la consommation, entraîne une réduction de 75 à 80 % de la consommation de chauffage, de climatisation et d'éclairage (HVAC), qui représente 75 à 80 % de l'énergie finale et de notre facture, ainsi qu'une réduction correspondante des émissions de CO2 polluants. Parallèlement, l'entreprise a créé, en coopération avec l'UE - qui l'a sélectionnée comme l'une des entreprises les plus innovantes d'Europe dans le domaine de la création d'outils/de logiciels pour les villes intelligentes -, Carbon Trust (Royaume-Uni) et Deloitte (Royaume-Uni), un logiciel/calculateur qui permet de calculer à l'avance la réduction de CO2 pouvant être obtenue si le c-BEMS est utilisé dans a) n'importe quel bâtiment ou nombre de bâtiments existants ou en construction, b) de n'importe quel type (par exemple, bureaux, industrie, etc.) et de construction chronologique, c) dans n'importe quel pays de l'UE (et pas seulement). Ainsi, avec ce calculateur, une municipalité qui a généralement de nombreux bâtiments à sa disposition / en sa possession peut calculer à l'avance si elle adopte notre système, qui sont les bâtiments les plus polluants et intervient seulement dans ceux-ci (par exemple, les bâtiments scolaires) ou, par exemple, une entreprise chimique / pétrolière pour voir la consommation de polluants CO2 et intervenir de manière appropriée à travers le système d'Inteligg (ou un SaaS similaire) vers la réduction du CO2 total. L'adoption d'un logiciel ou d'une technologie informatique qui réduit les émissions de CO2 dans le secteur public ou privé contribue directement à la réalisation de l'objectif 12. Si le logiciel ou l'ordinateur peut être adopté par un plus grand nombre de clients dans le secteur public ou privé, l'impact sur la réduction des polluants de CO2 est important et significatif puisqu'ils savent déjà que le secteur de la construction est celui qui a l'impact le plus important et qui pollue le plus l'environnement. Le pourcentage du bénéfice dépend bien sûr du "taux d'adoption" de notre calculateur.

À l'heure actuelle, Inteligg s'est principalement attachée à aider d'autres entreprises à améliorer leurs performances en matière de développement durable, mais elle a reconnu l'importance de contrôler son propre impact environnemental. En tant qu'entreprise de logiciels, elle est en train de mettre au point un système permettant de calculer sa propre "empreinte environnementale". Bien qu'Inteligg s'attende à une empreinte minimale en raison de la nature de ses services, cet effort reflète son engagement en faveur de la transparence et de l'alignement de ses pratiques sur les principes des ODD. Même si Inteligg n'a pas mis en place de politique formelle et écrite pour garantir l'engagement de l'organisation envers les ODD, la mise en œuvre de son logiciel existant est intrinsèquement guidée par des principes étroitement alignés sur les ODD.

Inteligg dispose d'un site web très détaillé contenant toutes les informations sur les progrès de l'entreprise, les nouvelles créations innovantes, les récompenses ou la participation à des concours et à des coopérations. Elle dispose également d'un bon réseau de jeunes qui travaillent ou étudient dans des domaines similaires et qui sont intéressé.e.s par le sujet.



**Rhoé** (<https://rhoe.gr/>)

## Niveau national

### Le lauréat du prix Stars 4SD en Grèce !

Rhoé a commencé comme un groupe de recherche sur la mobilité durable, fondé le 17 décembre 2016 par six étudiant.e.s du département de génie civil de l'Université Aristote de Thessalonique, à la recherche de solutions qui rendront la mobilité urbaine plus conviviale et plus accessible. Aujourd'hui, ils/elles sont une startup opérant dans les secteurs de la mobilité et de l'énergie verte, essayant de contribuer au changement massif vers des formes de transport et d'énergie plus durables et plus propres en développant des logiciels d'optimisation de pointe.

Rhoé connaît les ODD et ils/elles sont aligné.e.s sur ses activités. La durabilité et la responsabilité sociale sont un élément clé de la stratégie de communication de Rhoé.

**L'objectif 4 - Assurer une éducation de qualité inclusive et équitable et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie pour tous et toute** - fait partie de sa philosophie. Rhoé croit au pouvoir de transformation de l'éducation et mène des actions d'éducation et d'information sur la mobilité durable. Elle prend également contact avec des jeunes pour la partie professionnelle et entretient des relations avec des institutions académiques, puisqu'elle a débuté en tant que groupe académique. De plus, afin de promouvoir la sensibilisation au sein de l'entreprise, Rhoé dispose de plates-formes avec du matériel pour améliorer le développement continu de l'équipe et acquérir de nouvelles connaissances.

**Objectif 5 - Parvenir à l'égalité des sexes et à l'autonomisation de toutes les femmes et de toutes les filles.** Cela fait partie de ses valeurs depuis le début. L'entreprise veille à l'égalité des chances dans son recrutement et maintient un équilibre, tant par ses actions que par ses campagnes, dans lequel il n'y a pas d'exclusion.

**Objectif 8 - Promouvoir une croissance économique soutenue, inclusive et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous et toutes,** Rhoé veut créer des secteurs d'emploi pour la technologie et le transport et essaie de contrôler quels et combien de nouveaux emplois ont été créés. Sur le plan interne, Rhoé s'efforce d'appliquer des pratiques conformes aux normes européennes.

**Objectif 10 - Réduire les inégalités au sein des pays et entre eux.** En se concentrant maintenant sur la réduction des inégalités, l'interaction est réalisée à travers les projets et la mission de l'entreprise, c'est-à-dire la mobilité durable qui est accessible à tous et toutes dans tous les sens du terme.

Rhoé s'engage également à promouvoir **l'objectif 12 - Assurer des modes de consommation et de production durables** par ses activités au sein de l'entreprise.

Pour Rhoé, le respect des objectifs fixés dans le cadre de chaque ODD aide l'entreprise à se développer, ce qui, à long terme, se traduit par des avantages financiers plus importants, de meilleures performances de l'équipe et une meilleure image dans le monde extérieur. La sensibilisation et l'engagement internes à l'égard des nouvelles priorités s'effectuent principalement sur la plateforme de formation, des blogs pour le retour d'information et le développement, des KIP, des questionnaires, des pratiques écologiques dans la vie quotidienne, du travail hybride et de différents événements. Afin de suivre ses succès et ses progrès, l'entreprise rédige des rapports sur les ODD. Ceux-ci sont communiqués via son site web et ses blogs, ainsi que par le biais de discussions sur sa culture orientée vers la durabilité.

## 2.5 Bonnes pratiques de l'Irlande

### FoodCloud (<https://food.cloud/>)

#### Niveau national

FoodCloud<sup>3</sup> est une entreprise irlandaise créée en 2013. Son siège social se trouve à Dublin. Cette entreprise fait quelque chose de très important : elle empêche que de la bonne nourriture soit jetée et la donne à des personnes qui n'ont pas assez à manger. Imaginez que les magasins et les restaurants aient des surplus de nourriture qu'ils ne peuvent pas vendre. En général, ces aliments sont jetés, ce qui n'est pas bon pour l'environnement. Mais FoodCloud a eu une idée intelligente. L'entreprise a mis au point un système informatique qui aide les magasins et les restaurants à donner leur surplus de nourriture à des associations caritatives au lieu de le jeter. Ces organisations caritatives donnent ensuite la nourriture aux personnes qui en ont besoin. L'idée de FoodCloud a permis de donner des millions de repas à des personnes qui auraient autrement souffert de la faim. Elle a également permis de réduire la quantité de nourriture jetée, ce qui est bénéfique pour notre planète. Ce qui est formidable avec FoodCloud, c'est qu'il montre à quel point il est important d'aider les autres et de ne pas gaspiller la nourriture. Ils nous rappellent que lorsque nous travaillons ensemble, nous pouvons résoudre de gros problèmes tels que la faim et le gaspillage. FoodCloud n'est donc pas seulement une entreprise, c'est un groupe de personnes qui améliorent le monde en prenant soin des autres et de la Terre.

Les activités de FoodCloud s'alignent étroitement sur plusieurs objectifs de développement durable (ODD) et leurs cibles respectives, à la fois directement et indirectement. Examinons chacun de ces objectifs et la manière dont ils sont liés aux activités de FoodCloud :

**Objectif 4 - Assurer une éducation de qualité inclusive et équitable et promouvoir des possibilités d'apprentissage tout au long de la vie pour tous et toutes.** Bien que FoodCloud se concentre principalement sur la redistribution alimentaire, elle contribue indirectement à l'objectif 4 en établissant des partenariats avec des établissements d'enseignement et en sensibilisant la population au gaspillage alimentaire, à la durabilité et à la faim. Elle incite les écoles et les communautés à comprendre l'importance d'une consommation et d'une production responsables, en apprenant aux gens à réduire les déchets et en partageant les ressources pour soutenir une éducation de qualité sur les questions environnementales et sociales.

**Objectif 5 - Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles.** Les activités de FoodCloud favorisent l'égalité des sexes en créant des opportunités économiques pour les hommes et les femmes. Ses partenariats avec des organisations caritatives locales et des fournisseurs de denrées alimentaires impliquent souvent une main-d'œuvre diversifiée, comprenant des bénévoles et des employés. En offrant une plateforme à divers individus, FoodCloud contribue à un écosystème économique plus inclusif et plus égalitaire.

<sup>3</sup> FoodCloud. (2023). FoodCloud: Le gaspillage alimentaire nuit à notre planète. Extrait de <https://food.cloud/>

**Objectif 8 - Promouvoir une croissance économique soutenue, inclusive et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous et toutes.** Le modèle d'entreprise de FoodCloud contribue directement à l'objectif 8 en créant des opportunités de travail décent et de croissance économique. Les activités de FoodCloud soutiennent les organisations caritatives, les entreprises et les producteurs de denrées alimentaires locaux, leur permettant d'utiliser plus efficacement les ressources excédentaires. Cela entraîne à son tour une croissance économique et la création d'emplois, en particulier dans les secteurs liés à la distribution alimentaire, à la coordination et aux organisations à but non lucratif.

**Objectif 10 - Réduire les inégalités dans et entre les pays.** FoodCloud joue un rôle important dans la réduction des inégalités en s'attaquant à la pauvreté alimentaire et en promouvant une distribution équitable. En mettant en relation les excédents alimentaires avec ceux/celles qui en ont besoin, FoodCloud contribue directement à réduire le fossé entre les personnes qui ont accès à une alimentation adéquate et celles qui n'y ont pas accès. Cette action contribue à promouvoir une société plus équitable en veillant à ce que les ressources excédentaires profitent aux populations marginalisées et vulnérables.

**Objectif 12 - Assurer des modes de consommation et de production durables.** La mission principale de FoodCloud est centrée sur la consommation et la production responsables. Ses activités visent directement à réduire le gaspillage alimentaire, en encourageant les entreprises et les particuliers à faire attention à ce qu'ils/elles produisent et à ce qu'ils/elles consomment. En redistribuant les excédents alimentaires, elle s'aligne sur l'objectif 12 qui consiste à réduire de moitié le gaspillage alimentaire mondial moyen au niveau des détaillants et des consommateurs, en réduisant l'impact sur l'environnement et en préservant les ressources.

En résumé, l'impact de FoodCloud se répercute sur plusieurs ODD en raison de la nature de son travail. L'accent mis sur la lutte contre le gaspillage alimentaire et la pauvreté alimentaire entraîne des résultats positifs liés à l'éducation, à l'égalité des sexes, à la croissance économique, à la réduction des inégalités, ainsi qu'à la consommation et à la production responsables. En s'attaquant à ces objectifs interdépendants, Food Cloud montre comment une entreprise peut apporter des améliorations sociales et environnementales tout en contribuant au programme mondial de développement durable. Parmi les cinq Objectifs de développement durable (ODD) mentionnés, l'Objectif 12 : Consommation et production responsables se distingue par son impact le plus important en termes de risques et d'opportunités à moyen et long terme.

Consommation et production responsables (objectif 12) : Cet objectif répond au besoin urgent de réduire notre empreinte écologique et de promouvoir des modes de production et de consommation plus durables. Le risque réside dans les habitudes de consommation non durables et les méthodes de production gaspilleuses qui ont conduit à la dégradation de l'environnement, à l'épuisement des ressources et au changement climatique. Si ces modèles persistent, ils pourraient aggraver les défis mondiaux et menacer le bien-être de notre planète. Cependant, les possibilités offertes par l'objectif 12 sont considérables. La transition vers des pratiques de consommation et de production responsables offre la possibilité d'atténuer les risques environnementaux, d'améliorer l'efficacité des ressources et de promouvoir la croissance économique. Les entreprises qui s'alignent sur cet objectif peuvent bénéficier d'une réduction des coûts opérationnels, d'une amélioration de la réputation de leur marque et d'une plus grande fidélité des consommateurs à mesure que les pratiques respectueuses de l'environnement sont valorisées.

## La contribution du nuage alimentaire:

Food Cloud contribue directement à la réalisation de l'objectif 12 : Consommation et production responsables, grâce à ses activités principales de réduction du gaspillage alimentaire et de promotion de l'utilisation durable des ressources. En redistribuant les excédents alimentaires à ceux qui en ont besoin, Food Cloud ne se contente pas de lutter contre la faim, mais réduit également la quantité de nourriture comestible qui finit dans les décharges, ce qui contribue de manière significative aux émissions de gaz à effet de serre. Cette initiative est conforme à la cible 12.3 de l'objectif 12, qui vise à réduire de moitié le gaspillage alimentaire mondial moyen au niveau des détaillants et des consommateurs et à réduire les pertes alimentaires tout au long des chaînes de production et d'approvisionnement.

L'entrepreneur de FoodCloud promeut de manière proactive la sensibilisation et encourage un dévouement collectif aux Objectifs de développement durable (ODD) parmi les différentes parties prenantes. Il organise régulièrement des sessions de formation et des ateliers pour les employé.e.s, afin de les informer sur l'importance des ODD et de mettre en avant la consommation responsable, la réduction des déchets alimentaires et le rôle de l'entreprise. La communication reste constante à travers des canaux internes tels que les bulletins d'information, les réseaux privés et les réunions, fournissant des mises à jour sur les progrès liés aux ODD et maintenant l'engagement. La participation des employé.e.s est encouragée par le biais d'opportunités de bénévolat et d'événements de distribution alimentaire, leur permettant de constater l'impact positif de leurs contributions. L'engagement des client.e.s est facilité par l'emballage, le marketing et le site web, qui soulignent l'engagement de FoodCloud en faveur de pratiques responsables. Les collaborations avec les communautés locales, les ONG et les agences gouvernementales produisent des campagnes et des ateliers communs, renforçant la consommation responsable et soutenant ceux/celles qui sont dans le besoin. Les campagnes de sensibilisation du public sur les réseaux sociaux mettent en avant les ODD et les avantages environnementaux et sociétaux de la réduction des déchets alimentaires. La reconnaissance des parties prenantes et la participation à des événements renforcent encore l'engagement.

En mettant en œuvre ces stratégies, l'entrepreneur de FoodCloud favorise efficacement la prise de conscience et encourage un engagement commun en faveur des ODD, en promouvant des valeurs durables et des pratiques commerciales responsables dans l'ensemble du réseau.

L'entrepreneur de FoodCloud utilise avec diligence un cadre complet pour mesurer et rendre compte de ses progrès dans l'intégration des objectifs de développement durable (ODD). En établissant des procédures méticuleuses de collecte de données, il quantifie l'impact de ses initiatives, en suivant des paramètres tels que la redistribution des excédents alimentaires, la réduction des déchets alimentaires et les repas fournis aux personnes dans le besoin. Des indicateurs clés de performance (ICP) sont définis pour chaque ODD ciblé, offrant des repères quantifiables pour mesurer les progrès accomplis. Des audits et des évaluations d'impact réguliers permettent d'avoir une vision globale des résultats sociétaux, environnementaux et économiques, garantissant ainsi la transparence de leurs rapports. Cette approche dynamique souligne l'engagement de l'entreprise en faveur de l'intégration des ODD. Par ailleurs, l'éthique proactive de l'entrepreneur est évidente dans ses initiatives adaptatives et raffinées. Adoptant un état d'esprit agile, ils/elles réagissent rapidement aux opportunités émergentes, aux technologies en évolution et aux changements mondiaux. En intégrant de manière transparente des solutions et des technologies innovantes qui renforcent leur impact sur les ODD, telles que les plateformes numériques pour une distribution efficace des denrées alimentaires, ils/elles font preuve d'un engagement à rester à la pointe du progrès. La culture d'amélioration continue de l'entreprise est encouragée par la sollicitation des réactions des employé.e.s, des clients et des partenaires, ce qui permet d'affiner les stratégies. Les collaborations avec diverses parties prenantes, y compris des ONG et des instituts de recherche, permettent à FoodCloud de rester informée des évolutions mondiales en rapport avec les ODD. Cette approche collaborative enrichit les stratégies de l'entreprise et témoigne de sa volonté de rester à la page. En outre, la flexibilité de la stratégie de l'entrepreneur met en évidence sa capacité d'adaptation face à des événements mondiaux imprévus ou à des contextes changeants susceptibles d'affecter ses opérations ou ses priorités en matière d'ODD.

En résumé, l'entrepreneur de FoodCloud produit un système complet de mesures et de rapports pour suivre avec diligence les progrès de l'intégration des ODD. Leur approche proactive, démontrée par des adaptations agiles, une intégration innovante, une amélioration continue, une collaboration et une flexibilité, accentue leur engagement à conduire un changement efficace et durable aligné sur les objectifs mondiaux.

L'entrepreneur qui dirige FoodCloud utilise un large éventail de stratégies de communication pour diffuser efficacement ses réalisations et ses avancées dans le développement d'une entreprise plus durable auprès d'un large éventail de parties prenantes. En partageant régulièrement des mises à jour par de bulletins d'information informatifs, d'un contenu efficace sur les réseaux sociaux sur des plateformes telles que Facebook, Instagram et Twitter, et de rapports annuels approfondis sur le développement durable, l'entrepreneur s'assure que les parties prenantes sont bien informées des initiatives en cours et des réalisations notables de l'entreprise. En outre, leur engagement actif dans des présentations publiques, des ateliers collaboratifs organisés conjointement avec des ONG et leur participation active à des événements communautaires locaux permettent d'établir des lignes d'interaction directes, offrant aux parties prenantes la possibilité d'avoir un aperçu des pratiques durables de FoodCloud de première main. Conscient de l'importance des partenariats, l'entrepreneur met également en avant les contributions inestimables des collaborateurs lors des événements, soulignant ainsi l'effort collectif en faveur de la durabilité. En s'appuyant sur les communiqués de presse et les campagnes de sensibilisation du public, il renforce son message et ses réussites par le biais des médias, ce qui lui permet d'étendre sa portée et son impact. Afin d'approfondir la compréhension et l'engagement, le site web de l'entreprise comporte une section interactive remplie d'informations complètes sur les étapes importantes, les études de cas et les réussites liées aux pratiques commerciales durables. Pour favoriser un contact plus personnel, FoodCloud organise des journées portes ouvertes, invitant les parties prenantes intéressées à découvrir de près ses activités et à se faire une idée de l'engagement de l'entreprise en faveur du développement durable. En outre, l'implication de FoodCloud dans les établissements d'enseignement locaux et les écoles par le biais de conférences et d'initiatives d'engagement permet de sensibiliser les jeunes à la consommation responsable, à la réduction des déchets alimentaires et aux pratiques durables. En établissant des partenariats avec les agences gouvernementales locales, l'entrepreneur partage les rapports d'avancement, les idées et les objectifs lors des discussions sur le développement durable, renforçant ainsi l'alignement de l'entreprise sur les objectifs plus larges de la communauté.

Grâce à des canaux de retour d'information accessibles, FoodCloud encourage les parties prenantes à faire part de leurs commentaires, de leurs suggestions et de leurs idées, créant ainsi une atmosphère de collaboration qui fait progresser son engagement en faveur de la durabilité. En employant ces stratégies de communication variées et efficaces, l'entrepreneur communique efficacement l'engagement de FoodCloud en faveur de la durabilité. Cette approche globale encourage non seulement le soutien et la participation, mais produit également une communauté de parties prenantes qui s'investissent dans la mission de l'entreprise, à savoir créer un avenir plus respectueux de l'environnement et socialement plus responsable.

## Wild Wardrobe

Facebook: <https://www.facebook.com/WildWardrobeCLG/>;

TikTok: [https://www.tiktok.com/@wildwardrobe\\_clg](https://www.tiktok.com/@wildwardrobe_clg);

Instagram: [https://www.instagram.com/wild\\_wardrobe\\_nonprofit/](https://www.instagram.com/wild_wardrobe_nonprofit/)

## Niveau national

Créée pendant la pandémie de Covid, Wild Wardrobe, une initiative caritative située à Cavan Town, en Irlande, a marqué deux années de succès en ouvrant un deuxième magasin dans la ville. Cofondée par Caroline Van Den Berg et Joanna Birsanu, cette entreprise a rapidement gagné en force et en importance depuis ses débuts. D'abord plateforme en ligne, Wild Wardrobe s'est ensuite développée pour englober deux magasins physiques à Cavan. Le succès de ces établissements peut être attribué au soutien et à l'engagement inébranlables de la communauté locale. Plus qu'un simple magasin de vêtements, Wild Wardrobe local offre aux familles locales des vêtements à la mode et bon marché à un moment où elles en ont cruellement besoin. Cependant, l'impact de l'entreprise va au-delà de la mode ; elle est profondément liée à une noble cause. Les bénéfices générés par les deux magasins sont consacrés à la protection de la faune irlandaise indigène dans toute la région. Wild Wardrobe utilise ses revenus pour soutenir d'importantes organisations de protection de la faune, à savoir Kildare Wildlife Rescue, Wildlife Rehabilitation Ireland et Dooletter Wildlife Rescue. Ces organisations jouent un rôle essentiel dans les soins apportés aux animaux dans le besoin, qui sont pris en charge par Johanna et Caroline, les cofondatrices de Wild Wardrobe. Le siège de Wild Wardrobe est basé à Cavan, où l'entreprise ne se contente pas de fournir des vêtements élégants, mais suscite également un sentiment de responsabilité collective pour la préservation de la faune et de la flore locales. En peu de temps, Wild Wardrobe est devenu un symbole de solidarité communautaire, de consumérisme responsable et d'efforts de conservation actifs, mêlant admirablement la mode et la philanthropie.

L'engagement de Wild Wardrobe en faveur de la durabilité s'aligne sur plusieurs objectifs de développement durable (ODD), soulignant sa volonté de créer un impact positif. Bien que son objectif principal soit de soutenir la conservation de la faune et de la flore (objectif 15 : la vie sur terre), ses actions touchent également d'autres objectifs importants. Grâce à des ateliers et à l'engagement des communautés, ils/elles contribuent indirectement à l'objectif 4 : Éducation de qualité, en sensibilisant à la biodiversité et aux questions environnementales. En maintenant un environnement de travail inclusif qui offre des opportunités égales, l'entreprise promeut l'objectif 5 : l'égalité entre les hommes et les femmes. Son engagement en faveur de pratiques commerciales éthiques et de la croissance économique s'inscrit directement dans le cadre de l'objectif 8 : Travail décent et croissance économique. En outre, en fournissant des vêtements à des prix abordables et en soutenant des organisations de protection de la faune, Wild Wardrobe contribue à la réalisation de l'objectif 10 : réduction des inégalités au sein de la communauté locale. Enfin, l'accent mis sur la mode durable et la consommation responsable s'aligne fortement sur l'objectif 12 : Consommation et production responsables, en promouvant des pratiques respectueuses de l'environnement. En résumé, l'approche multidimensionnelle de Wild Wardrobe montre comment une entreprise socialement responsable peut influencer positivement diverses dimensions du développement durable.



Parmi les cinq objectifs de développement durable (ODD), l'objectif 12 : Consommation et production responsables a l'impact le plus important en termes de risques et d'opportunités à moyen et long terme. Cet objectif se concentre sur la promotion de pratiques durables dans l'utilisation des ressources, la réduction des déchets et les modes de consommation en général. Le risque réside dans la poursuite de modes de production et de consommation non durables, entraînant l'épuisement des ressources, la dégradation de l'environnement et des conséquences négatives pour la société. À l'inverse, l'objectif 12 offre des possibilités considérables. L'adoption de pratiques de consommation et de production durables peut conduire à une utilisation efficace des ressources, à une réduction des incidences sur l'environnement, à la croissance économique et à l'amélioration du bien-être de la société.

Dans le contexte de Wild Wardrobe, cette entreprise est particulièrement alignée sur l'objectif 12 : Consommation et production responsables. Son modèle d'entreprise met l'accent sur la mode durable, en offrant des options de vêtements abordables qui prolongent le cycle de vie des articles vestimentaires. En encourageant la réutilisation et le recyclage des vêtements, elle contribue à réduire l'empreinte écologique associée à la mode rapide et au gaspillage. Son approche répond directement à la nécessité d'adopter des modes de consommation responsables et des pratiques de production durables, en atténuant les risques associés aux pratiques non durables de l'industrie de la mode.

## 2.6 Bonnes pratiques en Italie

**Avaliani (<https://www.avaliani.it/>)**

### Niveau local

#### Le lauréat du prix Stars 4SD en Italie !

La fondatrice d'Avaliani<sup>4</sup> - une entreprise de vêtements qui utilise des techniques anciennes de confection - nous explique qu'Avaliani propose une vaste collection de vêtements et de bijoux en fibres naturelles fabriqués de manière éthique. La force de son entreprise réside dans la relation de travail avec des employées en Italie et en Inde et dans la qualité des produits utilisés, qui sont fabriqués à partir de fibres naturelles et de plastique recyclé à 100 % (uniquement pour les maillots de bain). "Les ODD aident des réalités comme la nôtre, qui se consacre à la réduction de la consommation et à l'amélioration de la qualité de vie de nos employé.e.s. L'impact du haut vers le bas est nécessaire pour promouvoir une croissance économique durable. Nous croyons fermement à une croissance commerciale dictée par la communication et l'empathie qui va au-delà de la simple relation d'affaires. Notre production et nos partenariats impliquent uniquement l'utilisation d'entreprises qui certifient des tissus et une haute qualité de travail. En personne, et sans rendez-vous, nous vérifions périodiquement les conditions de travail des partenaires". Les ODD qui représentent le plus Avaliani et qui lui tiennent le plus à cœur sont les suivants : Objectif n° 5 - Égalité des sexes ; Objectif n° 8 - Travail décent et croissance économique ; et Objectif n° 12 - Consommation et production responsables.

"Notre objectif commercial est la prospérité pour le plus grand nombre". Avaliani aspire à ouvrir davantage de magasins et à utiliser de nouvelles fibres naturelles pour créer de nouvelles collections. Dès le premier jour, ils/elles ont décidé de se montrer tels qu'ils/elles sont, animés d'un profond respect pour la société et les institutions. Ils/Elles ont veillé à ce qu'une petite entreprise respecte tous les principes éthiques et moraux. Les ODD sont une voie naturelle pour eux/elles. Ils/Elles essaient de rester informé.e.s autant que possible en participant à des foires internationales pour trouver de nouveaux tissus ; ils/elles collaborent avec d'autres pour la distribution de fils de qualité ; ils/elles envisagent une transformation de l'entreprise en ce qui concerne la distribution. Enfin, leur magasin physique et les réseaux sociaux sont actuellement les seuls canaux qu'ils/elles utilisent pour transmettre leurs petites réussites. En participant au concours Stars4SD, ils/elles auront l'occasion de se faire connaître davantage, car l'agence de conseil Southside les aidera à créer un site web et les suivra dans la définition d'une nouvelle stratégie de communication.

<sup>4</sup> Site Internet d'Avaliani (2023) <https://www.avaliani.it/>

## Agricola Giaimo (<https://www.agricolagiamo.it/chi-siamo/>)

### Niveau local

Au cœur des Apennins de la Sicile occidentale, entre les parcs nationaux des Madonies et des Nebrodi, se trouvent les champs, les oliveraies et les pâturages de l'exploitation agricole des frères Giaimo, qui est gérée de manière biologique. Sur les pentes de San Mauro Castelverde, entre 300 et 500 mètres d'altitude, dans les anciens quartiers de Mallia et Scala, les frères Giaimo cultivent exclusivement à la main différents types d'olives, dont la giarrafra, la nerba, la santagatese et la lu crastu. Sur les Nebrodi, dans le territoire de Nicosie, on trouve des pâturages de haute montagne et des champs de terre arable et de blé, où sont cultivées des variétés anciennes telles que le senatore cappelli, le russello et le nero delle Madonie. Enfin, les bovins de race limousine sont élevés à l'état sauvage selon la tradition de la transhumance, de l'hiver au printemps à San Mauro et de l'été à l'automne à Nicosie.

La façon dont l'exploitation agricole comprend les objectifs du développement durable est étroitement liée aux méthodes de production et de récolte des olives, de production, de récolte et de sélection des céréales anciennes siciliennes, ainsi qu'à la gestion des pâturages. Dans le cas des olives, la production se fait dans le cadre d'une agriculture biologique certifiée ; dans le cas de la production de blé, le choix se porte sur les céréales anciennes, donc sur la préservation des traditions locales qui se soucient du statut de la terre et du territoire ; enfin, dans la transhumance des animaux de l'hiver à l'été, on perçoit le soin apporté à l'animal, ainsi qu'au paysage et à la mise en valeur du territoire. Leur méthode de culture préserve la terre de la perte de capacité de reproduction et du risque de désertification et, en même temps, ces variétés qui n'ont jamais été génétiquement modifiées ou nanifiées, sont plus digestes et créent moins d'intolérance pour le/la consommateur.ice. (Conformément à l'objectif 2 - Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir l'agriculture durable).

En plus de préserver la santé, grâce à leur conception, ils/elles peuvent également fournir des emplois à ceux/celles qui travaillent dans l'agriculture et qui tirent la subsistance de leur famille de la production de blé. (Conformément à l'objectif 3 - Assurer une vie saine et promouvoir le bien-être de tous/toutes à tout âge et à l'objectif 8 - Promouvoir une croissance économique soutenue, inclusive et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous/toutes). En effet, les travaux des champs ont été anéantis par la concurrence déloyale des pays étrangers qui importent des produits de mauvaise qualité mais à un prix nettement inférieur, imposant une dévalorisation des coûts de la main d'œuvre. Dans ce contexte, nous cherchons à remettre au centre la qualité du travail et des produits, en valorisant les personnes, les produits et la terre. (Conformément à l'objectif 11 - Rendre les villes et les établissements humains inclusifs, sûrs, résilients et durables).

D'après l'entretien, je suppose qu'il y a une prise de conscience des techniques et de la valeur de la production locale, mais qu'il n'y a pas d'attention particulière ni de prise de conscience des ODD, bien qu'ils soient pleinement adoptés. Les priorités fixées par l'entreprise s'appuient sur une tradition familiale historique faite de sagesse, de valeurs partagées et d'amour de la terre. En fait, depuis sa création, la ferme Giaimo s'est engagée à protéger et à améliorer la biodiversité. Protéger la biodiversité ne signifie pas seulement récupérer et améliorer une variété, une race, un produit transformé, mais agir par le biais de stratégies alimentaires orientées vers la base pour lutter contre la crise climatique et les perturbations hydrogéologiques, défendre le paysage rural et les territoires marginaux, et combattre l'inégalité. La dernière génération d'agriculteur.rice.s et d'éleveur.euse.s de l'entreprise a également choisi d'innover en se concentrant toujours sur la préservation des terres, en perpétuant les traditions rurales historiques de leurs pères, en investissant dans la technologie et en suivant les meilleures pratiques en matière d'agriculture biologique.

“Sur ce territoire qui est le nôtre, nous vivons et travaillons avec passion et engagement, en tant que gardien.ne.s de notre identité, de nos traditions anciennes mais vivantes qui font toujours partie de notre patrimoine. C’est donc la passion et l’amour de ce qui est fait qui établissent un ordre de priorité et créent une prise de conscience. “La réponse du territoire est notre première forme de prise de conscience qui indique que nous sommes sur la bonne voie. L’implication et l’appartenance à un réseau qui, à bien des égards, aide l’entreprise à maintenir le niveau élevé de ses produits, constituent le test décisif de ses progrès. En fait, l’actuel directeur de l’entreprise est l’un des promoteurs siciliens de l’association Slow Food Sicilia, ainsi qu’un membre de la Communauté des céréales anciennes de Sicile. Slow Food est un mouvement mondial dans lequel des activistes et des entrepreneur.euse.s agricoles, organisé.e.s en conviviaux, communautés et réseaux thématiques, promeuvent la défense de la biodiversité à travers l’éducation au goût et le plaidoyer, en favorisant le dialogue entre la société civile et les institutions. “Faire partie de ce réseau nous permet donc de suivre les progrès, qui ne sont pas seulement les nôtres - ceux de l’entreprise - mais qui retombent clairement sur l’ensemble de la communauté”. La manière dont les frères Giamo communiquent les progrès de leur entreprise au monde extérieur peut être résumée en suivant trois niveaux. Le premier niveau est celui de la tradition historique : depuis l’époque de leur grand-père, l’entreprise est connue de la communauté locale de référence. Il est clair que la recherche et le soin apporté à la terre par cette entreprise ont véritablement servi d’exemple à ceux/celles qui travaillent dans le même secteur. Ainsi, si le premier niveau de communication des résultats précède le travail des dirigeant.e.s actuel.le.s, le deuxième niveau met plutôt en évidence l’innovation de ces derniers. En effet, grâce au site web, il est possible de suivre l’évolution de l’entreprise et d’acheter ses produits. L’entreprise vend désormais ses produits non seulement aux pizzerias, aux restaurants, aux magasins et aux acheteur.euse.s locaux.ales, mais aussi aux consommateur.rice.s et aux détaillant.e.s du nord de l’Italie et de l’étranger. Enfin, le réseau Slow Food dont l’entreprise est membre joue le rôle de caisse de résonance pour l’entreprise, qui gagne indirectement en valeur aux yeux de ceux qui ne sont pas strictement dans le métier. En effet, la communication de certaines valeurs au sein d’une association telle que Slow Food permet le passage de la connaissance, de la valeur et de la conscience du/de la producteur.rice au/ à la consommateur.rice, qui est éduqué.e sur les principes de la durabilité, de la production agricole responsable et du droit au plaisir et à une alimentation bonne, propre et juste pour tous et toutes et pour chacun.e.lärt wird.

a|cube (<https://acube.avanzi.org/> )

## Niveau national

a|cube<sup>5</sup> a été fondée en 2011, sous le nom de Make a Cube3, un incubateur certifié selon la loi 221/12 et un accélérateur d'idées et d'entreprises à haute valeur sociale, culturelle et environnementale. A|cube est une société d'utilité publique. Elle crée de la valeur en développant de nouvelles entreprises et en transformant des idées en entreprises innovantes et durables. A|cube est conseillée par le fonds d'investissement alimpact, Avanzi Etica Euveca Sicaf Sgr. a|cube est contrôlée par Avanzi, un groupe de réflexion et une société de conseil qui promeut le changement en faveur de la durabilité par l'innovation sociale depuis 1997.

**Objectif 4 - Assurer une éducation de qualité inclusive et équitable et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie pour tous et toutes.** Alcube assure une éducation de qualité, équitable et inclusive, et promeut les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie pour tous/toutes et chacun.e par de programmes internes d'apprentissage tout au long de la vie, en soutenant des start-ups/initiatives éducatives, en fournissant des espaces pour des activités après l'école.

**Objectif 5 - Parvenir à l'égalité des sexes et à l'autonomisation de toutes les femmes et de toutes les filles.** Promouvoir également l'égalité des sexes et l'autonomisation (plus de force, d'estime de soi et de conscience) de toutes les femmes et filles par la parité salariale, par la présence importante de femmes au sein du personnel et dans les rôles de coordination, par des initiatives hébergées dans notre espace de coworking.

**Objectif 8 - Promouvoir une croissance économique soutenue, inclusive et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous et toutes.** aCube encourage une croissance économique durable, inclusive, le plein emploi productif et un travail décent pour tous par de formes d'aide sociale aux entreprises, de droits au travail et d'équilibre entre vie professionnelle et vie privée (smart working), de contrats stables et de salaires équitables.

**Objectif 10 - Réduire les inégalités au sein des pays et entre eux.** aCube tente de réduire les inégalités au sein des pays et entre eux en participant à des programmes et réseaux internationaux (par exemple, Conecta) visant à promouvoir l'esprit d'entreprise dans différents pays du monde.

**Objectif 12 - Assurer des modes de consommation et de production durables.** aCube assure des modes de production et de consommation durables par des pratiques de réduction des déchets dans le coworking, par la gestion de la Park House à Cevo (Adamello Park), par des initiatives de diffusion des meilleures pratiques, par un soutien (financier et consultatif) aux entreprises ayant un impact sur l'environnement, par des services de conseil en matière d'environnement. Garantir des modes de production et de consommation durables est également l'une des questions centrales pour Avanzi, dont le cœur de métier est la durabilité par l'action, et c'est celle qui requiert le plus d'attention.

Les ODD sont bien connus et appliqués de manière cohérente dans les pratiques commerciales et les consultations avec les entreprises, les organisations et les territoires, bien qu'ils ne soient pas les principaux objectifs ou indicateurs pris comme référence. Actuellement, l'organisation ne dispose pas de mesures ou de mécanismes spécifiques pour suivre ses progrès en matière d'intégration des ODD, mais elle réalise chaque année un rapport d'impact (par l'intermédiaire de ToC), en s'attardant sur plusieurs questions susceptibles de relever des ODD. Enfin, pour se faire connaître dans leur domaine, elles publient généralement des résultats sous la forme de rapports d'impact, de magazines d'entreprise, de rapports sociaux, de rapports sur la santé et de rapports sur la sécurité. Ils/Elles sont également investi.e.s sur les Podcasts et la Formation, la Recherche et publications et des événements. Mais surtout par les actions concrètes qu'ils/elles mènent avec leurs clients.

<sup>5</sup> aCube (2023) site web <https://acube.avanzi.org/>

## 2.7 Domaines clés dans lesquels les jeunes entrepreneur.euse.s ont besoin d'aide

D'après ce qui a été raconté, analysé et exploré tout au long du projet, les questions qui préoccupent le plus les jeunes entrepreneur.euse.s et les entreprises, y compris ceux/celles qui innovent dans des territoires parfois abandonnés et défavorisés, sont les suivantes :

- **Travail décent et croissance économique:** conformément au huitième ODD, favoriser les possibilités d'emploi pour les jeunes signifie augmenter la probabilité d'encourager les entreprises jeunes et innovantes, car cela permettrait de promouvoir l'emploi qualifié en phase avec les défis numériques et écologiques afin de "libérer" le potentiel du pays. Il s'agit de valoriser les personnes en tant qu'actifs les plus précieux, les entreprises et les systèmes territoriaux, en renforçant leur attractivité et leur compétitivité.

- **Soutien financier et financement :** Les jeunes entrepreneur.euse.s expriment un fort besoin de soutien financier et de financement. Ce soutien pourrait prendre la forme de subventions, de prêts ou d'opportunités d'investissement pour faciliter la croissance de l'entreprise. Ils/Elles devraient également être encouragé.e.s et récompensé.e.s pour leurs efforts en matière de développement durable. Reconnaître et soutenir les initiatives respectueuses de l'environnement peut les motiver à poursuivre leurs pratiques commerciales durables.

- **Éducation et formation à l'esprit d'entreprise:** la croissance économique et le travail décent ne peuvent se passer de l'éducation. En effet, il est nécessaire d'accroître les possibilités d'apprentissage formel sur l'esprit d'entreprise des jeunes. Les jeunes réclament des programmes d'enseignement et de formation professionnels qui leur permettent d'acquérir les compétences et les connaissances nécessaires à la gestion d'entreprises prospères. Les jeunes entrepreneur.euse.s demandent également à être mieux formé.e.s aux principes de l'économie circulaire afin d'encourager une consommation et une production responsables.

- **Le défi de la production durable:** de nombreux.euses entrepreneur.euse.s estiment souvent qu'il est trop difficile de convaincre davantage d'investisseurs d'investir dans des produits durables. La tendance est en train de changer, mais dans certains pays, il est encore difficile d'encourager le soutien à la production responsable parce que la consommation est encore principalement liée aux produits courants. Pour réussir à ce stade, les jeunes entrepreneur.euse.s doivent encourager la consommation responsable plutôt que de se concentrer uniquement sur l'achat d'articles recyclés. Ce changement implique d'éduquer les consommateur.rice.s sur l'impact environnemental de leurs choix.

- **Durabilité et responsabilité environnementale:** la tendance croissante des consommateur.rice.s à se préoccuper de l'environnement exige des jeunes entrepreneur.euse.s qu'ils/elles donnent la priorité à la durabilité. La coopération et la spécialisation au sein de leurs entreprises, ainsi que la vente de produits à l'échelle internationale, peuvent les aider à répondre aux besoins de ce segment de marché en pleine croissance.

- **Les écosystèmes collaboratifs:** Encourager le passage de la micro-gestion aux écosystèmes collaboratifs peut conduire à des avancées plus significatives en matière de durabilité et d'esprit d'entreprise. Les jeunes entrepreneur.euse.s reconnaissent que les partenariats et les collaborations peuvent permettre de relever collectivement les défis du développement durable.

- **Mise en réseau et communication:** L'acquisition de compétences efficaces en matière de mise en réseau et de communication est importante pour développer les opportunités commerciales et les partenariats.

- **Soutien à la promotion des ODD:** les jeunes entrepreneur.euse.s connaissent les ODD et sont prêt.e.s à les promouvoir. Cependant, ils/elles ont besoin de conseils sur la manière d'intégrer efficacement ces objectifs dans leur entreprise, ainsi que sur la manière de contrôler et d'améliorer les performances de leur entreprise en matière de développement durable.

En interagissant avec certain.e.s des participant.e.s en détail et en particulier avec ceux/celles qui ont déjà eu l'occasion de développer une stratégie de mise en œuvre durable, en termes de processus d'entreprise et d'analyse des produits, d'autres points d'intérêt spécifiques émergent qui méritent d'être mentionnés :

- **Accès aux matériaux durables:** L'obtention de matériaux durables peut s'avérer difficile et coûteuse. Les entrepreneur.euse.s ont besoin d'aide pour s'approvisionner en matériaux et devraient envisager des collaborations avec des fournisseurs qui partagent leurs objectifs en matière de développement durable.

- **Données et mesures pour le respect de l'environnement:** De nombreux.euses entrepreneur.euse.s souhaitent quantifier leur impact sur l'environnement, mais ils/elles n'ont pas accès à des données complètes, telles que l'utilisation de l'eau. Le développement d'outils et de ressources pour mesurer et rendre compte de leur respect de l'environnement peut les aider à mieux s'aligner sur les objectifs du Millénaire pour le développement.

- **Stratégies zéro déchet:** La mise en œuvre de stratégies "zéro déchet" peut être un moteur essentiel de la durabilité. Les jeunes entrepreneur.euse.s devraient explorer les moyens de minimiser les déchets dans leurs processus de production et leurs opérations. Le recyclage, en particulier, joue un rôle crucial dans la réalisation de cet objectif. Les entrepreneur.euse.s ont souvent du mal à comprendre le cycle de fin de vie des produits recyclés. Pour améliorer les pratiques de recyclage, l'État devrait soutenir et motiver davantage les entrepreneur.euse.s dans ce domaine.

## 3. Conclusion

Souhaitant sensibiliser aux moyens et méthodes efficaces, reproductibles et adaptables pour intégrer la durabilité dans les opérations commerciales, le consortium Stars4SD a pu sensibiliser et informer les jeunes entrepreneur.euse.s et les professionnels des affaires dans les pays concernés sur les 17 Objectifs de développement durable (ODD) de l'Agenda 2030 de l'ONU. Les partenaires ont engagé les jeunes entrepreneur.euse.s locaux.ales à participer à un processus d'auto-évaluation qui visait à les éduquer et à les guider dans l'alignement de leurs entreprises sur les 5 ODD.

En fait, les facteurs clés de succès dans la mise en œuvre du projet au niveau national et en général ont été les suivants :

- ★ Fournir des informations de base sur les 17 ODD aux membres des groupes cibles du projet et aux participant.e.s aux activités du projet Stars4SD, étant donné qu'il y avait un manque général de sensibilisation à ce sujet, afin de les impliquer.

- ★ Contacter les organisations et les réseaux qui travaillent avec les groupes cibles du projet afin de les aider à les atteindre.

Les activités du projet ont facilité la mise en réseau des jeunes entrepreneur.euse.s locaux.ales, leur donnant l'occasion de discuter de l'entrepreneuriat et de la manière dont il peut intégrer des modèles et des pratiques durables. Elles ont également encouragé les jeunes entrepreneur.euse.s à réfléchir à la manière dont leur entreprise peut contribuer à des ODD spécifiques, en promouvant un sens de l'objectif et un impact durable.

Le projet Stars4SD a ensuite proposé des mesures pratiques que les entreprises peuvent prendre pour s'aligner sur les ODD ; il a sensibilisé les jeunes entrepreneur.euse.s à l'impact qu'ils/elles peuvent avoir sur l'environnement et la société.

Enfin, les partenaires ont pu établir des liens avec d'autres ONG et organisations dans le domaine de l'entrepreneuriat durable, construisant ainsi un réseau d'opportunités qui a également eu un impact personnel important en termes de connaissances et de compréhension de la valeur des ODD.

## 4. Références

aCube (2023) histoires innovantes <https://acube.avanzi.org/storie/>

aCube (2023) site web <https://acube.avanzi.org/>

Amt für Veröffentlichung der Europäischen Union (ed.) : Europäischer Unternehmensförderpreis 2020. voir: <https://op.europa.eu/de/publication-detail/-/publication/8fd16928-2e02-11eb-b27b-01aa75ed71a1>. from 23.03.2022

Site web d'Avaliani (2023) <https://www.avaliani.it/> et page Facebook <https://www.facebook.com/Avalianijewels/>

Bee Naturalles. (2022). Bee Naturalles | No Bees, no SDGs - No Bees, no Future ! [vidéo YouTube]. <https://www.youtube.com/watch?v=v6EX5ulTpJg>

Prix européen de la promotion de l'entreprise (éd.) : En ligne. voir: [https://ec.europa.eu/growth/smes/supporting-entrepreneurship/european-enterprise-promotion-awards\\_en](https://ec.europa.eu/growth/smes/supporting-entrepreneurship/european-enterprise-promotion-awards_en). ab 23.03.2022

EU-Startups. (n.d.). The New Norm Company. Consulté le 2 octobre 2023 sur <https://www.eu-startups.com/directory/the-new-norm-company/>

Ministère fédéral de la numérisation et de la localisation économique (ed.) : Éducation à l'esprit d'entreprise. Carte des actions pour les enfants et les jeunes adultes. BMDW. Vienne. 2020. p. 120

Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO). (2013). Bonnes pratiques à la FAO : capitalisation de l'expérience pour un apprentissage continu. <https://europa.eu/capacity4dev/iesf/documents/good-and-best-practice-definitions-fao-2013>

FoodCloud. (2023). FoodCloud : Le gaspillage alimentaire nuit à notre planète. Extrait <https://food.cloud/>

NorthernSoundFM. (2023). Extrait de <https://www.northernsound.ie/news/second-cavan-shop-in-aid-of-local-wildlife-opens-220041>

Site web 2020 de la recherche et de l'innovation responsables mises en réseau à l'échelle mondiale (RRING) <https://rring.eu/>

STARS4SD. (n.d.). Consulté le 5 octobre 2023 sur le site <https://network.stars4sd.eu/members/assia/info/>

Statista : Gründungen und Start-Ups in Österreich. voir: [https://de.statista.com/themen/3497/gruendungen-und-start-ups-in-oesterreich/#topicHeader\\_wrapper](https://de.statista.com/themen/3497/gruendungen-und-start-ups-in-oesterreich/#topicHeader_wrapper) . du 23.03.2022

Statista : Zufriedenheit von Unternehmern in Österreich. Voir <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/947040/umfrage/zufriedenheit-von-unternehmern-in-oesterreich/> . du 23.03.2022

STATISTIK AUSTRIA (ed.) : Erfolgsfaktoren Österreichischer Jungunternehmen. Wien. Verlag Österreich GmbH. 2007. S. 14. Unter: [http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/wirtschaft/unternehmen\\_arbeitsstaetten/jungunternehmererhebung/index.html](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/unternehmen_arbeitsstaetten/jungunternehmererhebung/index.html)

L'expérience durable d'UTC Communtie. Soluzioni per una rigenerazione sostenibile, resilienza, inclusiva e accessibile delle comunità (2023) <https://utc.madonielivinglab.it/>

ViennaUP (ed.) : Landing Page.: <http://www.viennaup.com/> . du 23.03.2022

WKO (éd.) : Gründerservice. voir: <https://www.gruenderservice.at/> . du 23.03.2022

WKO Österreich (ed.) : UNTERNEHMENSNEUGRÜNDUNGEN 1993 - 2021. Vorläufige Ergebnisse. Wien. WKO. 2022. S. 10. Unt: <https://www.wko.at/service/zahlen-daten-fakten/daten-unternehmensneugruendungen.html>

YouthStart (éd.) : Events 2020. voir: <http://www.youthstart.network/events/2020> . à partir du 23.03.2022



## 5. Annexes

### 5.1 Modèles suggérés pour recueillir les bonnes pratiques.

Nom de l'organisation/initiative/projet:	
Vue d'ensemble	
Pays	(Peut être de l'UE)
Niveau	Niveau national ou local
Description de l'entreprise/idée commerciale	Limite de mots : 300 mots (quand l'organisation a-t-elle été créée, où se trouve son siège, ce qu'elle fait)
Site web	URL
Plus d'informations	(Principales sources d'information dans le style APA)

Identifier une meilleure pratique	
<b>Comment comprenez-vous les ODD et comment faites-vous le lien entre les objectifs pertinents et les activités de l'entreprise ?</b>	Limite de mots : 400 mots (Décrivez quel ODD parmi les cinq a le plus grand impact en termes de risque ou d'opportunité à moyen et long terme, et quels objectifs l'entreprise est en mesure de contribuer à la réalisation de progrès).
<b>Comment définir les priorités et fixer les objectifs ?</b>	Limite de mots : 400 mots (Décrivez quel ODD parmi les cinq a le plus grand impact en termes de risque ou d'opportunité à moyen et long terme, et quels objectifs l'entreprise est en mesure de contribuer à la réalisation de progrès).
<b>Comment créer une prise de conscience interne et un engagement en faveur de nouvelles priorités ?</b>	Limite de mots : 300 mots (Décrivez comment l'entrepreneur.euse sensibilise ses employé.e.s et ses parties prenantes - y compris les client.e.s, les communautés locales, les ONG, les agences gouvernementales, etc. aux ODD et suscite un engagement commun à leur égard. - par exemple, en encourageant l'implication et l'engagement des employé.e.s/client.e.s par le biais de programmes de formation, d'ateliers et de canaux de communication réguliers).
<b>Comment suivez-vous vos succès et vos progrès ?</b>	Limite de mots : 300 mots (Décrivez comment l'entrepreneur.euse mesure et les mécanismes de rapport pour suivre ses progrès vers l'intégration des ODD/ Adaptent-ils/elles et affinent-ils/elles leurs initiatives pour s'aligner sur les nouvelles opportunités, les technologies et les développements mondiaux).
<b>Comment communiquez-vous vos succès et vos progrès ?</b>	Limite de mots : 300 mots (Décrire comment l'entrepreneur.euse communique aux client.e.s, aux communautés locales, aux ONG, aux agences gouvernementales, etc. les succès et les progrès de son entreprise plus durable).
Indiquez trois choses importantes que les entrepreneur.euse.s devraient savoir pour être plus durables.	
<b>Les défis que les entrepreneur.euse.s doivent prendre en compte.</b>	
<b>Les opportunités qu'ils/elles peuvent saisir.</b>	
<b>Les principaux avantages que les entrepreneur.euse.s tireront de l'intégration des cinq ODD sur la base de leur expérience.</b>	

# STARS4SD

Fostering youth entrepreneurship  
through Sustainable Development Goals

[www.stars4sd.eu](http://www.stars4sd.eu)



Cofinancé par  
l'Union européenne

Financé par l'Union européenne. Les points de vue et avis exprimés n'engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne sauraient en être tenues pour responsables.