

L'ECONOMIE VERTE= Sauver le bien être.

1/ LE PRINCIPE DE RESPONSABILITE en ECONOMIE.(philosophie)

1865-WILLIAM STANLEY JEVONS - The coal question.

HANS JONAS-CLUB DE ROME-GEIC=LE RISQUE CLIMATIQUE.

SOCIOLOGIE DE L ENVIRONNEMENT -ANTHROPOCENTRISME

2/ L'ETHIQUE EN ECONOMIE.(philosophie)

DOSSIER-SEN-SMITH-l économie au service de l homme.

FINALITE du TRAVAIL N EST PAS L' ARGENT mais le BIEN ETRE de l INDIVIDU.

3/ LA CONSCIENCE VERTE EN ECONOMIE.(psychologie)

WEBER=conscience environnementale de prédisposition

SEARLE=une conscience verte intentionnelle

le THINK TANK pour passer à l'action du consommateur-

SOLAR IMPULSE-TRAACE-1000 solutions

THINK TANK NICOLAS HULOT

l'action environnementale créateur de conscience- WORLD CLEAN UP DAY.

-concept du FISH and PLASTIC = le poisson mange le plastique...

-la COMMUNICATION VERTE= la STRATEGIE DU CANAL pour le MESSAGE

1/ WWF EDUCATION +INFORMATION 2/MEDIAS 3/ARTS

-CINEMA = GREEN LOVE par Gillis

LE TELETHON VERT-Exemple =le Danemark 2019

WORLD CLIMATE TELETHON= 7 milliards acteurs pour la planète, plus de super Héros-

Fin du MARVEL-TOUS ACTION

la culture du GREEN , dans la conscience collective (JUNG) européenne

Vers une conscience environnementale universelle = manger et manger la planète.

Eurovision -CHANTEUR-CEPHAZ- On a mangé le SOLEIL !

DEMANDE VERTE -LE JUSTE PRIX VERTE-

4/ LES MENAGES-LE CONSOMMATEUR CITOYEN.

WWF-CITOYEN=l'addition des actions individuelles à l'action collective, des petits +.

LA SURCONOMMATION-EXEMPLE = l entrecôte la consommation viande

LA CONSOMMATION LOCALE-BIO

LA CONSOMMATION IMMATERIELLE

5/ LES ENTREPRISES=RSE-

OWEN= la responsabilité du business man

l entreprise profit , l entreprise au service de la société

Le BACK UP= le retour pour la société

FONDATION ENTREPRISE

LA TRANSITION ECOLOGIQUE

le MARKETING -GREENWASHING-TRYO

ENTREPRISE EXEMPLAIRE-DD

-OFFRE et DEMANDE VERTE = MARKETING 4P

6/ LES SOCIETES FINANCIERES =LA FINANCE VERTE-LA FINANCE VERTE-RESP.

1/ CRISES SPECULATIVES =WALL STREET-FILM-MICHAEL MOORE-

L ARGENT-ZOLA-LA SPECULATION

-1% PLANET

-GREEN BOND INSTITUTIONNEL = GREEN BOND STOCKHOLM

-PRODUITS BANQUE=ISR-GREEN BONDS-SOCIAL BONDS-INVESTISSEMENT A IMPACT--GESTION PATRIMONIALE= les Fonds FORET-

L ECONOMIE VERTE -ENTRECPRISE VERTE DU CAC 40

EVERGREEN-HYDROGEN DE FRANCE-NEONEN-RIFKIN

7/ ADMINISTRATIONS-LE SERVICE PUBLIC FORT !!

FISCALITE VERTE-

TAXE CARBONE

- ACCORD DE PARIS
 LE NEW DEAL VERT-RIFKIN
 LE PLAN DE RELANCE VERT =USA-EUROPE
- 8/ LE RESTE DU MONDE.
- IMPORTATION= FAIRE du PATRIOTISME ECONOMIQUE-CONSO LOCALE.
 Moins de transport pour les échanges commerciaux-moins carbone
 - EXPORTATION= RICARDO-AVANTAGE CONCURENTIEL-COMPARATIF
- 9/ L'ECONOMIE DE LA NATURE.
- TEXTE NATURALISTE=ROUSSEAU
 LE CAPITAL NATUREL
 HARMONIE-SAVER LE BIEN COMMUN-TIROLE
- 10/ LA CROISSANCE VERTE DURABLE.
- LE MARCHE
 LES INDICATEURS -NOUVEAUX INDICATEURS
- 11/ LA NEUTRALITE CARBONE DANS L'ECONOMIE
- 1-DECARBONER= TELETHON DANEMAK-PARTENARIAT = REFORESTACTION
 - 2-SOCIOLOGIE de L ENVIRONNEMENT= un monde pollué, conséquences sur hommes
 - 3/GERER LES DECHETS=
 - 4/ZERO EMISSION
 CHANGER LA DONNE->GAME CHANGER «
JEU ECONOMIQUE , CALCULER SON EMPREINTRE CARBONE QUOTIDIEN
 « *ECOLOGIQUE C'est ECONOMIQUE.* »
 - NORDHAUS-LA TECHNOLOGIE AU SERVICE DE LA 4EME REVOLUTION IND.
 TRANSPORT=marche , vélo, voiture électrique hydrogéné,train
-BIOCARBURANT = WISKY GLENFIDSICH
Retrofit= customiser sa voiture diesel en voiture électrique.
 ENERGIE= la bonne énergie, est celle que l'on ne consomme pas
Ferme solaire Californie
 MESURER-AUDITER-OPTIMISER== LOGICIEL CONSOMMATION ENERGIE
 ALIMENTATION=local Ferme urbaine = nu-paris.com
 LOGEMENT= maison passive-bois SUEDE-2000 WATS ZURICH MODELE.
 MODE-SPORTS
- 10/ LA VILLE VERTE, quelle société pour DEMAIN.
- Le Corbusier= « Là où naît l'ordre, naît le bien-être. Charte ATHENES
 L'espace, la lumière et l'ordre. Ce sont les choses dont les hommes ont besoin autant qu'ils ont besoin de pain ou d'un endroit où dormir.
 - NATURE =ARBRES et SYLVIOCULTURE**
-ESPACE LUMIERE=LONDON -LE droit à la lumière-
 - PLANTER DES ARBRES EN VILLE= ENERGIE PLANTE ARBRE et HOMME
 « l'arbre est mon ami, il ne parle pas mais je l'entends »
 - LE LEADERSHIP CHEZ LES NORDIQUES =UNIVERSITE DE LUND-SUEDE**
-VILLE ECONOMIE EXPERIMENTALE
 VANCOUVER- CANADA-STOCKHOLM-DANEMARK-AMSTERDAM
 -BIEN ETRE entre HOMME et NATURE.-F.DERMANGE =le DIEU MARCHE.
-R.DURAND = sortir de la logique de marché.SOCIOLOGIE de l'environnement.
 PSYCHOLOGIE SOCIAL ENVIRONNEMENTALE.COMPORTEMENTALE
 INDICATEUR BONHEUR bien être chez les NORDIQUES.
 Un système exportable aux autres pays?
- 11/EXPORTER LE MODELE ?QUELLES STRATEGIES. ?
- La conscience verte est -elle universelle ?
 La stratégie économique hégémonique.
 Le développement durable pour tous. 11 points ONU.

**ABCD-E-
ECONOMIQUE**

=LA FINANCE VERTE =

C'est moi , c'est toi,
C'est la finance pour la planète !!

MY NAME IS BOND, GREEN BOND !!

TOUT EST BON
DANS LE GREEN BOND !!

A=AMUNDI
B=BONDS
C= CROISSANCE VERTE
D= DECARBONER
E= ESG-EDUCATION
F=FINANCE VERTE=RESPONSABLE
G= GREEN BOND
H=HUMAN CAPITAL
I= ISR
J=HANS JONAS
K=KEYNES
L= LIBERALISME
M=MEADOWS
N= NUMBER 15- NEW DEAL VERT
O=Objectif de développement durable
P=PAYS BAS
R=RSE-RIFKIN
S=SUPRIME-SOCIAL BOND
T= THEORIE DU BIEN ETRE
U=UTILITE
V=VALEUR EQUITE
W=WWF
Y=YUNUS
Z=ZONE EURO

SUBPRIME
CRISIS

ZONE EURO

MEADOWS

KEYNES

EDUCATION
HUMAN
CAPITAL

LIBERAL

YUNUS

UTILITE

WWF

ISR

Social bond

ESG

Bonds
Green bond

Croissance verte

Économie
immatérielle

Décarboner
économie

15
DEVELOPPEMENT
DURABLE
VIE TERRESTRE

DANONE-
EVIAN

FINANCE
RESPONSABLE
AMUNDI
MEESSCHAERT
CREDIT
MUTUEL

RIFKIN
-NEW DEAL
VERT
-3e
REVOLUTION
ECONOMIQUE

HANS
JONAS
responsabilité

ADOpte
UN GREEN BOND !!

100 EUROS-£-\$\$\$\$



- FR0013246543 - Crédit Mutuel

LU1563454310 -
Lyxor International
Asset
Management S.A.S.

OUVRIR UN COMPTE TITRE (30eu /an)

- **Le compte titres ordinaire est un support qui permet d'investir**
- **en Bourse sur toutes les classes d'actifs : valeurs mobilières (actions, obligations) en direct ou par le biais d'OPCVM**
- **(SICAV et FCP), produits à effet de levier (warrants.) et produits ouvrant droit à un avantage fiscal tels que les FCP_i**

SELECTIONNER

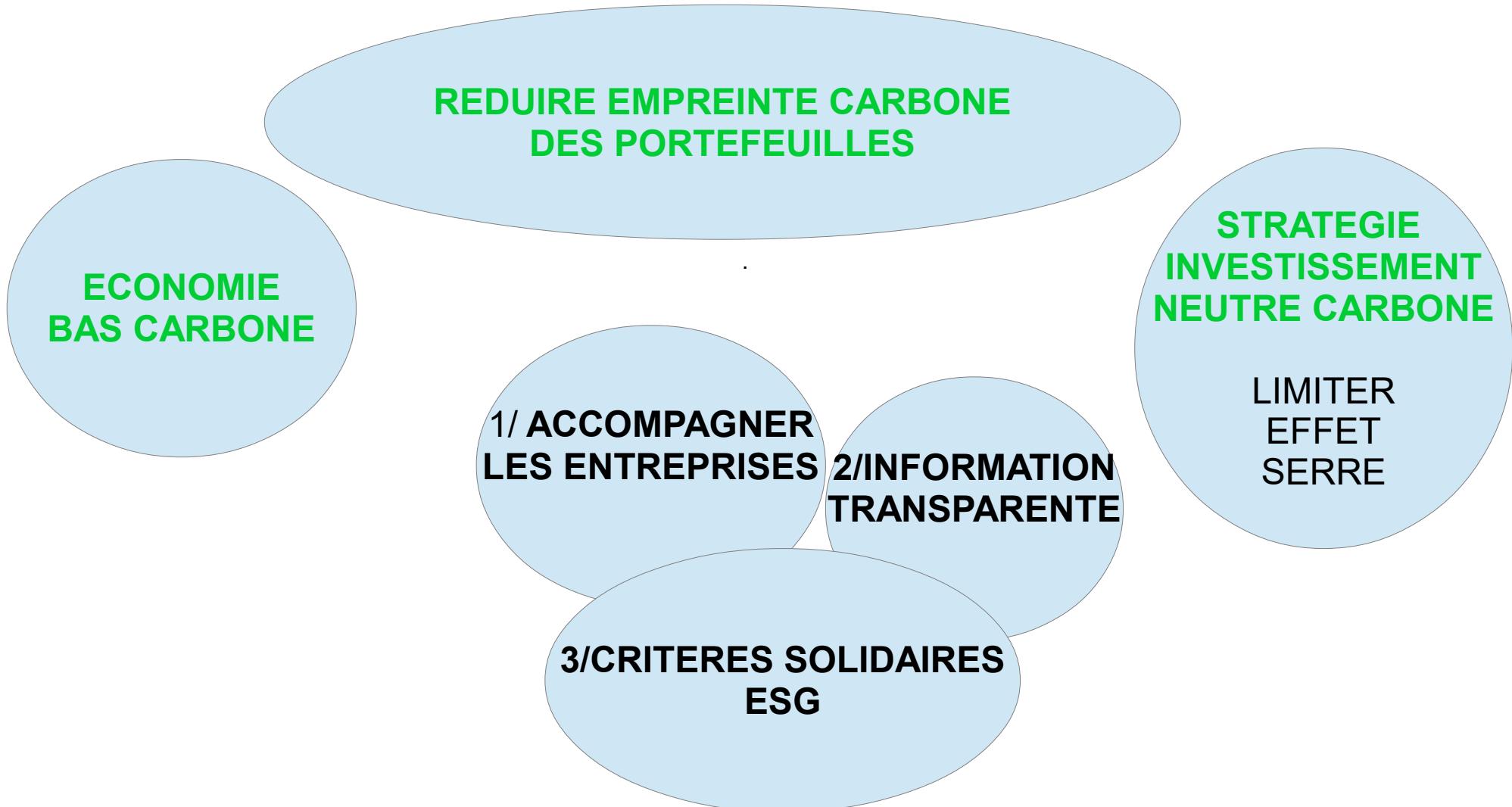
ACHETER

VALIDER

=A=
AMUNDI

<https://www.amundi.fr/>

DECARBONER+SOLIDAIRE



=B=

=BOND=

=OBLIGATION=

Une obligation, aussi appelée un **titre d'obligation**, est **une part d'un emprunt émis par une entreprise, une institution financière, un état ou une collectivité** (l'émetteur).

C'est un **placement** à moyen ou long **terme pour l'acquéreur du titre** (l'investisseur/ l'obligataire), **qui finance un projet** à réaliser ou contribue au développement d'un projet existant.

L'obligataire reçoit un intérêt versé périodiquement et calculé dès l'émission en fonction de la valeur nominale du titre (AMF, 2012).

=C=

CROISSANCE
VERTE
OECD

La croissance verte est intimement liée à la transition énergétique, dans le cadre de la baisse des émissions de gaz à effet de serre.

Et c'est cette transition, du charbon et du pétrole vers de l'énergie "verte" —, produite par des ressources renouvelables — qui se trouve aujourd'hui dans l'impasse

Réaliser une croissance verte signifie promouvoir la croissance et le développement économique tout en veillant à ne pas altérer le capital naturel, soit les ressources dont dépend notre futur. La croissance verte vise le respect de la biodiversité, des ressources naturelles, mais aussi des conditions de travail.

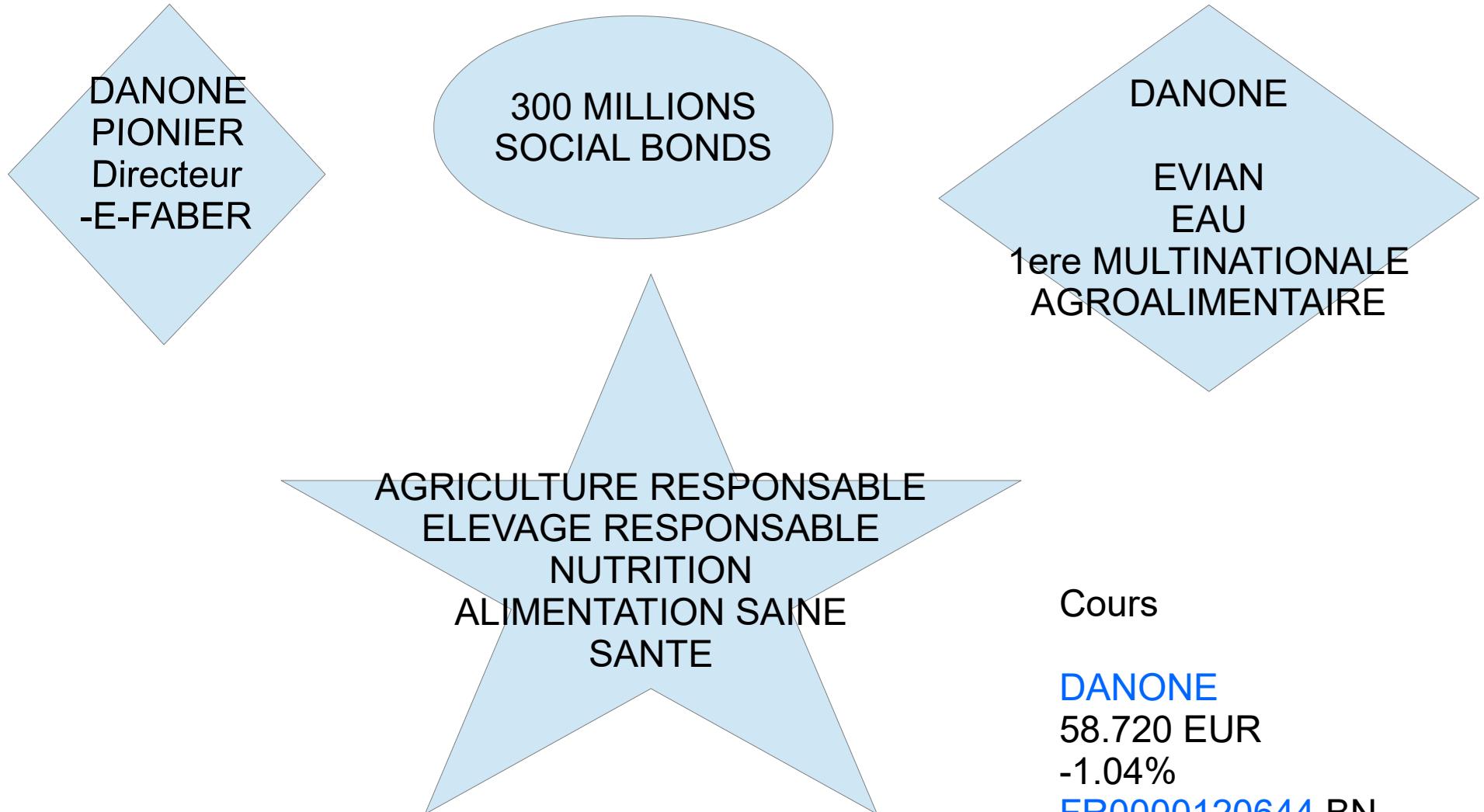
C'est le développement qui répond aux besoins des générations présentes (en particulier des plus démunis) sans compromettre la capacité des générations futures à répondre à leurs propres besoins. On parle aussi de croissance soutenable.

<https://www.oecd.org/fr/croissanceverte>

=D=

DANONE

DANONE-SOCIAL BOND



Cours

DANONE

58.720 EUR

-1.04%

FR0000120644 BN

EURONEXT PARIS

DONNÉES TEMPS

RÉEL

=E=

ESG

+

EDUCATION

L'éducation est un **droit humain** et une force pour le **développement durable et la paix**.

Chaque objectif de l'**Agenda 2030** a besoin de l'éducation pour **doter tous les individus des connaissances**, des compétences et des valeurs nécessaires pour leur **permettre de vivre dans la dignité**, de se **construire une vie** et de contribuer à leur société.

Aujourd'hui, plus de 262 millions d'enfants et de jeunes ne sont pas scolarisés. Six enfants sur dix n'acquièrent toujours pas, après plusieurs années d'études, les compétences de base en lecture, en écriture et en calcul. 750 millions d'adultes sont analphabètes, ce qui alimente la pauvreté et la marginalisation.

ESG

Ils sont pris en compte dans la **gestion socialement responsable**.

Grâce aux critères ESG, on peut évaluer l'exercice de la **responsabilité des entreprises** vis-à-vis de l'environnement et de leurs **parties prenantes** (salariés, partenaires, sous-traitants et clients).

ENVIRONNEMENT

SOCIAL

GOUVERNANCE

=F=

FINANCE VERTE

=

FINANCE
RESPONSABLE

**FINANCE
VERTE**
=
**FINANCE
RESPONSABLE**

**VISION
ETHIQUE
DE
LA FINANCE**
PERFORMANCE
+
**CRITERES
ESG**

**SOCIAL
BOND**

**FINANCE
SOLIDAIRE**

ISR

**DECARBONISATION
DES
PORTEFEUILLES**

**GREEN
BONDS**

**SOCIAL
BUSINESS**

=G=
=GREEN BONDS=

**MY NAME IS
BOND,
GREEN BOND !!!**

GREEN BOND

Une green bond, terme que l'on traduit par **obligation environnementale**, est une **émission obligataire** que lance une **entreprise**, une **organisation internationale** ou une **collectivité locale** sur les **marchés financiers** pour **financer** un **projet** ou une activité à **bénéfice environnemental**. Les green bond attirent plus particulièrement les **investisseurs responsables** qui recherchent un **double bénéfice financier et environnemental**. Ces green bond se développent particulièrement depuis 2013 en France et partout dans le monde.

<https://www.novethic.fr/>

Cours (environ) 40EUROS

BANQUE -SOCIETE GENERALE-FRANCE

LYXOR ETF NEW ENER
39.7520 EUR

(VALEUR LIQUIDATIVE AU 15.06.21 / 17:35:00)

+0.14%

FR0010524777 - Lyxor International Asset
Management S.A.S.

BANQUE CREDIT- MUTUEL-FRANCE
Cours(environ) 100 EUROS

CM-AM Green Bonds RC
101.10 EUR+0.12%

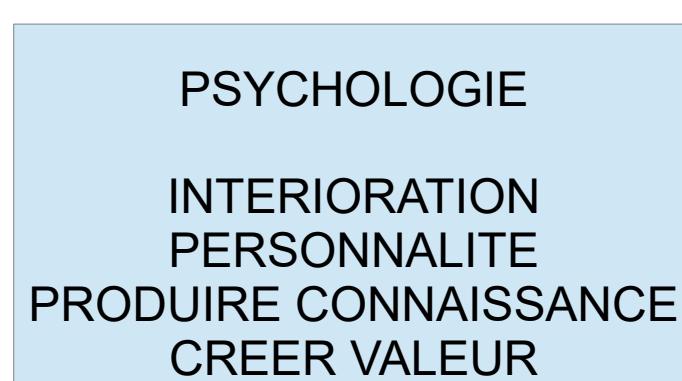
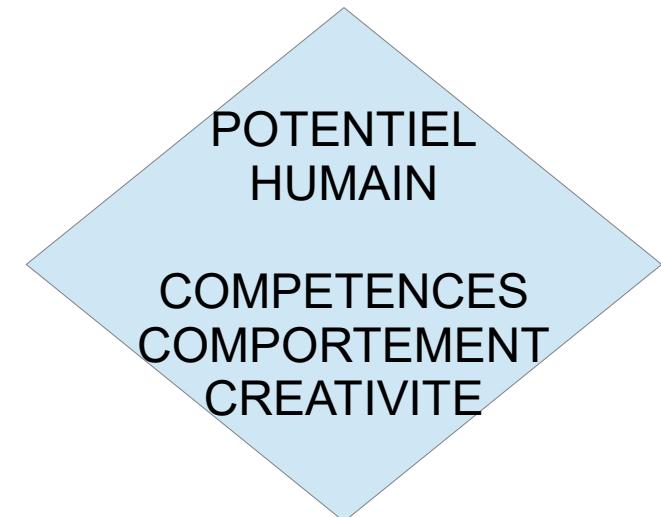
**FR0013246543 - Crédit Mutuel Asset
Management**
**OPCVM DERNIER COURS CONNU AU
09/06/2021**

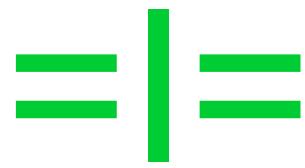
=H=

HUMAN CAPITAL

CAPITAL HUMAIN

Ensemble de connaissances, aptitudes, expériences, talents, qualités, accumulées par une **Personne**, une **organisation**, une **équipe** qui permettent de travailler pour eux -mêmes ou pour les autres.





ISR

ECONOMIE IMMATERIELLE

ISR

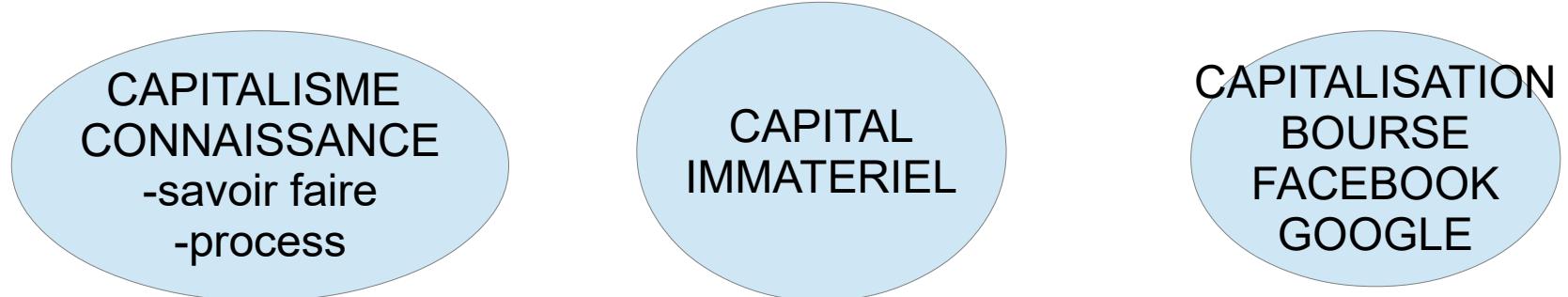
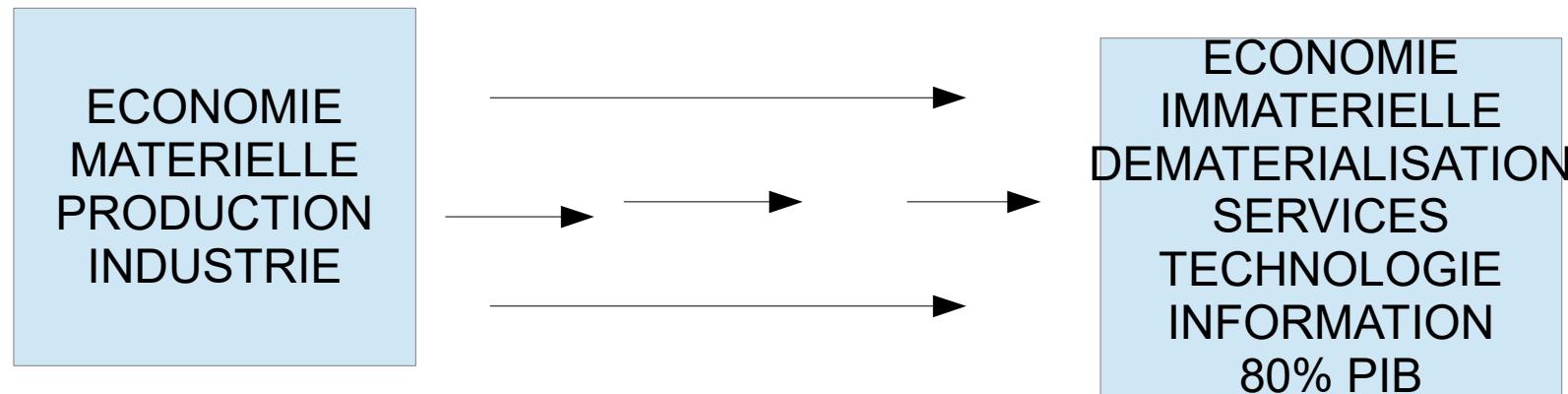
Ce sigle désigne en français ***l'investissement socialement responsable.***

Il s'agit d'une démarche visant à ***appliquer à l'investissement les principes du développement durable.***

Ainsi, le choix d'un investissement ***ne sera pas uniquement dicté par des considérations financières de court terme*** mais prendra également en compte des ***critères extra-financiers***, comme le respect de l'***environnement***, le ***bien-être des salariés*** dans l'entreprise ou la ***bonne gouvernance*** au sein de cette dernière.

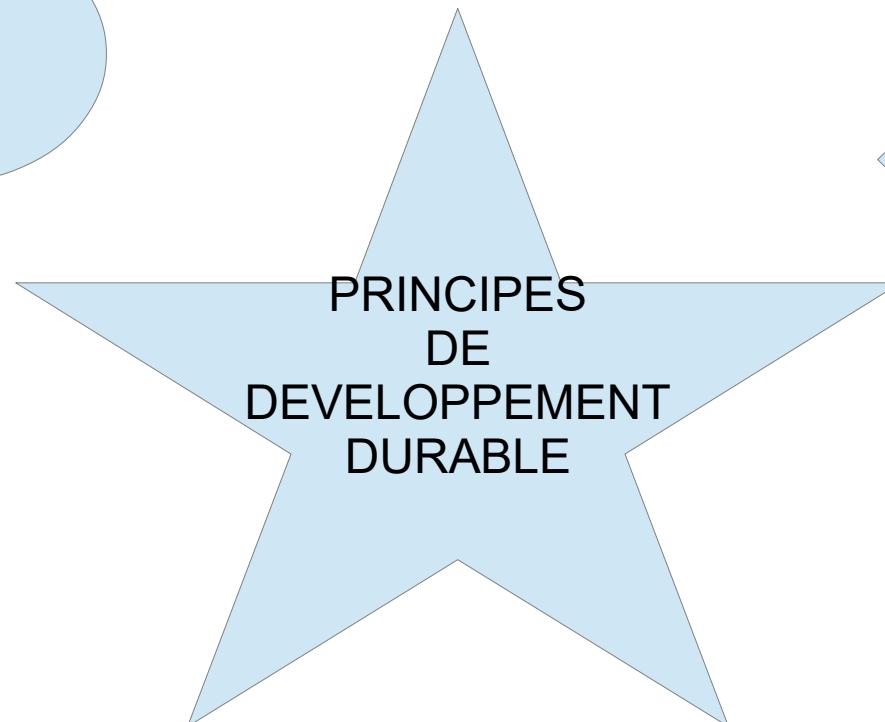
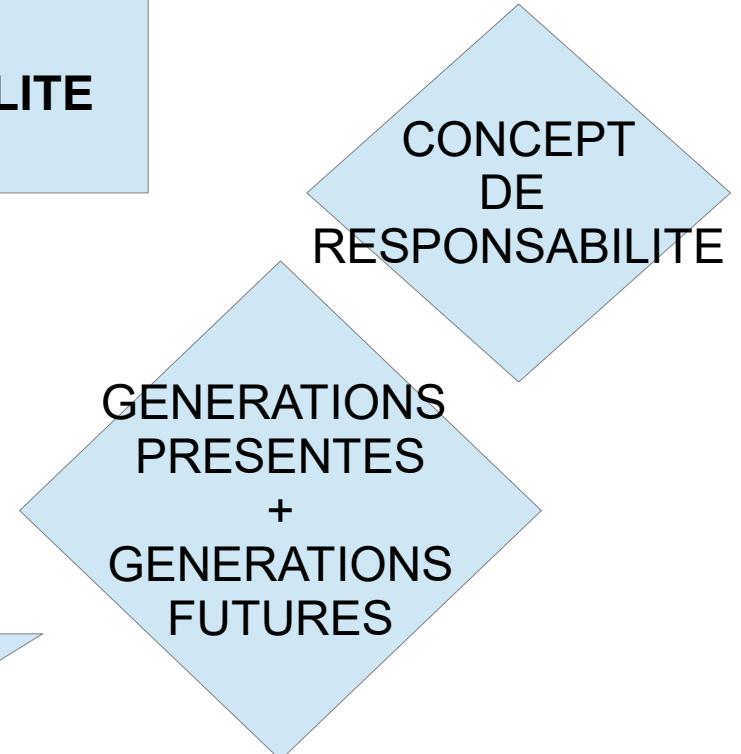


ECO IMMATERIELLE

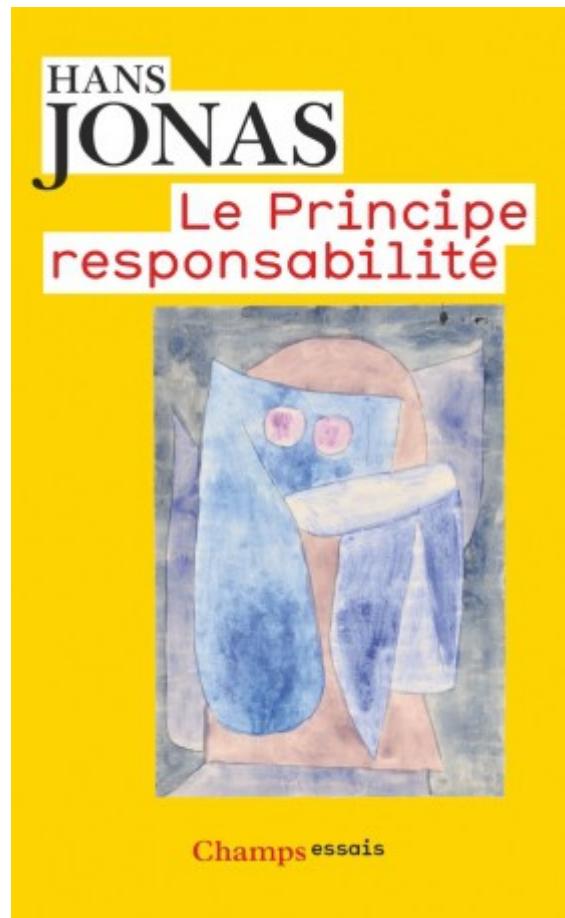


=J=

JONAS



« Agis de façon que les effets de ton action
soient compatibles avec la permanence d'une
vie authentiquement humaine sur Terre. »



=K=

KEYNES

KEYNES
(1883-1943)

ECONOMISTE LE +
INFLUENT du XX ème siècle

BRETTON WOODS
1944

INSTITUTION
BANQUE MONDIALE
FMI

THEORIE GENERALE
DE L' EMPLOI

FONDATEUR
DE LA MARCO-ECONOMIE

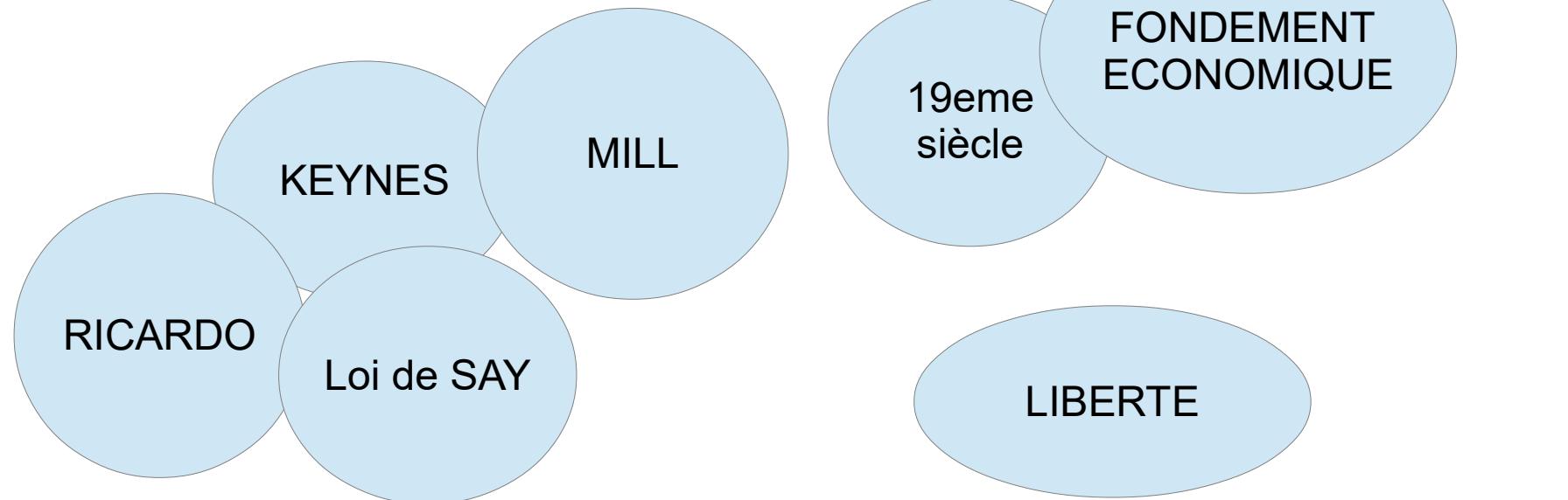
=L=

LIBERALISME

LIBERALISME ECONOMIQUE

Le libéralisme économique est l'application des principes du **libéralisme à la sphère économique**.

Cette école de pensée, dont la dénomination est associée au siècle des Lumières, estime que les libertés économiques (**libre-échange, liberté d'entreprendre, libre choix de consommation, de travail**)

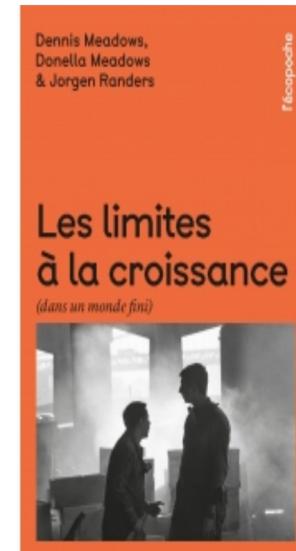


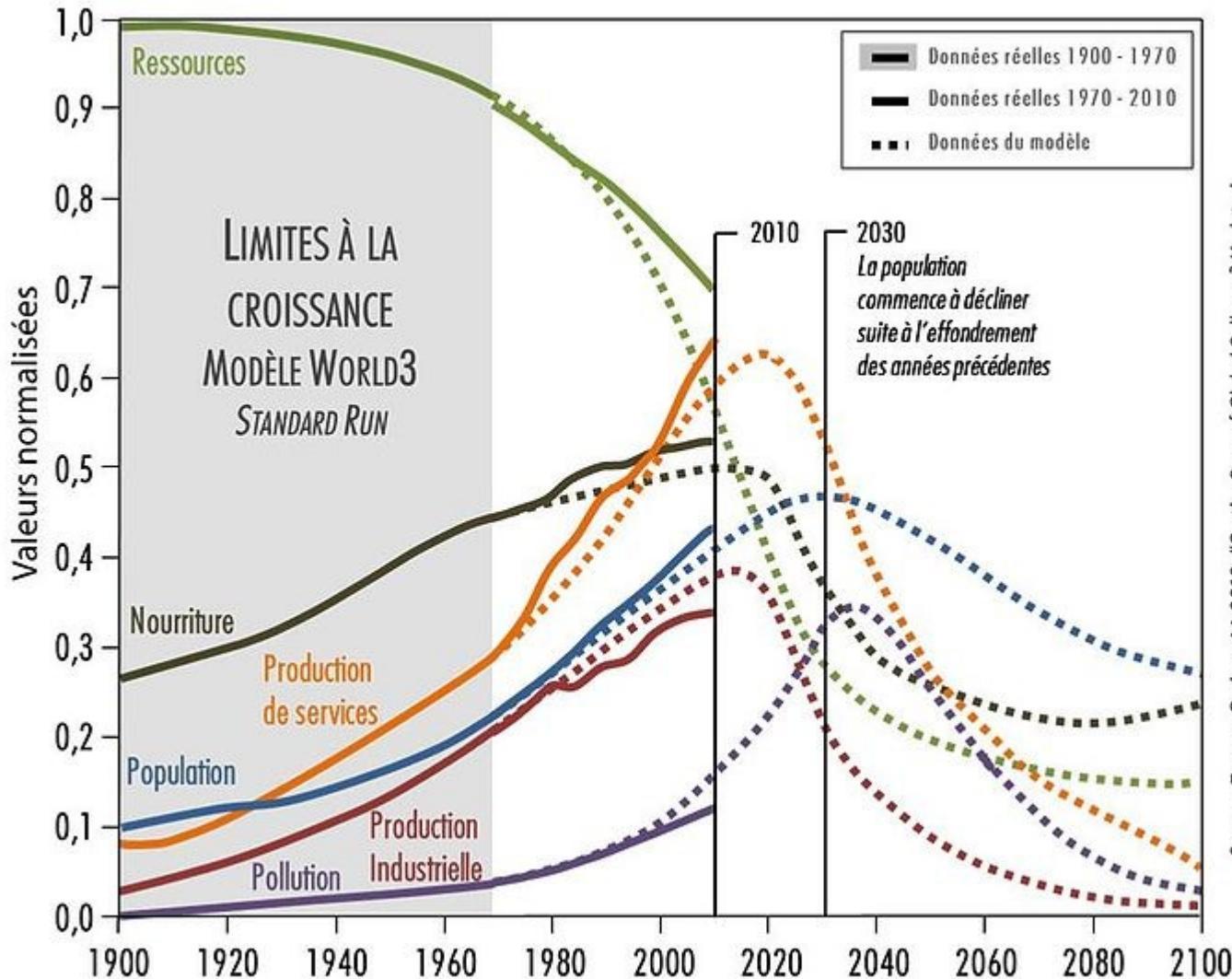
=M=

MEADOWS

Les Limites à la croissance LIVRE MEADOWS

The Limits to Growth





Source : Turner, Graham M. 2012. "On the Cusp of Global Collapse? Undated

=N=

NUMBER 15

OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

15 VIE TERRESTRE



1 ÉRADICATION DE LA PAUVRETÉ A red square containing a white icon of a family of four (two adults and two children) standing together.	2 LUTTE CONTRE LA FAIM An orange square containing a white icon of a steaming bowl of food.	3 ACCÈS À LA SANTÉ A green square containing a white icon of a heart with a pulse line underneath it.	4 ACCÈS À UNE ÉDUCATION DE QUALITÉ A red square containing a white icon of an open book.	5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES A red square containing a white icon of a male symbol (♂) and a female symbol (♀) side-by-side.	6 ACCÈS À L'EAU SALUBRE ET À L'ASSAINISSEMENT A blue square containing a white icon of a water drop falling into a glass.
7 RECOURS AUX ÉNERGIES RENOUVELABLES A yellow square containing a white icon of a sun with a power button in the center.	8 ACCÈS À DES EMPLOIS DÉCENTS A maroon square containing a white icon of a bar chart with an upward arrow.	9 INNOVATION ET INFRASTRUCTURES An orange square containing a white icon of three interlocking cubes.	10 RÉDUCTION DES INÉGALITÉS A pink square containing a white icon of an equals sign inside a circle.	11 VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES An orange square containing a white icon of several stylized buildings of different heights.	12 CONSOMMATION RESPONSABLE A gold square containing a white icon of a recycling symbol (infinity loop).
13 LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE A dark green square containing a white icon of a globe with a focus point inside an eye.	14 PROTECTION DE LA FAUNE ET DE LA FLORÉ AQUATIQUES A blue square containing a white icon of a fish swimming in front of three wavy lines.	15 PROTECTION DE LA FAUNE ET DE LA FLORÉ TERRESTRES A green square containing a white icon of a tree with three birds flying above it.	16 JUSTICE ET PAIX A blue square containing a white icon of a dove holding an olive branch next to a gavel.	17 PARTENARIATS POUR LES OBJECTIFS MONDIAUX A dark blue square containing a white icon of a flower-like shape made of interconnected circles.	 OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

NUMBER 15

**OBJECTIF
DATE
2030**

**PRESERVER LES ECOSYSTEMES
TERRESTRES**

**LUTTER
CONTRE
LA
DESERTIFICATION**

**METRE FIN
A
L 'APPAUVRISSEMENT
DE LA
BIODIVERSITE**

**GERER DURABLEMENT
LES FORETS**

=0=

17 OBJECTIFS
DEVELOPPEMENT
DURABLE-ONU.

17 OBJECTIFS DEVELOPPEMENT DURABLE- 2030-ONU-

17 objectifs pour transformer notre monde

Les objectifs de développement durable sont un appel à l'action de tous les pays – pauvres, riches et à revenu intermédiaire – afin de promouvoir la prospérité tout en protégeant la planète. Ils reconnaissent que mettre fin à la pauvreté doit aller de pair avec des stratégies qui développent la croissance économique et répondent à une série de besoins sociaux, notamment l'éducation, la santé, la protection sociale et les possibilités d'emploi, tout en luttant contre le changement climatique et la protection de l'environnement.

=P=

PAYS BAS



PAYS -BAS

TRANSPORT
ROTTERDAM

PIB PAR HABITANT
52,000 EUROS

INDUSTRIE
=
CHIMIE
RAFFINERIE
TECHNOLOGIE

TERTIAIRE
=
BANQUE
FINANCE
ASSURANCE

ELEVAGE
PECHE
AGRICULTURE

OPTIMISATION
FISCALE

PARADIS FISCAL-
SOCIETE AMERICAINE AYANT UNE
BOITE AUX LETTRES N AYANT
PAS ACTIVITES REELLES
DANS LE PAYS

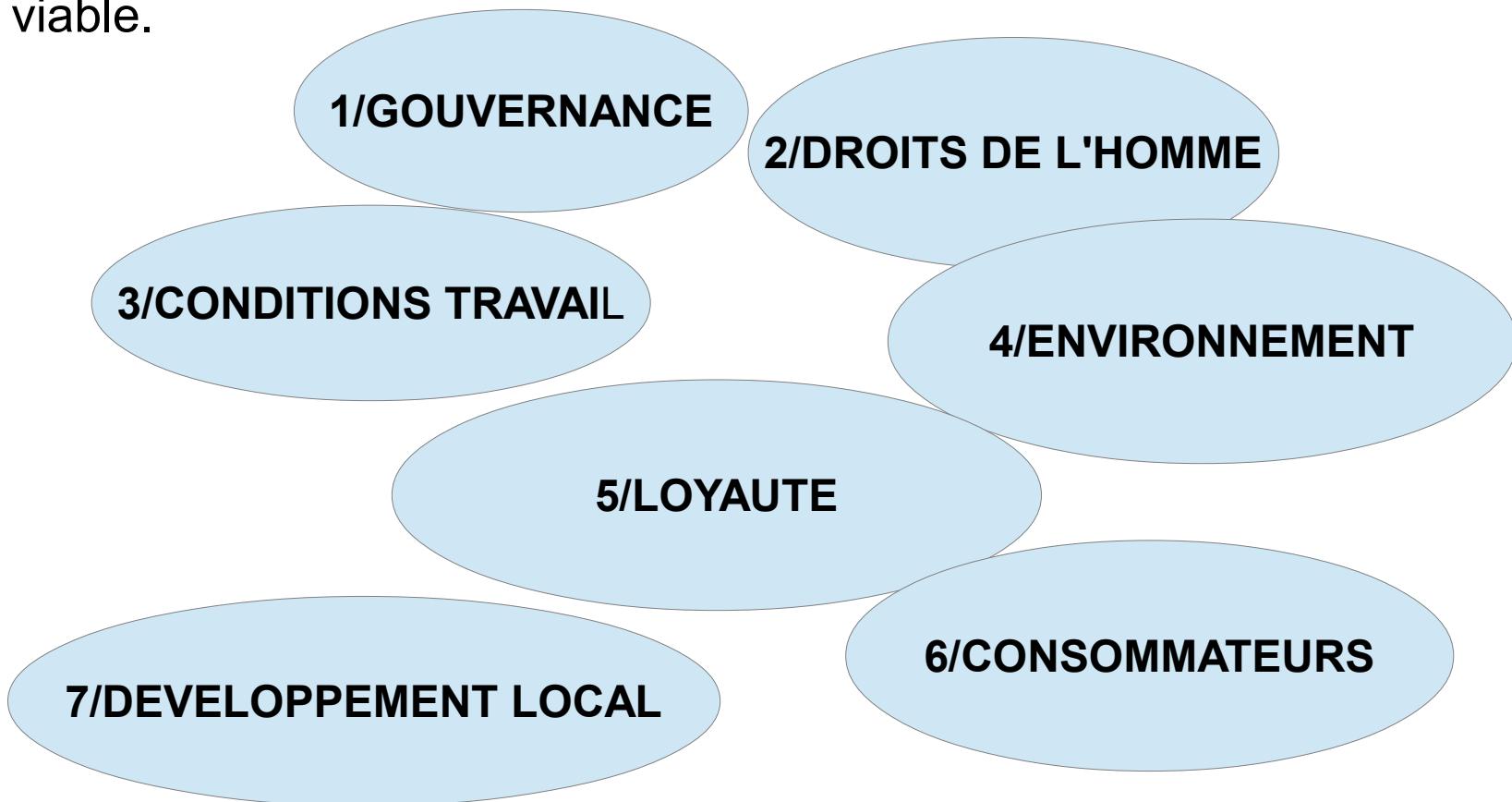
=Q=

=R=
RSE
RIFKIN-NEWDEAL
VERT

RSE

La contribution des entreprises aux enjeux du développement durable.

Une entreprise qui pratique la RSE va donc chercher à avoir un **impact positif** sur **la société** tout en étant économiquement viable.



J-RIFKIN-NEW DEAL GREEN.

CONSEILLER
UNION
EUROPEENNE

CONSEILLER
ECONOMIQUE
HAUTS-DE-FRANCE

BANQUE VERTE

INVESTISSEMENT
FOSSILE

INV. ENERGIE VERTE

REVOLUTION
ENERGETIQUE

ZERO CARBONE

SOLAIRE-EOLIEN-NUMERIQUE

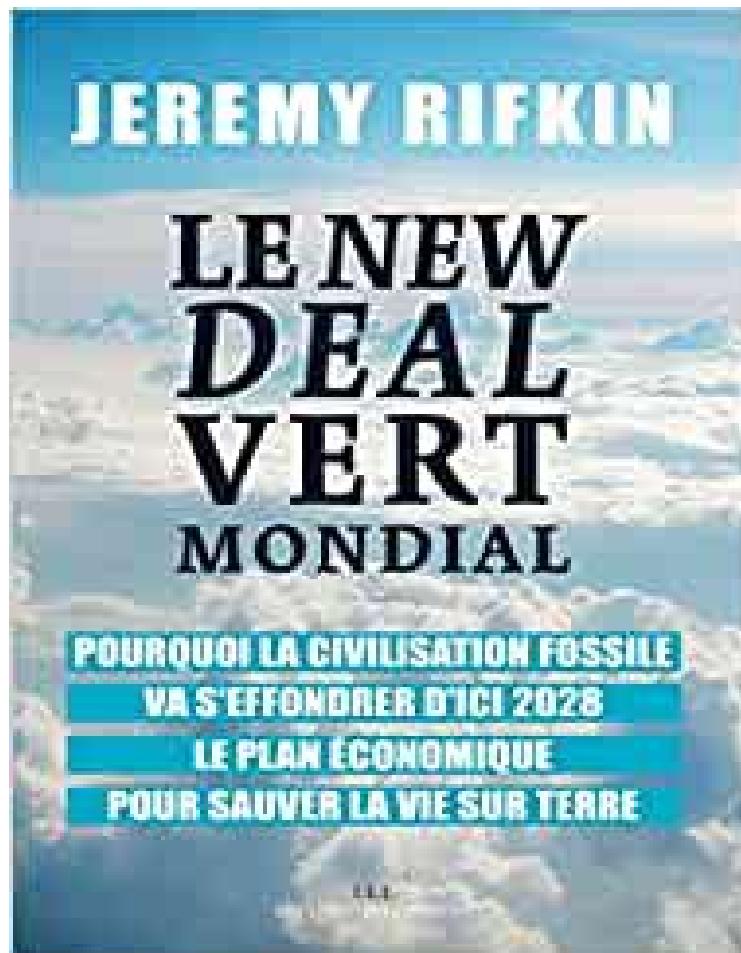
TECHNOLOGIE

EFFONDREMENT DE LA CIVILISATION
INDUSTRIELLE FONDEE
SUR LES FOSSILES

ELECTRICITE BON MARCHE

METAMORPHOSE ECONOMIE

BATAILLE CLIMAT



Hauts-de-France : 650 millions d'euros pour l'économie décarbonée
Le mouvement Rev3, accélérateur de *la troisième révolution industrielle* dans les Hauts-de-France, met le turbo pour accélérer sa transition vers l'économie décarbonée. Le nouveau dispositif Rev3 Financement va mobiliser la coquette somme de 650 millions Eu.

Rev3 a besoin de changer de dimension et d'ambition », lance Philippe Vasseur, à l'initiative de ce projet de troisième révolution industrielle en Hauts-de-France. Cet homme de tous les réseaux, notamment ancien commissaire spécial à la ré-industrialisation des Hauts-de-France d'un certain Emmanuel Macron alors ministre de l'Economie, et par ailleurs organisateur **du World Forum**, rendez-vous international **des acteurs de la responsabilité sociétale depuis 2007**, avait réussi un coup phénoménal en 2012 : convaincre l'ancien président socialiste du conseil régional, Daniel Percheron, de faire du Nord-Pas-de-Calais le premier territoire régional d'expérimentation au monde de la troisième révolution industrielle.

Huit ans déjà que **Jeremy Rifkin**, prospectiviste américain, avait lancé une « roadmap » de la transition énergétique à un parterre d'acteurs institutionnels et économiques régionaux... plutôt dubitatifs. « C'est aujourd'hui, le meilleur projet en Europe », confirme l'intéressé **par vidéo dans l'un des webinaires de Rev3**. S'il n'a pas délivré plus d'éléments de comparaison, **Jeremy Rifkin ne manque jamais de parler de cette région du Nord de la France dans toutes ses conférences à travers le monde-** JOURNAL-LA TRIBUNE 17/12/20

• <https://rev3.fr>

- Politiques, Entreprises, Universités, Chercheurs,
- clusters, associations, citoyens.

→ **CHANGER LA MANIERE de :**

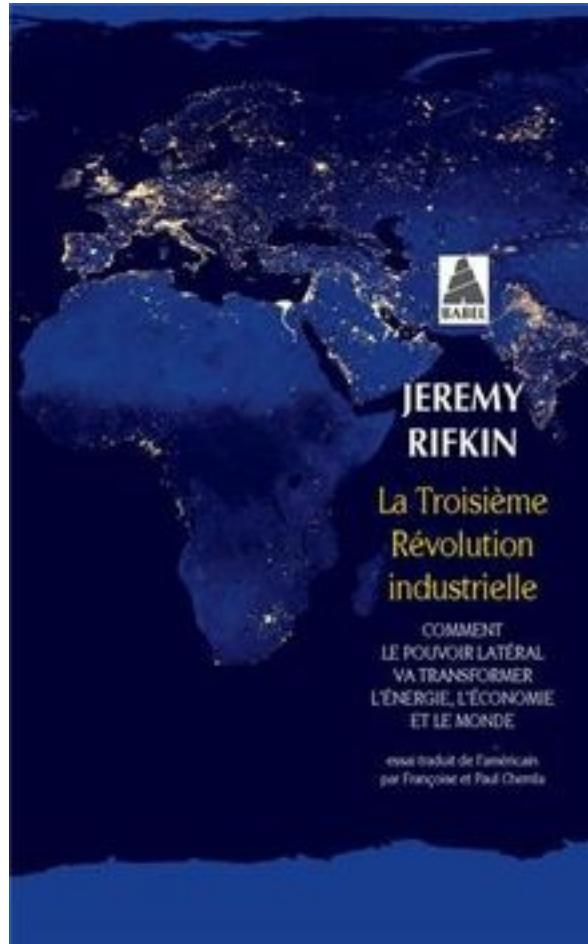
-PRODUIRE (+ responsable.)

-CONSOMMER

-ECHANGER-COMMUNIQUER

-NOUS DEPLACER

-LOGER



JEREMY RIFKIN

LA NOUVELLE
SOCIÉTÉ
DU COÛT
MARGINAL ZÉRO

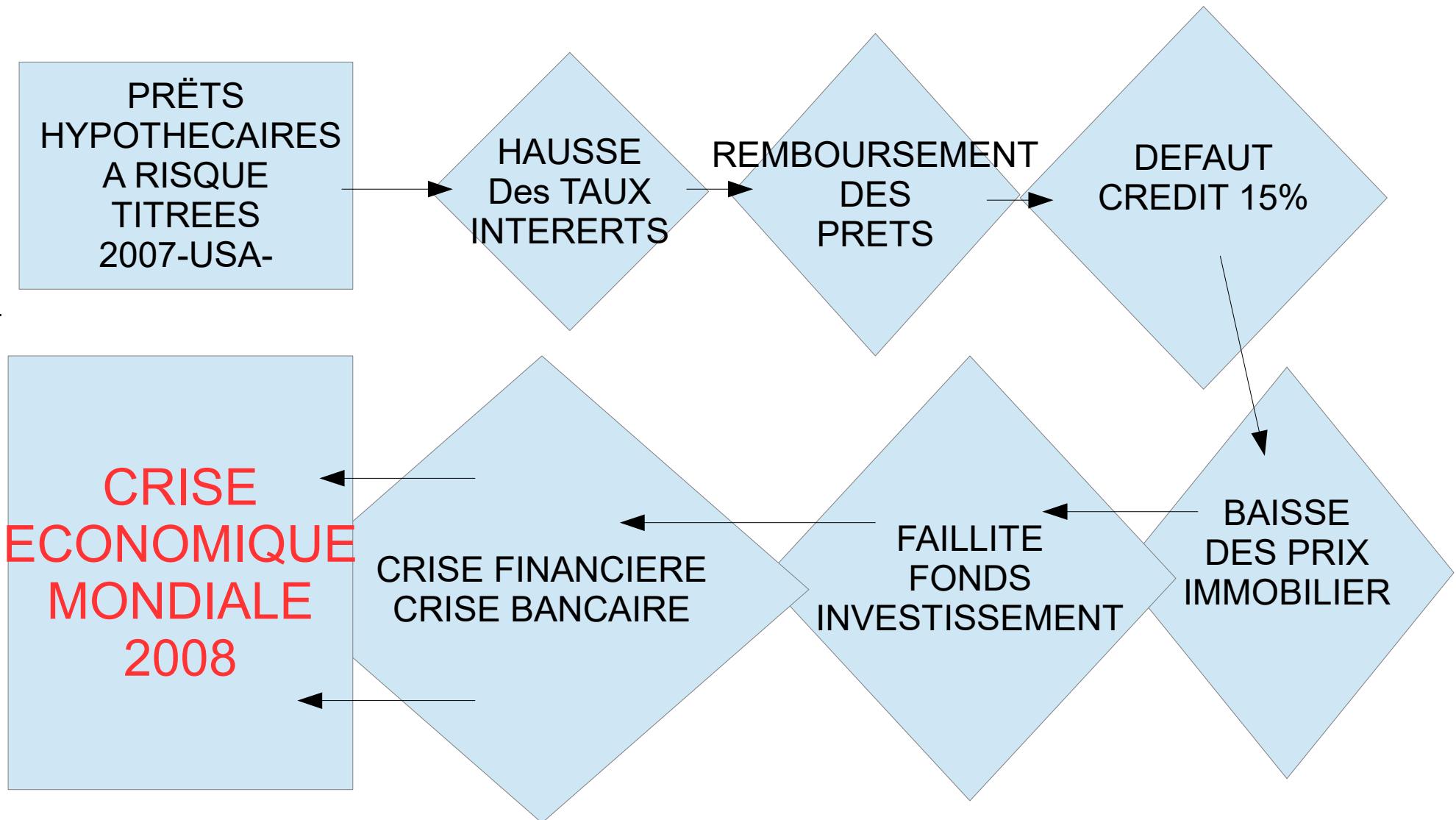
L'INTERNET DES OBJETS
L'ÉMERGENCE DES COMMUNAUX
COLLABORATIFS
ET L'ÉCLIPSE DU CAPITALISME

LL.L
LES LIENS QUI LIBÈRENT

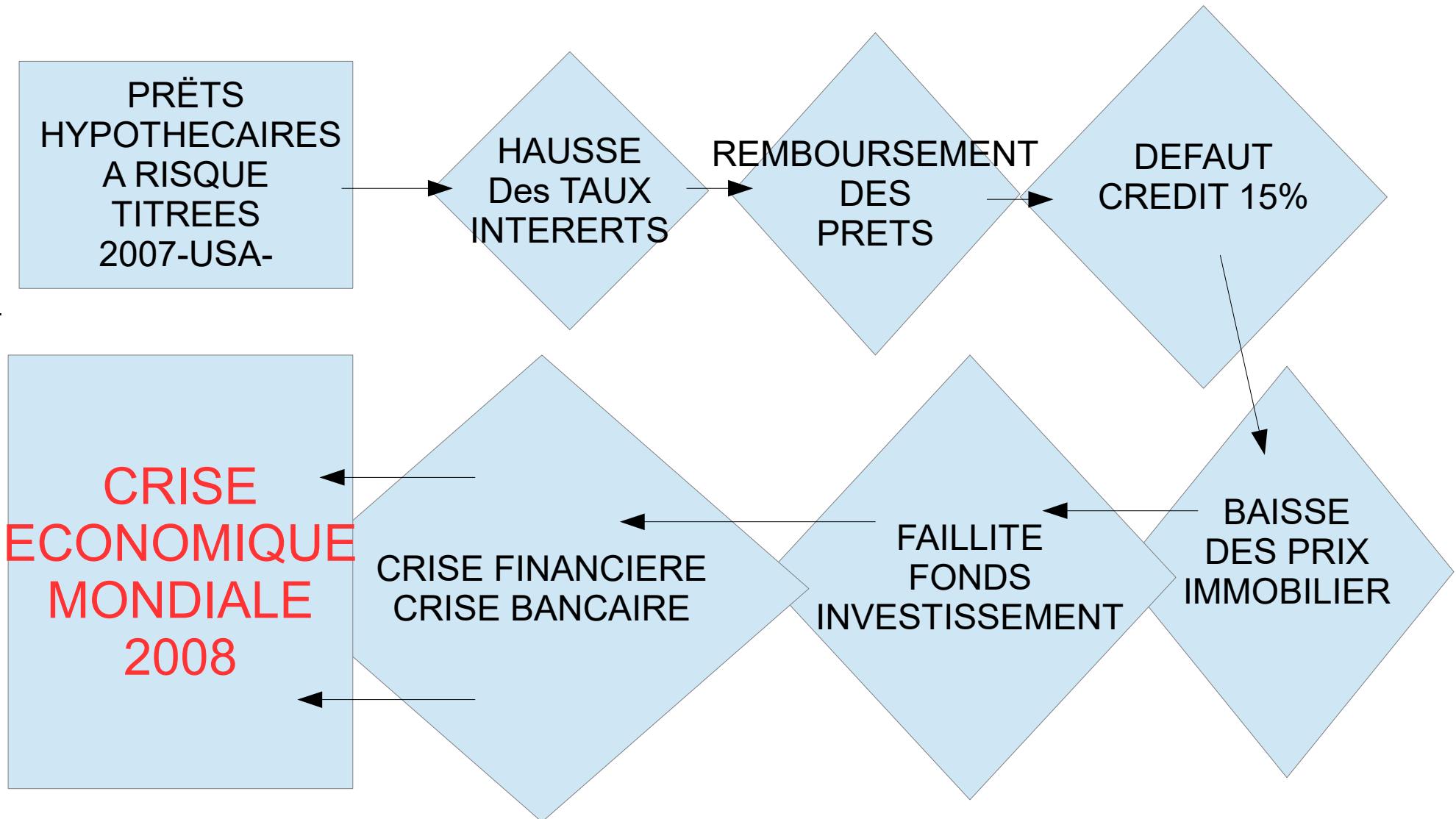
=\$\$\$=

SUBPRIME
SOCIAL BONDS
EUROS-££\$-\$\$\$

SUBPRIME CRISIS 2007-08



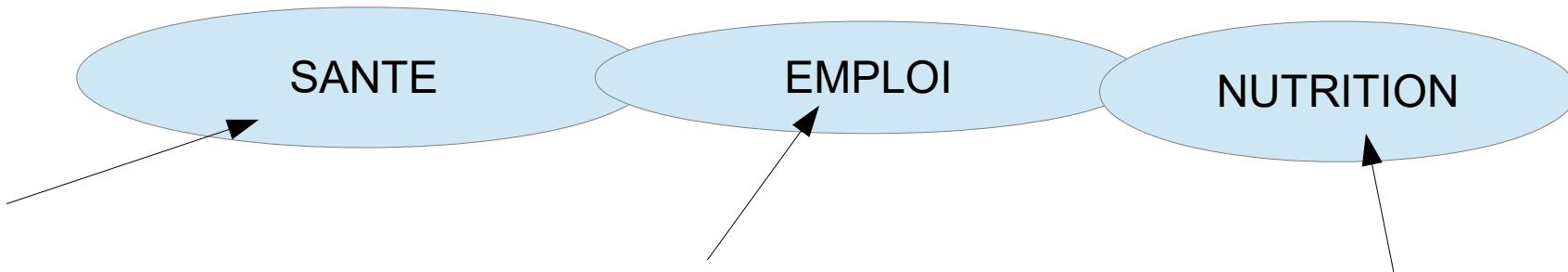
SUBPRIME CRISIS 2007-08



Un social bond est une obligation qui finance exclusivement des projets créant un **impact social positif** sur une (ou des) population(s) cible(s).

Histoire des Social Impact Bonds

C'est au **Royaume-Uni** qu'ont été émis les premiers SIB en **2010**. Le Ministère de la Justice de Jack Straw a annoncé le lancement d'un plan de Social Impact Bonds de 6 ans, afin de financer un programme de réhabilitation des prisonniers condamnés à de faibles peines. Ce projet a été accueilli comme une solution potentielle aux manques de liquidité du trésor public dans le financement de l'action sociale, et plusieurs acteurs dans le monde (notamment des collectivités publiques) ont commencé à s'intéresser à la question. Dans plusieurs pays du monde, des formes plus ou moins similaires de Social Impact Bonds ont commencé à émerger. Mais à l'heure actuelle, le principe n'en est qu'à ses débuts.



SOCIAL BOND(environ)
=100 EUROS

CREDIT MUTUEL

FR0013450822

social bond CREDIT MUT

Cours

(environ)

=

100 EUROS)

Amundi Social Bonds P C

98.72 EUR-0.03%

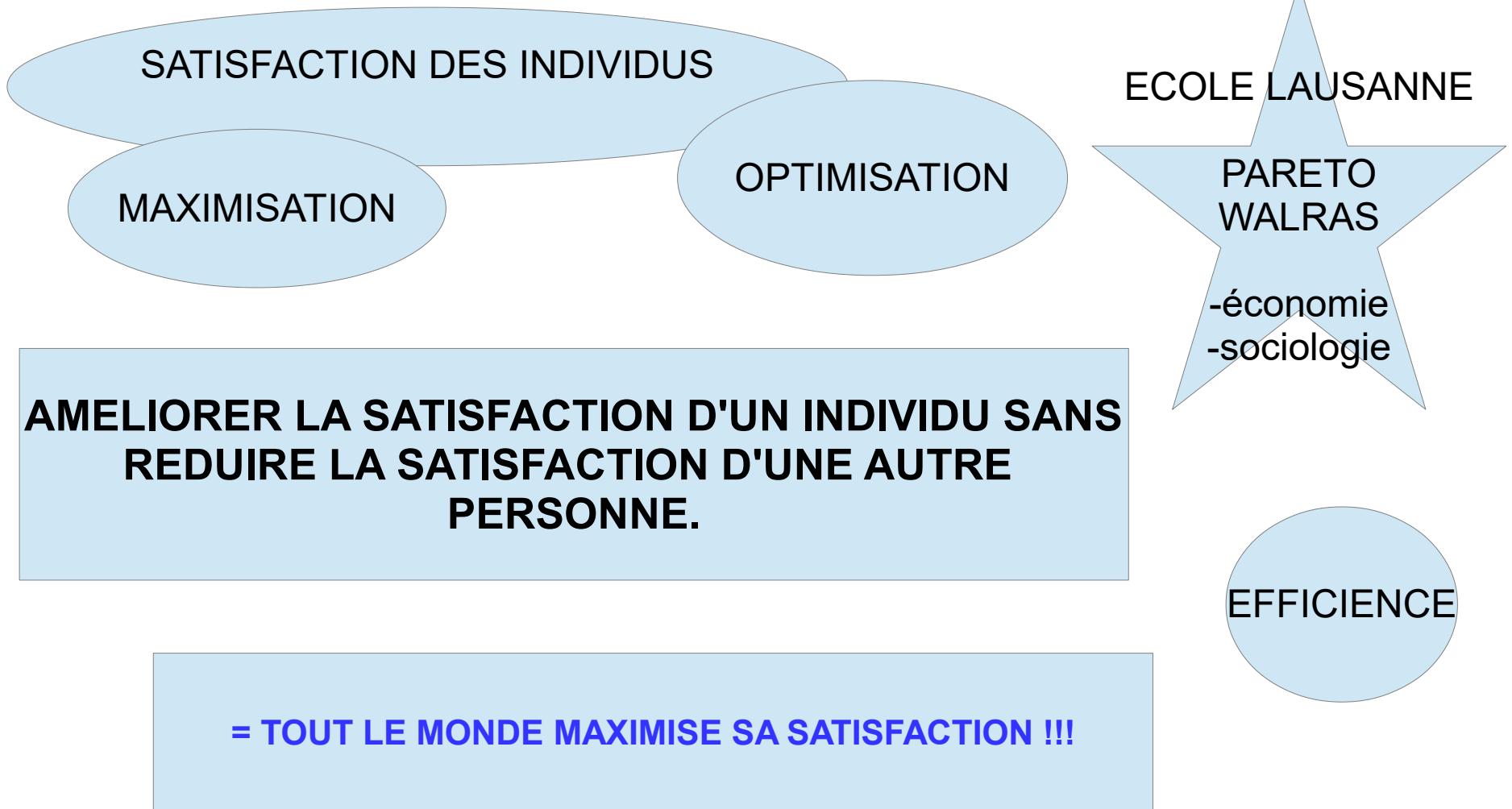
FR0013531266 -

OPCVM DERNIER COURS CONNU AU

=T=

THEORIE
DU BIEN ETRE

OPTIMISATION BIEN ETRE



=U=

UTILITE

UTILITE ECONOMIQUE

UTILITE MESURE

BIEN ETRE

BESOIN
*(physiologique, matériel
Immatériel)*

**SATISFACTION
OBTENUE
PAR
LA CONSOMMATION
BIENS et
SERVICES**

**UTILITE
SOCIALE**

W. PARETO

=V=

VALUE EQUITY

Value equity =

Capitalisation boursière

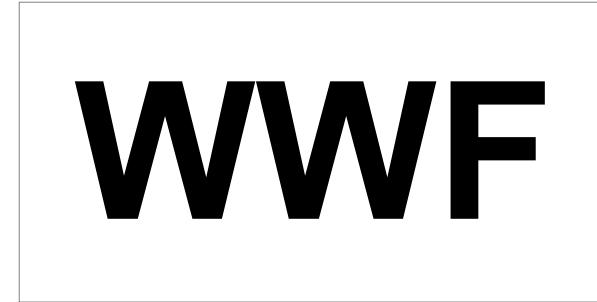
+ juste valeur de toutes les options d'achat d'actions (dans la monnaie et hors de la monnaie), calculée à l'aide de la formule de Black-Scholes ou d'une méthode similaire

+ Valeur des titres convertibles supérieure à ce que les mêmes titres seraient évalués sans l'attribut de conversion



=W=
WWF

ONGI



CREEE EN
1961

PROTECTION
ENVIRONNEMENT

6
MILLIONS
ACTEURS
Dans le
MONDE

FONDS
MONDIAL
Pour la
NATURE

DEVELOPPEMENT
DURABLE

1/ REGLEMENTATION
INTERNATIONALE

2/ ETUDE SCIENTIFIQUE

3/ RESTAURATION ESPACE
RESTAURE

4/ FORMATION-EDUCATION

=Y=

YUNUS

YUNUS

Prix NOBEL PAIX-
2006

GRAMEEN BANK

Professeur
ECONOMIE
UNIVERSITE
CHITTAGONG

YUNUS et la GRAMEEN BANK propose des
PRETS LONGS TERMES à des porteurs
de projets pauvres, qui ne peuvent accéder aux
prêts bancaires classiques.

Développement
Économique
social

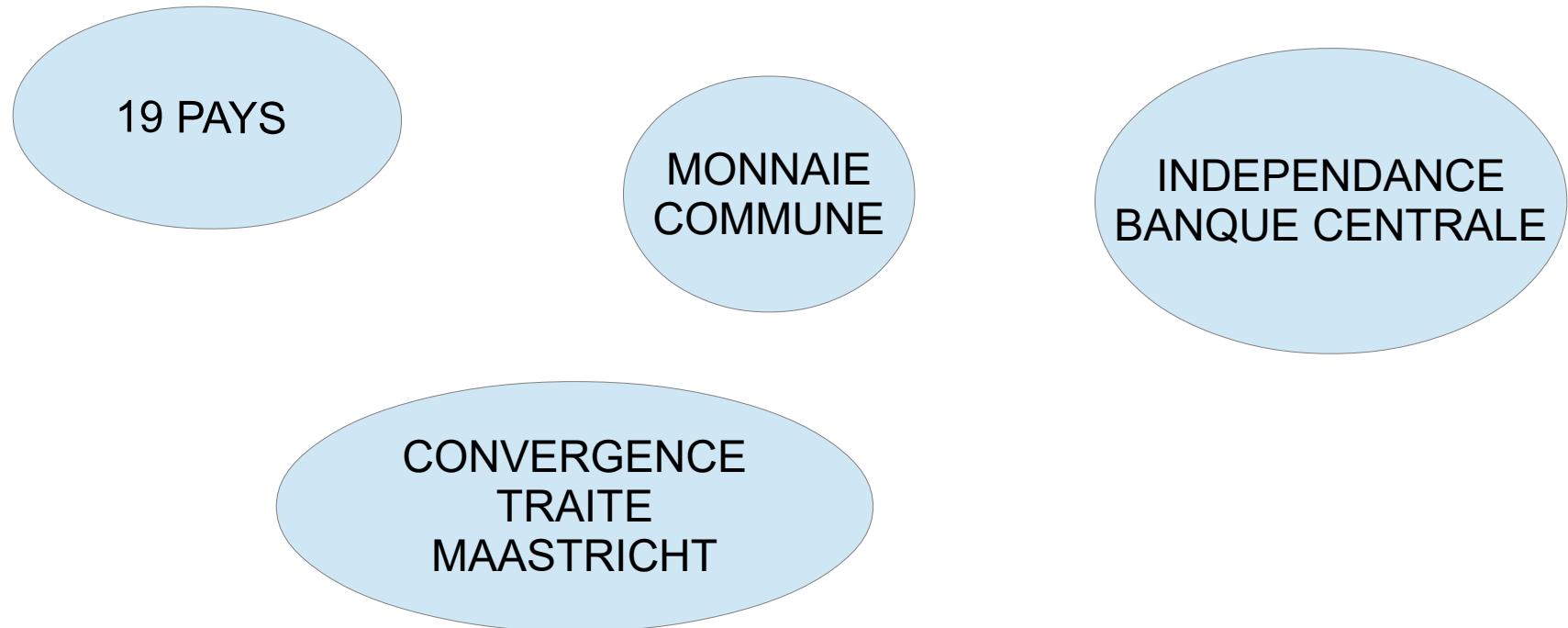
Lutter contre
La famine

BANQUIER
Des pauvres

=Z=

ZONE EURO

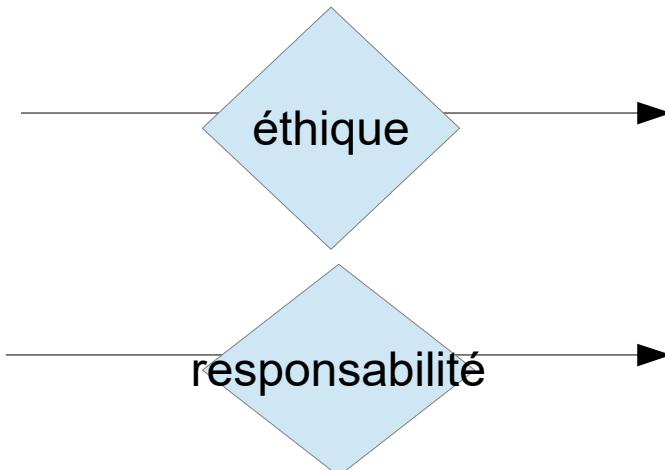
Zone EURO



Les 19 États membres constituant la zone euro sont : l'Allemagne, l'Autriche, la Belgique, Chypre, l'Espagne, l'Estonie, la Finlande, la France, la Grèce, l'Irlande, l'Italie, la Lettonie, la Lituanie, le Luxembourg, Malte, les Pays-Bas, le Portugal, la Slovaquie et la Slovénie.

CONCLUSION

CRISE SUBPRIME
CRISE FINACIERE
2007-2008



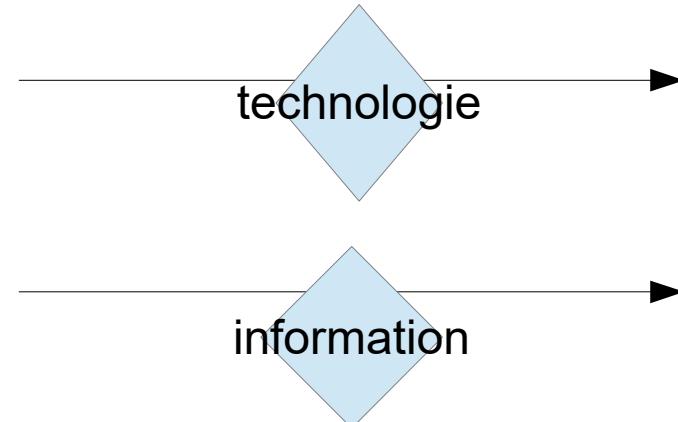
FINANCE
VERTE
=
FINANCE
RESPONSABLE

ECONOMIE
INDUSTRIELLE
ENERGIE
FOSSILE



ECONOMIE
DURABLE
ENERGIE
VERTE

ECONOMIE
MATERIELLE



ECONOMIE
IMATERIELLE
CAPITALISME de la
CONNAISSANCE

THEORIES DES 3 R en ECONOMIE - Gillis.

1/ RETOUR = BELGIQUE en
CASH.

2/ RETURNS = USA=
FINANCE.

3/ RECIPROQUE =
FRANCE = ECONOMIE.

LA BONNE ECONOMIE .

« BONA OECONOMICA VERIDIS » GILLIS

« SUMMUN BONUM » -ARISTOTE

ECONOMIE GAGNE EN VALEUR
= PORTER =AVANTAGE CONCURRENTIEL VERT

- 1/ BUSINESS- VALUE COST.
- 2/ SOCIETE-VALUE PARTNERS.
- 3/ L'ENVIRONNEMENT-VALUE CUSTOMER.

UNIVERSITE DE LUND-SUEDE.

Ainsi, pour une entreprise qui s'efforce d'écologiser ses opérations,

il existe trois options stratégiques clés=

1/Un, rendant la production allégée et verte, et créant ainsi un avantage de coût.

2/Deuxièmement, aller au-delà des exigences légales actuelles pour ajouter de la valeur employés, investisseurs et autres parties prenantes.

3/ Et troisièmement, marquer les produits avec des arguments environnementaux pour augmentation de la valeur client.

De plus, on peut penser à réorganiser le business model pour

laisser les clients louer le produit.Cela peut donner l'occasion de combiner des améliorations environnementales,tels que des produits durables et évolutifs.Cela augmente la valeur de l'entreprise

C'est quelque chose qui sera plus courant à l'avenir.Avec les grandes transformations environnementales auxquelles notre société est confrontée aujourd'hui, il y aura de nombreuses opportunités pour utiliser le verdissement pour obtenir des avantages concurrentiels ou soutenir des modèles commerciaux. Bien que n'ayant pas toujours été considéré comme un enjeu stratégique, en entreprise,aujourd'hui, la stratégie environnementale relève clairement du conseil d'administration.

	BONNE ECONOMIE	
	AGRICULTURE BIO -LOCALE	
	MANAGEMENT EQUITABLE	
	FINANCE VERTE	
	TRANSPORTS GRATUITS	
	LOGEMENT EN BOIS	
	ENERGIE VERT -BLEU	
	EDUCATION WORLD	
	ROBOT pour le BRUN	
	MEDECINE	
	IMMATERIELLE	

EXAMPLE= GREEN BOND.

1/ LA FINANCE VERTE= TOUT EST BON dans le GREEN BOND !

A/ ACHAT D UNE OBLIGATION VERTE D UNE VALEUR FINANCIERE DE 100 EUROS. C'EST un placement non risque, certain, peu spéculatif- Il permet de faire un placement de réserve. UTILE.

B/ Il est BON pour l'économie car il permet de financer l'économie BAS CARBONE. Il va respecter les critères ISR et ESG. C'est un placement BON pour la société. Placement ETHIQUE.

C/Il écologise l'économie. Il permet de financer la transition énergétique et écologique. Le Green BOND finance le NEW GREEN DEAL.
En diminuant la pollution , il soigne la planète et participe= Placement BIEN ETRE= une économie en Harmonie avec la NATURE.

ECONOMIE IMMATERIELLE EPICURE BAS – CARBONE

Définition

Immatérielle = Qui n'a pas de consistance corporelle.

Synonymes = Incorporel-Spirituel.

Contraires = Corporel-matériel.

Tout objet immatériel (donnée, information, idée, théorie) a nécessairement un support matériel. Mais le support n'a plus aucun intérêt et ne fait aucunement partie de la valeur de l'objet immatériel.

LAURENT HABIB - LA FORCE DE L'IMMATÉRIEL-PUF retrace les générations de création de valeur dans l'histoire du capitalisme =1-économie industrielle-2-économie de marché-3-économie de services-4-économie de fonctionnalité-5-économie quaternaire-6-économie collaborative.

MARC HALEVY= « L'économie immatérielle débute lorsque le contenu immatériel (la forme) d'un objet a beaucoup plus de valeur que son support (sa substance). »

Croissance de la production immatérielle-décroissance de la société de consommation.

Vers une économie de croissance qualitative de haute valeur.

Une idée peut créer de la valeur économique mais ne pollue pas -neutre en carbone.

LES ECHOS-MARS 2014=« *la dématérialisation de l'économie est le résultat d'une double dynamique. Premièrement, la montée en puissance des services dans nos économies développées, qui représentent environ 80 % du PIB . »*

« *or dans l'économie de l'immatériel, le capital est essentiellement organisationnel :l'ensemble des processus et le savoir-faire de l'entreprise. »*

***Déclaration de **M. Thierry Breton**, ministre de l'économie, des finances et de l'industrie, sur le développement de la croissance par l'économie des services et de l'immatériel, Bercy le 4 décembre 2006.

« *L'économie « post industrielle », c'est l'économie des services et de l'immatériel.*

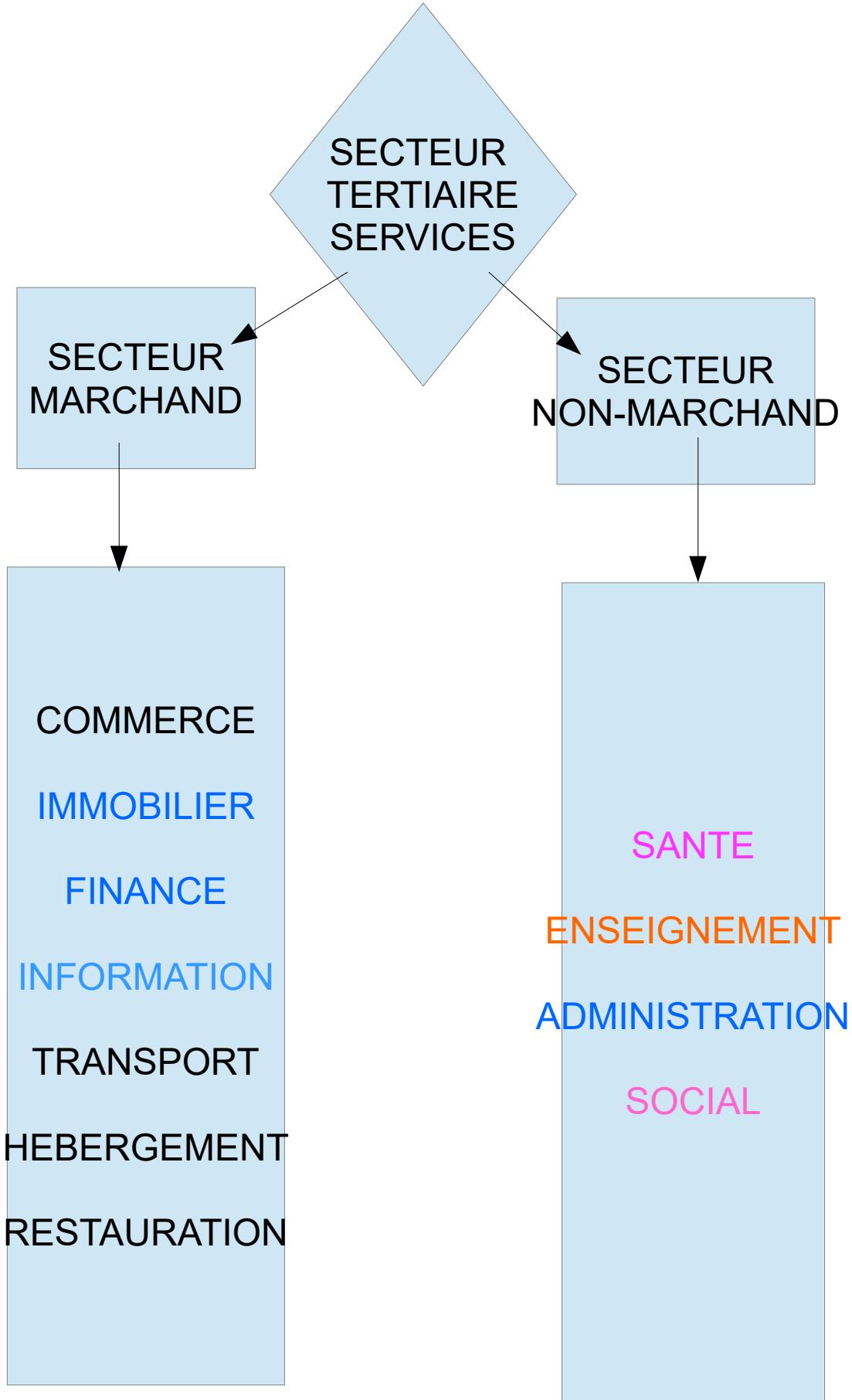
Parce que dans l'économie d'aujourd'hui, l'immatériel est le facteur de croissance le plus prometteur, le plus porteur, le plus essentiel.

En réalité, et sans toujours en prendre conscience, une grande partie de l'économie française, européenne, mondiale est entrée, depuis une quinzaine d'années dans ce nouvel univers de l'immatériel.

Un univers où l'innovation, la connaissance, le savoir-faire, la technologie sont au cœur de la création de richesses, et deviennent aussi essentielles que les facteurs physiques de la croissance (les ressources naturelles, les usines, ...). »

Source:

<https://www.vie-publique.fr/discours/164553-déclaration-de-m-Thierry-breton-ministre-de-l-economie-des-finances-e>



1/L'Entreprise:

A/ La relation de service.

1/ l'informationnel. A côté des informations formalisées, s'échangent des informations non formalisées par l'intermédiaire du corps de chaque acteur mobilisant un ou plusieurs des cinq sens des êtres humains.

2/ le contractuel. A côté de contrats formels, la relation engage des conventions, des systèmes de droits et de devoirs tacites, contribuant à l'instauration d'un climat de confiance.

3/ le social. La compréhension de l'autre s'opère à travers la représentation sociale de chaque acteur.

4/ le technique et professionnel. Le bénéficiaire est amené à mobiliser des compétences qui entrent en résonance avec celles du prestataire, afin de coopérer avec ce dernier ;

5/ le psychique. L'activité se réalise sous le regard de l'autre, dans le dialogue à l'autre, engageant une activité de transfert et de contre-transfert.

B/ La marque .

****EXEMPLE CHANEL.

La notoriété à travers le monde= maison de couture Française.

1ère MARQUE FRANCAISE-

La marque CHANEL représente 66% de la valeur entreprise.

LE FIGARO-2018=

L'image de CHANEL à travers la publicité, le marketing, la communication.

«La société indique par ailleurs que **1,25 milliard d'euros** ont été alloués l'an passé à la publicité et la promotion (+14,5 %) »

CHIFFRE AFFAIRE CHANEL .

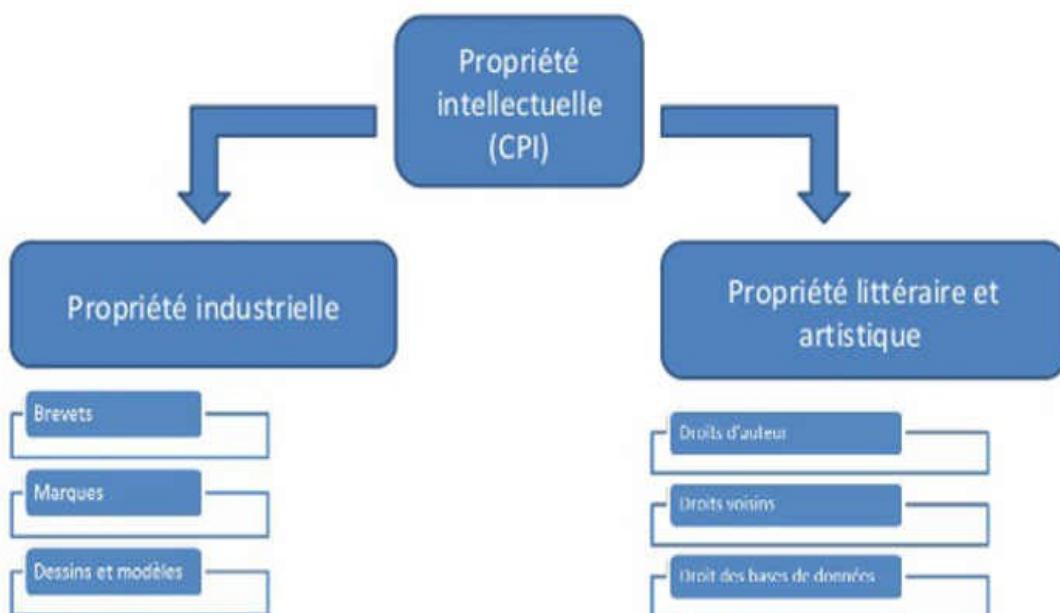
2018- 18 milliards

2019- 11 milliards

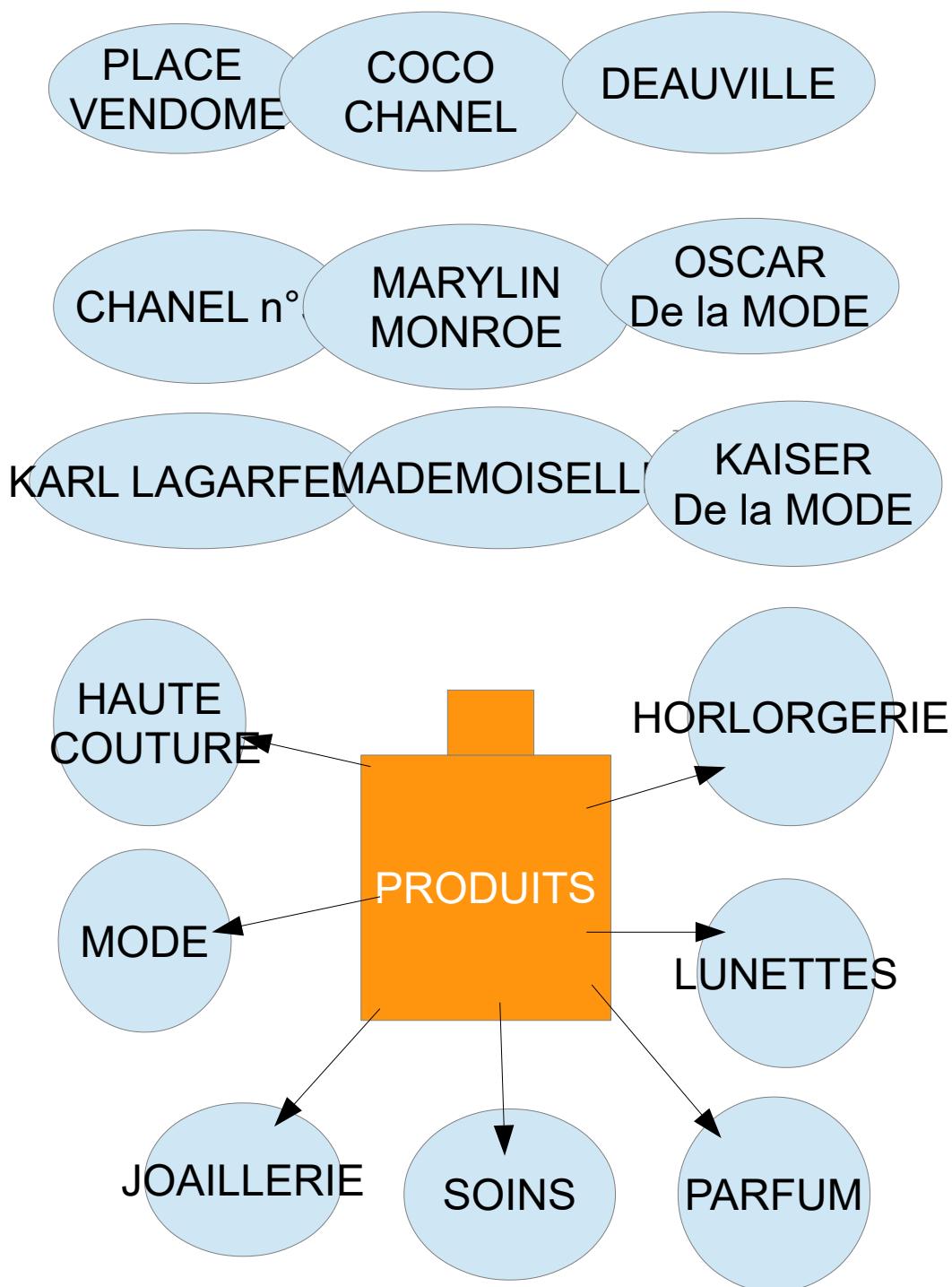
2020- 20 milliards

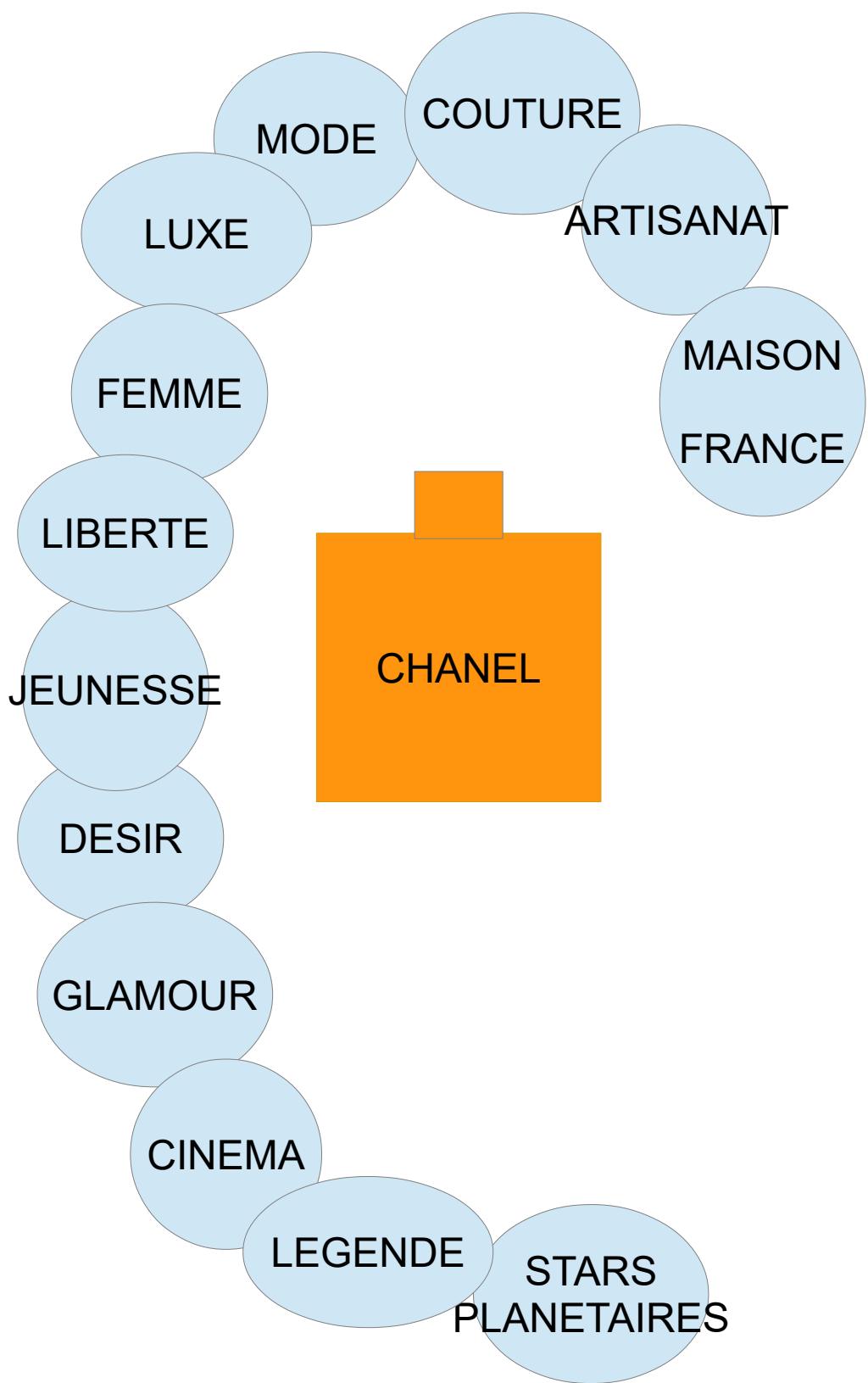
C/ Le droit de la propriété intellectuelle.

Le Droit d'auteur ?
La Propriété intellectuelle ?



CHANEL MARQUE





2/ COMPTABLITE de L' ENTREPRISE

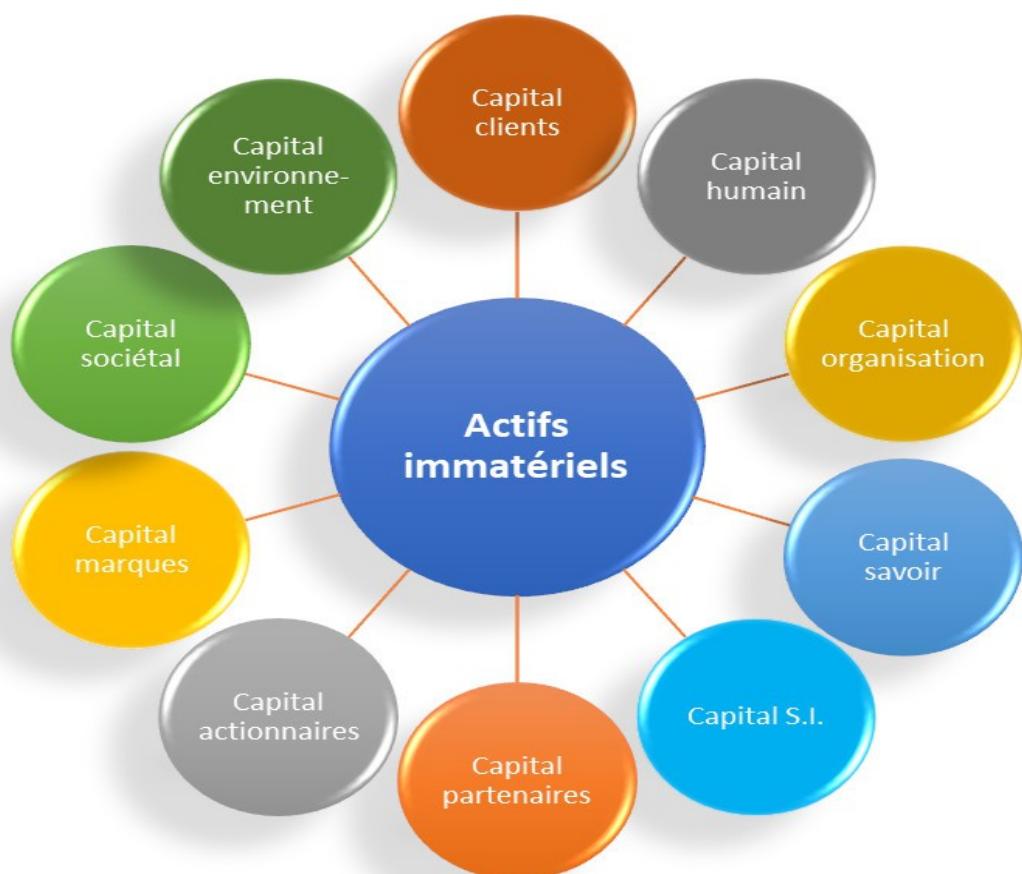
COMPTE IMMATERIEL.

BIEN IMMATERIEL.

C'est un bien non tangible, qui n'est pas physique.

Par exemple = un morceau de musique, une photo dans un monde numérique, films en ligne, réseaux sociaux, blog (NUMERIQUE).

CAPITAL IMMATERIEL.



CAPITAL INTELLECTUEL
CAPITAL COGNITIVISTE
1963-1964 CAPITAL HUMAIN

MICRO-économie
MACRO-économie
SCHULTZ +BECKER

CAPITAL INTELECTUEL-L-**EDVINSSON-SUEDE-UNIVERSITE DE LUND.**

• Le capital humain=

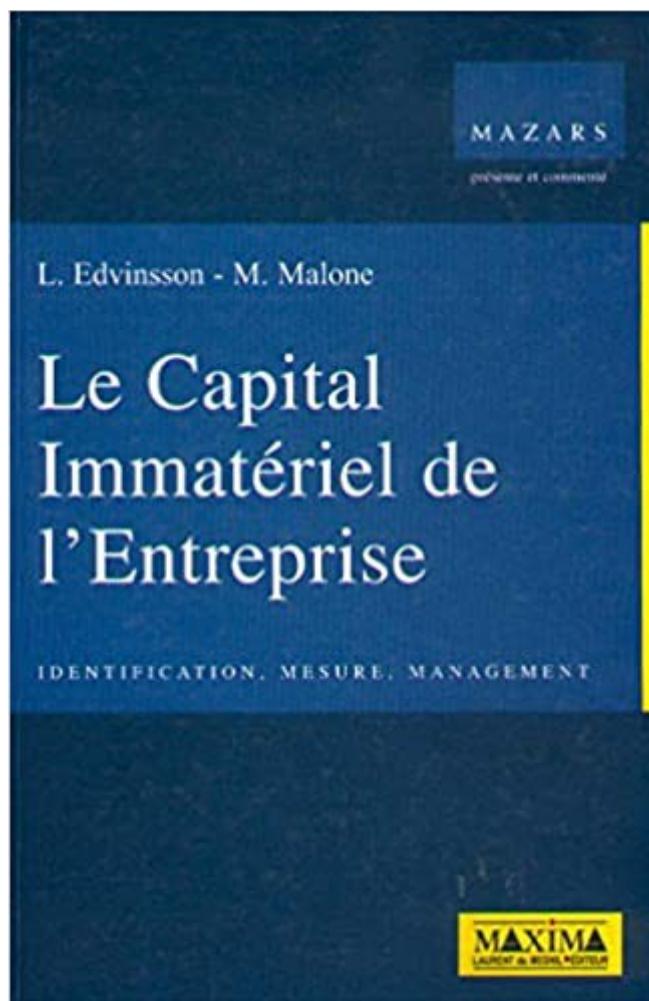
Le **capital humain** procure aux individus des avantages parmi lesquels l'amélioration des revenus du travail et l'employabilité. Le **capital humain** englobe les connaissances, les qualifications et des caractéristiques personnelles telles que la persévérance.

• Le capital client=

La **valeur vie client** (Customer lifetime value en Anglais) est un concept de marketing qui permet d'estimer les profits futurs générés par un **client** tout au long de sa relation avec l'entreprise. La notion de **valeur vie client** est liée à un autre concept de marketing: le coût d'acquisition **client**.

• Le capital structurel=

Le **capital structurel**, c'est la gouvernance de l'entreprise, les process, l'organisation et surtout – essentiel – ses propriétés intellectuelles (brevets, logiciels, secrets de fabrication, etc). En un mot, « tout ce qui reste dans l'entreprise à la fin de la journée »



3/ PATRIMOINE CULTUREL-ARTS.

PIB FRANCE de la CULTURE= 100 milliards.

A/ CONVENTION UNESCO-PCI -2003.

TEXTE =

«La Conférence générale de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture ci-après dénommée **“l'UNESCO”**, réunie à **Paris** du vingt-neuf septembre au dix-sept octobre **2003** en sa 32e session,

Se référant aux instruments internationaux existants relatifs aux droits de l'homme, en particulier à la Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948, au Pacte international relatif aux droits économiques, sociaux et culturels de 1966 et au Pacte international relatif aux droits civils et politiques de 1966,

Considérant l'importance du patrimoine culturel immatériel, **creuset de la diversité culturelle** et garant du **développement durable**, telle que soulignée par la Recommandation de l'UNESCO sur la sauvegarde de la culture traditionnelle et populaire de 1989, par la Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle de 2001 et par la Déclaration d'Istanbul de 2002 adoptée par la troisième Table ronde des ministres de la culture,

Considérant la profonde interdépendance entre le patrimoine culturel immatériel et le patrimoine matériel culturel et nature »

La Convention de 2003 définit le PCI comme « *les pratiques, représentations, expressions, connaissances et savoir-faire* » qu'une communauté humaine reconnaît comme faisant partie de **son patrimoine** parce qu'elles lui procurent un sentiment d'**identité** et de **continuité**.

Le PCI comprend ainsi des savoirs et savoir-faire ; des traditions et expressions orales ; des musiques et des danses ; des jeux ; des pratiques festives, rituelles, sociales ou sportives.

Il s'agit d'une définition large, mais elle présente l'avantage de pouvoir s'adapter aux spécificités locales pour mieux permettre de préserver la diversité culturelle à travers le monde.

B/ Les 7 ARTS.

Y-KLEIN-Vers l'immatériel.

Grâce à cette «immatérialisation du tableau», il espérait «créer une ambiance, un climat pictural invisible mais présent» capable de manifester, par son rayonnement, l'essence même de la peinture : la «sensibilité picturale immatérielle».



L'immatériel.

C/ La création des idées.

«Une idée n'a pas de prix.»

«Le travail créatif ne se mesure pas en heures.»

4/ SPORT.

PIB SPORT EN FRANCE = 90 Milliards euros -450,000 emplois
CLUB associatifs+entreprises sports+bénévoles

MESURE TON EMPREINTE CARBONE SPORT

= <https://www.monmatchcarbone.fr/>

La marche à pied-randonnée
La nage
La course à pied
Le surf-le canoë-la planche à voile-
l'escalade
Le yoga
Le vélo
L'équitation
Le tennis-le football (un ballon)

LES SPORTS MOINS ECOLOGIQUES =

sport automobile, la moto

Économie : le premier «baromètre de l'immatériel des clubs de football » classe les clubs de L1 selon leurs « richesses cachées. Valeur des joueurs en formation et plus-values potentielles sur les joueurs achetés : un **Trophée de l'immatériel** récompensera en novembre le club de Ligue 1 disposant des plus belles « richesses cachées »... et sachant le mieux les transformer en cash.

Lors de l'événement BIG organisé ce jeudi à Paris par la BPI (Banque publique d'investissement), en présence du président de la République, cinq clubs de Ligue 1 - Lille, Lyon, Marseille, Paris-SG et Saint-Étienne - ont été nommés pour le Trophée de l'immatériel dans la catégorie football, une distinction qui sera remise à l'un d'entre eux par l'Observatoire de l'Immatériel le 26 novembre à l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI).

Une façon d'attirer l'attention sur les « valeurs cachées » des entreprises du foot professionnel. « *Elles sont colossales* », selon Pierre Caillet, fondateur de l'agence de notation Ginkyo, à l'origine du premier « Baromètre de l'immatériel des clubs de football ».

Ce que les financiers désignent sous ce vocable d'« immatériel » regroupe **l'ensemble des valeurs qui ne sont pas comptabilisées dans les actifs d'une entreprise à l'instant T mais participent néanmoins à sa richesse**. Pour les clubs, dont le capital joueurs est très souvent l'actif numéro un, l'immatériel se niche pour l'essentiel dans leur vestiaire.

La valeur immatérielle d'un effectif est trois fois supérieure à sa valeur inscrite au bilan, « *Il y a un paradoxe dans la comptabilité des entreprises en général et des clubs en particulier : lorsqu'il y a création de valeur par l'invention d'un produit, la création d'une marque ou la formation d'un joueur, cette valeur ne trouve pas de traduction financière dans les bilans car elle n'est pas issue d'un transfert d'argent* », pointe Pierre Caillet. Cette valeur non écrite compte pourtant beaucoup, ne serait-ce que pour évaluer le prix de vente d'un club.

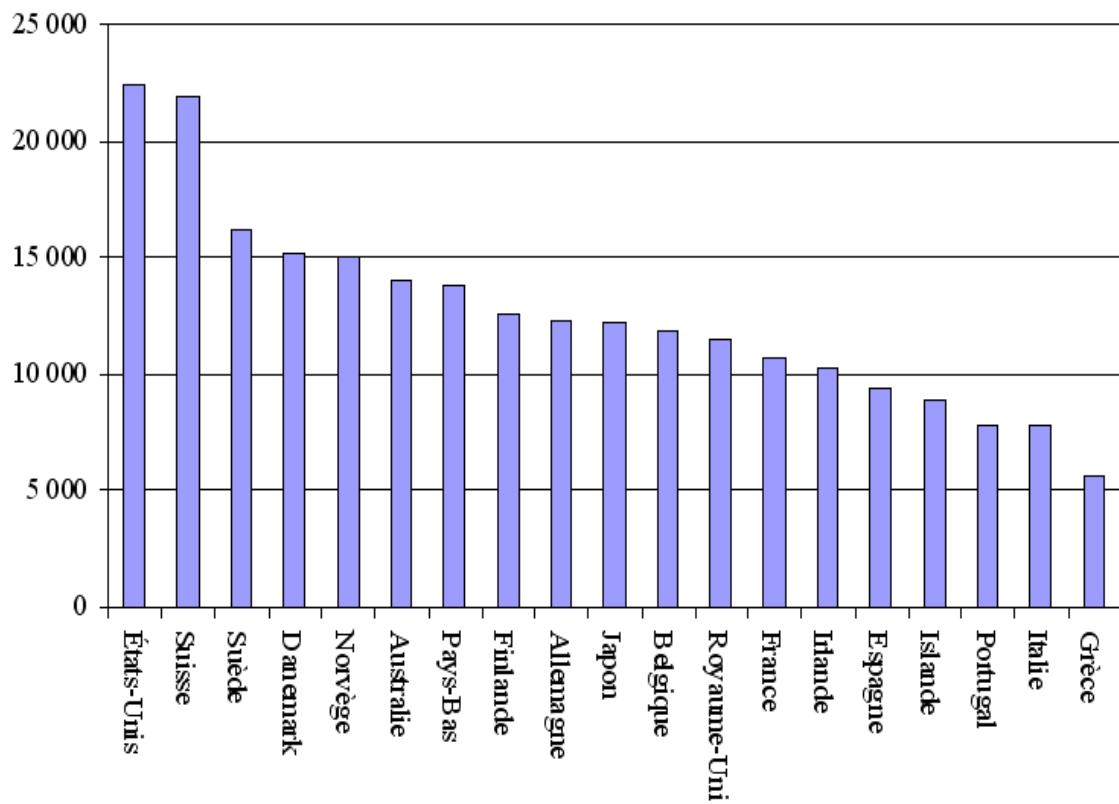
5-CONNAISSANCES-SAVOIR.

EDUCATION PRIMAIRE- SECONDAIRE =160 Milliards EUROS

« INGENIEUR de la CONNAISSANCE.»

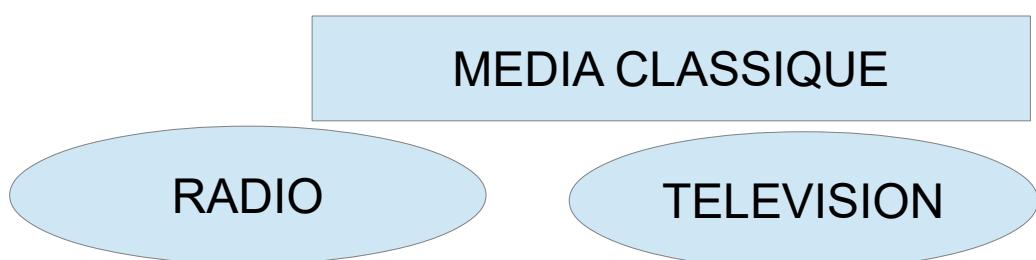
FRANCE =	10,000 euros par étudiant par an.
SUISSE =	20,000 euros ...
USA =	22,000 dollars ...

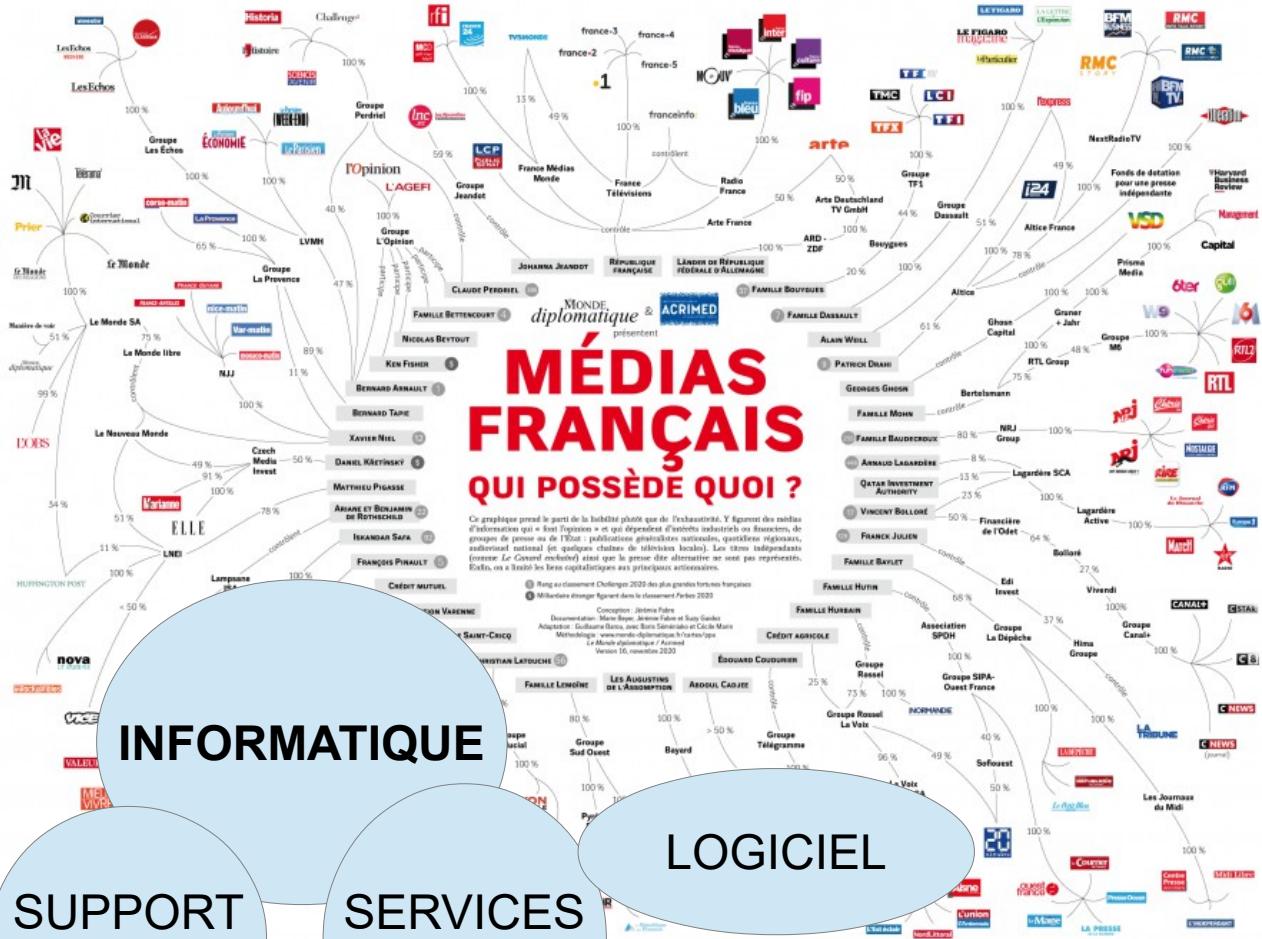
DÉPENSES ANNUELLES TOTALES PAR ÉTUDIANT AU TITRE DES ÉTABLISSEMENTS
D'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR.



6-INFORMATION-COMMUNICATION-MEDIA.

L'information est partagée par les médias à fréquences différentes , avec des ondes hertziennes (Hz) ou des ondes lumières (VHF -UHF).





-4 milliards utilisateurs
-popularité -publicité digitale
Ex= Facebook CA 85 Milliards
-Instagram- twitter
-service gratuit+pub

-en ligne (Amazon)
-paiement en ligne (PAYPAL)
-FINANCE (BITCOIN)

JEUX VIDEO

-CARTOUCHE-CD ROOM
-ONLINE
1-ITEM SELLING
2-FREE to PLAY
3-PAY TO WIN
4-DLC = +temps de jeu
5-LOOT BOXES
-BOUQUET ou
À la demande

ER:
leur immatérielle.

LA
d'une
valeur
immobilier.
ajou

sur un monument, la mer ou une montagne,
l'autoriser le prix au mètre carré

VUE CIMETIERE

- 5%
- vue directe
- vue indirecte

"La proximité avec un cimetière (et la crainte des acquéreurs) relève souvent du symbole. Le cimetière évoque la mort et on l'assimile à la peur. Un appartement avec une vue directe sur des tombes a généralement un effet rédhibitoire pour des

	<i>acheteurs et nous constatons sur la base de nos transactions et la base des prix des notaires une décote de l'ordre de 5 à 7% en moyenne.</i>
<u>VUE MER+34%</u> AAA+	Mais c'est surtout la vue sur mer que recherchent les acheteurs. "Un bien de prestige disposant d'une vue sur la mer (qu'il s'agisse de la Méditerranée ou de l'Océan Atlantique) valorise son prix de vente de 34% sur tout le littoral
<u>MOMUMENTS</u> AA+	Une vue sur un monument célèbre comme la Tour Eiffel, Montmartre, le Louvre etc, a aussi un impact sur les prix, notamment si l'on s'adresse à une clientèle étrangère. L'absence de vis-à-vis est aussi un critère très important pour de nombreux acheteurs, notamment pour les maisons avec jardin et...piscine. Mais il y a aussi l'orientation du bien, son positionnement face au soleil. « <i>Du soleil le matin dans la chambre et l'après midi dans le séjour, c'est le top...</i> »
<u>LAC -MONTAGNE</u>	Le calme n'a pas de prix.
<u>EXTERIEUR -SOLEIL</u> (jardin-terrasse-balcon) SUD +5%-AAA+	Pour une orientation agréable (sud-est ou sud-ouest), comptez 3 à 5 % de plus que pour un logement exposé plein nord.

Une location=

-un bien matériel =

Une maison de vacances au bord de l'océan.

C'est un bien matériel mais la jouissance de la location est immatérielle.C'est une expérience dans un temps donné.

-un bien immatériel=

la location d'un morceau de musique sur SPOTIFY -DEEZER.
Le bien est immatériel est accessible par un abonnement.

EMPREINTE CARBONE DE CHAQUE SECTEUR IMMATERIEL. BAS CARBONE.

	SUPPORT SUBSTANCE	FORME	EMPREINTE CARBONE INDIRECTE (SUPPORT)	APPORT ECONOMIQUE sans carbone. (SUBSTANCE)
SANTE -MEDECIN	MATERIEL MEDICAL	SAVOIR-MEDICAL SOINS	Infrastructures matérielles (hôpital)	Bien être Qualité de vie Aide Sociétale
ENTREPRISE-MARQUE	PRODUIT	IDEE MARKETING	Bureau ou	Identité Culturelle

		IMAGE Désir-besoin	Maison (télé-travail)	Croissance Richesse
ENTREPRISE-COMPTABILITE	PAPIER COMPTE			Actifs immatériels Création valeur valeur extra-financière
CULTURE	OEUVRE	IDEE UNIVERS ARTISTIQUE	Infrastructure physique -bâtiment intellectuelle=création	UNIVERS patrimoine Cotation Identité Territoriale
SPORT EDUCATION	CORPS OBJET	VOLONTE	Infrastructures Physiques et sociales	-Développement Humain -Dépassement soi -Bien être
CONNAISSANCE EDUCATION	LIVRE NUMERIQUE	IDEE PARTAGE	Infrastructures sociales- Normes-Valeurs	Développement Croissance
COMMUNICATION	MEDIA EMETTEUR- RECEPTEUR	IDEE ONDE HTZ-VHF	MATERIEL HIGH-TECH Informatique communication	MESSAGE IDEE ECHANGE
INFORMATIQUE NUMERIQUE	ORDINATEUR	ONDE FREQUENCE	MATERIEL	VIRTUEL Productivité
IMMOBILIER LA VUE.	PAYSAGE	ONDE LUMIERE	BATIMENT	VALEUR VUE-SOLEIL Qualité vie

CONCLUSION =L'immatériel se transforme en:

- bien être qualité de vie (non monétisable)-valeur extra-financière
- en cash, croissance, richesse, argent, actifs comptables.
- Développement humain et personnel.

BIBLIOGRAPHIE.

La force de l'immatériel – L-HABIB-PUF.

Le capital immatériel de l'entreprise- EDVISSON-PRESSE MAZARS.

Le capital intellectuel- EDVISSON -LUND UNIVERSITE

Évolution de l'art vers l'immatériel-KLEIN.

Le capitalisme sans le capital -PUF

L'immatériel, révolution silencieuse.J-JULIA.

Valoriser le capital immatériel des entreprises innovantes.

Que vaut -une idée? M-HALEVY

Convention UNESCO-2003 -PCI- patrimoine culturel immatériel .

Rapport d'information de Mmes Catherine DUMAS et Marie-Pierre MONIER, fait au nom de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication n° 601 (2020-2021) - 19 mai 2021.

APIE= APPUI du Patrimoine Immatériel de l'État

<https://www.economie.gouv.fr/api>

<https://www.observatoire-immateriel.com/>



Les 5 sens de l'immobilier immatériel.

VUE =

*Une VUE MER ou sur un paysage de son bien immobilier (appartement -maison) apporte du bien être par la connexion au BEAU . La vue sur un jardin en ville transmet un élément de nature.

La Nature en ville est un luxe. Touche pas à mon arbre !

*Du jardin , j'observe la nuit cosmique étoilée sans vis -à vis sur la galaxie étoilée. Cette VUE est une valeur immatérielle.

Ce lien n'a pas de prix .

OUIE =

Le CALME est un effet externe positif ou négatif.

Une maison dans une quartier vert apporte la sérénité.

Les grandes villes sont parfois bruyantes, c'est une effet négatif car le sommeil amène le bien être de la personne.

ODORAT =

C'est également une effet externe.+-

STOP la pollution !!

Les odeurs de la pollution d'une usine sont parfois désagréables.

Dans les écoquartiers , la végétation riche et fleurissante émettent des odeurs bucoliques.

GOUT =

L'environnement est à la fois sociétal (ambiance de quartier) et naturel.

Les effets externes positifs donne un goût paisible la vie.

TOUCHER=

Les 4 sens (vue- ouïe- odorat -goût) donne une valeur immatérielle au bien immobilier – cela est du domaine du ressenti et de l'esprit.

Un bien immobilier dans un quartier paisible ne mesure pas en terme de PRIX mais en terme de BIEN ETRE.

MARCHE ECONOMIQUE.

Le marché se construit à travers les siècles par le réseau marchand en lien les places de marchés . Les place de commerce ont construit des structures et des fractures .

Le marché a pour finalité les besoins de l'homme, la logique n'est pas la finance ni la spéculation. En premier point le marché sert l'économie , puis répond aux besoins de la société . De nos , la logique de marché doit prendre en compte la Nature et l'environnement.

Qui n'achète pas un bon conseil à bon marché achètera cher des regrets.
Proverbe danois ; Le dictionnaire des proverbes et adages danois (1757)

Quand on va au marché trop tard, on n'a plus rien pour ses liards.
Proverbe belge ; Les proverbes et dictons belges (1856)

Le bon marché est toujours trop cher quand on peut s'en passer.
Proverbe français ; Le dictionnaire des proverbes français (1588)



Définition =

Pour l'économiste, le **marché** est **défini** comme le lieu de rencontre des vendeurs et des acheteurs de biens et de services où, de la confrontation entre l'offre et de la demande, va naître le prix d'échange.

Étymologie=Par allusion à un produit lancé sur le marché, qui peut être choisi ou non par le consommateur. Être **célibataire**.

1/

PHILOSOPHIE DE MARCHE .

MARCHE ETHIQUE

MARCHE SOLIDAIRE-MARCHE LOCAL-MARCHE OCCASION

MARCHE GEOGRAPHIQUE -TERRITOIRE= ENVIRONNEMENT

MARCHE NATION-PATRIOTISME ECONOMIQUE

MACHE NUMERIQUE

MARCHE SOUTERAIN.-MARCHE NOIR-MARCHE GRIS

MACHE OUVERT-MARCHE FERME

STRATEGIE DE MARCHE.

2/

MARCHE NON -MARCHAND.

A/LE DON-TROC

B/MARCHE PHILANTROPIQUE= Le Don!

3/

MARCHE MARCHAND.

COMPTABLE NON-COMPTABLE.

A/ NON-COMPTABLE.

MARCHE DOMESTIQUE à la MAISON.

MARCHE RESSOURCES NATURELLES (eau-air-soleil-terre) les éléments

MARCHE GRATUIT

MARCHE CARBONE EUROPEEN = NON FINANCIER

B/ MARCHE COMPTABLE.

B-1-MARCHE TRADITIONNEL

1-AMBULANT

2-SEDENTAIRE

B-2-MARCHE MODERNE

LE MARCHE -Les MARCHES

AMOUR-BIENS -SERVICES-SPORT-FINANCE-CARBONE= FOOTBALL

-BASKET)

MARCHE PRIVE-PUBLIC-MARCHE ETAT-ETATISATION

MARCHE INTERNATIONAL= VOC INDES NERLANDAISES

MARCHE MONDIALISATION

MARCHE SUPRA-NATIONAL = FEI -BANQUE MONDIALE-ONU

MARCHE ETHIQUE

Le commerce éthique vise à faire respecter des conditions sociales et environnementales minimales, basées sur les normes internationales reconnues, comme celles de l'Organisation Internationale du Travail OIT-pour ce qui est des droits des salariés (salaires minimaux, droits d'association, etc.), et à encourager le progrès social pour les travailleurs de ces entreprise. Exemple = rse-isr-esg...

MARCHE SOLIDAIRE

L'association **Handicap International** définit la commerce solidaire de la façon suivante :« Échanges établis pour favoriser un groupe particulier de population défavorisée ou en difficulté. Il signifie aussi une pratique qui vise à réduire les inéquités au sein même des pays du Nord. On parle aussi de commerce de soutien aux organismes de solidarité. »¹

le commerce équitable est un commerce social qui vise à établir un rapport d'échanges satisfaisants pour tous et qui a pour principe d'aider des coopératives d'artisans dans les pays en développement à se développer de manière durable. Le commerce équitable se doit de respecter un certain nombre de règles (voir article connexe **Commerce équitable**) comme d'assurer une juste rémunération aux travailleurs, interdire le travail des enfants, garantir des conditions de travail et de vie saines et conformes aux valeurs plébiscitées par la déclaration des droits de l'homme, parmi lesquels :

- interdiction du travail des enfants,santé et sécurité au travail,interdiction du travail forcé (esclavage), onu = DD

MARCHE GEOGRAPHIQUE.

MARCHE SOUTERAIN-NOIR

Travail au noir-crime organisé-fraude

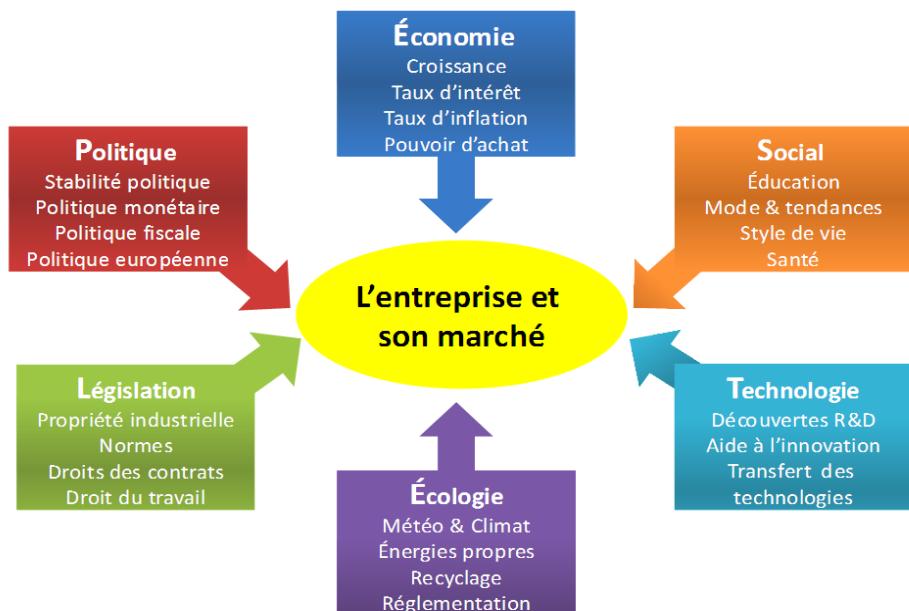
MARCHE GRIS =

désigne un marché dont le fonctionnement ou l'objet ne sont pas prévus par le législateur et les producteurs sans être expressément prohibé.

MARCHE OUVERT -MARCHE FERME.

MARCHE MONDIAL-FERME -PROCETIONNISME

Le SWOT



Étude de votre futur marché.

taille de ce marché ? (en valeur et en volume)
croissance de ce marché ?
marché ? (démarrage, croissance, maturité, déclin)
caractériser la clientèle cible de votre offre ? (leur comportement, leurs attentes, les besoins clients...)la rentabilité du marché ?

1/Des décisions stratégiques.

les tendances, les innovations ?
la taille du marché ?
les quantités vendues ?
le nombre de clients sur le marché ?
ce chiffre évolue-t-il ?

A/ les potentiels/utilisateurs.

•Quelles sont leurs motivations/raisons d'acheter ?
•Sont-ils satisfaits de leurs achats ?
A quelles occasions achètent-ils
•Comment perçoivent-ils le produit/service ?
•Quel est, selon eux, le point fort du produit/service ?

B/La segmentation.

<u>cible</u>
<u>votre produit/service</u> .-le sexe, les critères socio-démographiques
<u>les entreprises</u> : les effectifs, l'activité, le chiffre d'affaires, l'implantation

2/Le positionnement stratégique.

leaders du marché visé ?
de concurrents directs-les concurrents indirects ?
caractéristiques des entreprises qui réussissent ainsi que de celles qui échouent ?
les facteurs de différenciation des concurrents ?

3/Le SWOT comme trait d'union.

•Forces	•Faiblesses
•Opportunités	•Menaces

LES STRATEGIES DE MARCHE

STRATEGIE DIFFERENCIEE

Meilleure qualité
Moins cher
PERCEVOIR
différence

STRATEGIE CONCENTREE

NICHE
SEGMENT
SPECIALISE

STRATEGIE INDIFFERENCIEE

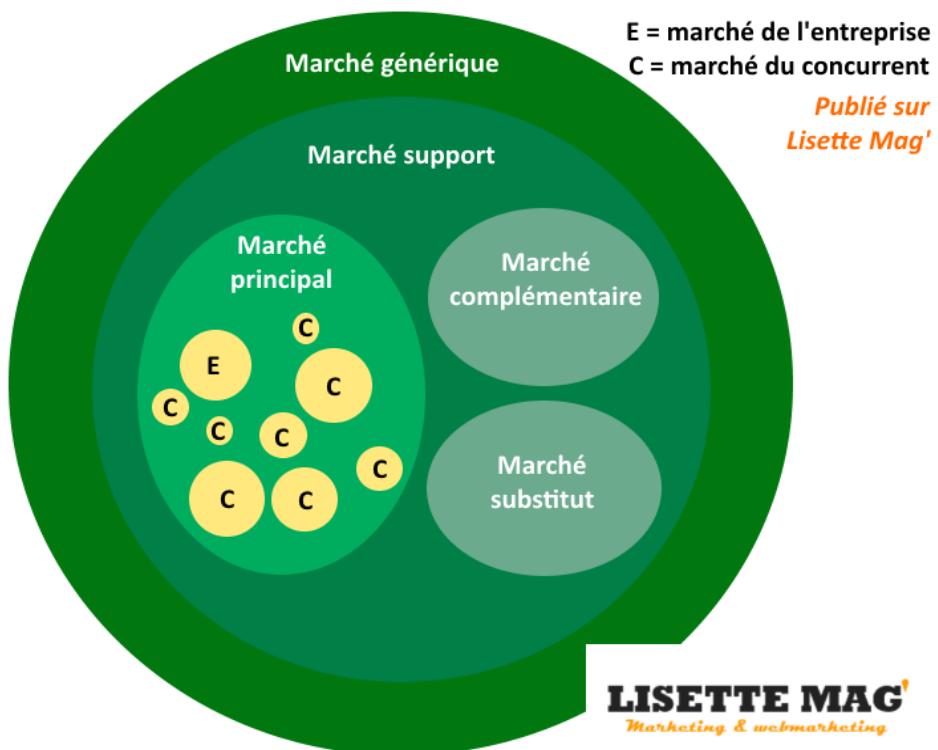
Un seul produit
Satisfaire les clients
GAGNER
-production
-commercialisation
distribution

DIVERSIFIEE

Nouveaux domaines
Nouvelles compétences

INNOVATION

- Objectifs Long terme
- Nouveaux marchés
- Nouveaux produits



Matrice d'Ansoff

	Marchés Existants	Nouveaux Marchés
Produits Existants	Pénétration de marché	Développement de marché
Nouveaux Produits	Développement de produit	Diversification

Copyright www.manager-go.com

2/MARCHE NON -MARCHAND.

LE DON-TROC

MAUSS-POLANYI -la réciprocité

MARCHE PHILANTROPIQUE- économie conviviale.

Cette forme d'économie peut prendre appui sur des structures associatives plus ou moins organisées (associations de quartier, organisations religieuses, sportives, syndicales ou politiques).

- les services rendus à des voisins ou à des personnes âgées ou handicapées ;

Le phénomène le plus récent et le plus marquant concernant cette économie est le fait qu'elle est de plus en plus soutenue et encouragée par la société civile et par les médias de masse

(« Les Restos du Cœur », « Sidaction », « Opération Pièces Jaunes-TELETHON.

3/ MARCHE MARCHAND-COMPTABLE -NON COMPTABLE.

A-MARCHE DOMESTIQUE NON COMPTABLE

L'économie (du grec ancien *oikovopía / oikonomía* : « administration d'un foyer ») est une activité humaine qui consiste en la production, la distribution, l'échange et la consommation de biens et de services.

La production domestique comprend tout le travail à domicile (travail domestique) qui pourrait être accompli par autrui : ménage, entretien du linge, couture, jardinage, bricolage, éducation des enfants, soins aux animaux domestiques, soins à des parents, malades, handicapés ou personnes âgées, etc.¹

En comptabilité nationale, ce travail – NON -rémunéré – correspond à la « production domestique »

INSEE-2010=3heures/jour=60 milliards heures-1/3 richesse produite en FRANCE.

MARCHE RESSOURCES NATURELLES.

EAU-AIR-SOLEIL-TERRE

MARCHE GRATUIT=

exemple = Google-20 minutes-

MARCHE CARBONE EUROPEEN = NON FINANCIER

« LE MARCHE DU CARBONE EST INVISIBLE «Gillis

Système d'échanges de quotas d'émission de CO₂ en vertu du principe pollueur-paye, le marché du carbone mis en place par l'Union européenne (UE) a pour objectif de mesurer, contrôler et réduire les émissions de ses industries et de ses producteurs d'électricité. Retour en sept questions sur ce dispositif.

Le marché du carbone est l'un des plus importants leviers dont dispose l'Union pour abaisser les émissions de gaz à effet de serre de son industrie.

Toutefois, le marché européen du carbone est à un tournant. Fin 2020, l'Union européenne a adopté un nouvel objectif climat pour 2030 prévoyant une diminution de 55% de ses émissions de CO₂ par rapport à 1990.

le **Protocole de Kyoto** pour encourager les États à réduire leurs émissions et opter pour de nouvelles technologies à moindre coût

Si plusieurs marchés régionaux s'établissent progressivement, le plus grand est le marché du carbone communautaire, avec 11 000 centrales électriques et sites industriels parmi les plus polluant Quelle est la différence entre marché du carbone et taxe carbone ? Le marché du carbone n'est qu'une des options qui existent pour donner un prix au carbone. Il est porté par le monde industriel qui préfère cette solution recourant au marché, plutôt qu'une taxe carbone. Toutefois, marché du carbone et taxe carbone visent un même objectif : réduire les GES. Lutter contre les fuites de carbone.

C'est aux **États-Unis** que s'organisent les **premiers marchés de quotas environnementaux** au cours des **années 1990**,

MARCHE DU CARBONE 2050-des PARTICULIERS

En 2022, on restreint la consommation d'eau. En 2050, le particulier devra restreinte son entreprise comme les états ou les entreprises.

Les 7 milliards de terriens ne vont pas vivre comme dans les années 80.

Il faut limiter sa (CEC)consommation d'empreinte carbone pour éviter les canicules.

Les principaux secteurs de la consommation de carbone des individus sont= l'énergie -Habitat -Transports-Alimentation.

Idée = par exemple chaque individu dispose de 1000 points de CARBONE par an.

1 avion = 200 points -1 entrecôte 1point. QUOTAS ARBITRES PAR LE PARTICULIER

<u>*HABITAT -ENERGIE</u>	climatisation -chauffage Meilleur cab = ISOLATION +PANNEAU SOLAIRE -MATION PASSIVE EAU = douche -piscine municipale – limitation de l'eau par personne pour l'eau potable. (SKATE CALIFORNIEN dans les piscines privatives)
<u>*TRANSPORT</u>	voiture-avion-bus-tramway = vélo -pied <u>exemple</u> = 1 VOYAGE AVION AL-R – PAR AN AVION HYDROGENE 2040.
<u>*ALIMENTATION</u>	MANGER LOCAL MANGER 1 VIANDE par SEMAINE- =pas de CANIGOU la vache pétrole -2050=10 milliards ENTRECOTE /jour.

MARCHE INTENTIONNEL NON REGLEMENTAIRE

B/MARCHE COMPTABLE.

B-1-MARCHE TRADIONNEL

AFRICAINS ne connaissaient ni la notion de MARCHE ni le PRIX.

MARCHE AMBULANT

Exemple = la Rue -le SOUK

Marchés de spécialités-

FRANCE =10,000 marchés traditionnels-
Les grands villes comme Paris, Nice, Marseille

La Braderie de Lille est le plus grand et le plus célèbre des marchés aux puces d'Europe.
Chaque année, c'est plus de deux millions de visiteurs de toutes nationalités qui arpencent les rues de la ville de Lille à la recherche de bonnes affaires

MARCHE SEDENTAIRE.

Exemple = le souk-les Halles-Rungis

EXAMPLE RUNGIS-le marché AMSTERDAM
marché nocturne-port de pêche-marché de Noël

Rungis est le plus grand marché de produits frais au monde. Ce sont 232 hectares où sont acheminés quotidiennement d'énormes camions de viandes, fromages, fruits, légumes et fleurs.

HALLES

LYON-GRENNADE-NARBONNE-

PLACE MARKET

BRUGGES

FOIRES

B-2-MARCHE MODERNE

MARCHE ETAT-ETATISATION

Une **étatisation** transfère la propriété à l'État (régime général de sécurité sociale depuis 1967)

MARCHE NATION

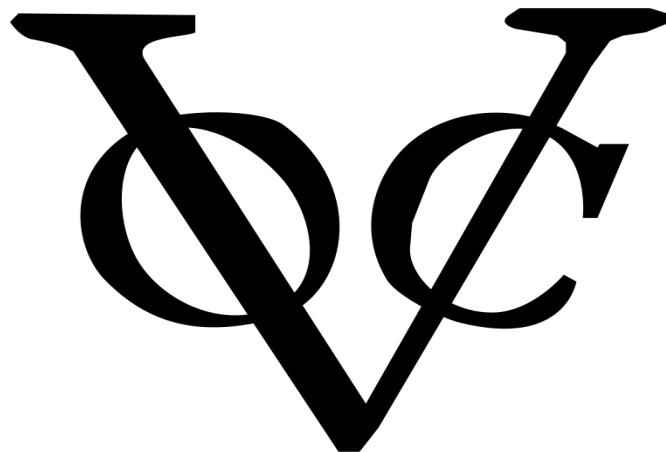
NATIONALISATION
marché non concurrentiel
-ENERGIE -EDF- électricité /FEI -SNCF

MARCHE COMPTABLE -ENTREPRISE

Les entreprises publiques-1981-Nationalisation -EDF-SNCF-RENAULT-AIR FRANCE

MARCHE INTERNATIONAL

1602-LA COMPAGNIE DES INDES NEERLANDAISES = symbole du capitalisme impérialisme néerlandais coté en BOURSE.



La **Compagnie néerlandaise des Indes orientales** (connue en néerlandais sous le nom de *Vereenigde Oostindische Compagnie*, dans sa graphie moderne *Vereenigde Oost-Indische Compagnie*, ou VOC, littéralement « Compagnie unie des Indes Orientales ») .

Crée alors que le capitalisme n'était encore qu'en gestation dans un monde féodal, elle a inspiré plusieurs grandes caractéristiques des entreprises modernes : *le modèle de la société anonyme émettant des actions et obligations ainsi que le modèle de la multinationale implantée dans des pays à l'autre bout du monde*. Elle est la plus influente des compagnies européennes fondées au xvii^e siècle pour exploiter les richesses d'Asie.

MARCHE SUPRA-NATIONAL

FONDS ENERGETIQUE INTERNATIONAL -FEI

RATACHE ONU-BANQUE MONDIALE- WORLD GREEN BOND ENERGIE

THEORIES AUTEUR.

*MAUSS

DON -gratuit-libre/donner-recevoir-rendre

*POLLANYI

institutionnalisation du marché
coopérative-réciprocité

RIFKIN

GRATUIT

AKERLOF -la théorie de l'asymétrie d'information entre le vendeur et l'acheteur lors de la vente (Prix Nobel Économie-2003)

SCHILER-AKERLOF

LE MARCHE DE DUPES

***THEORIE DES MARCHES FINANCIERS EFFICIENTS=**

NOBEL -2013-Fama, Hansen et Shiller

L'efficience des marchés est une théorie qui postule que les variations des prix des actifs sur les marchés financiers sont uniquement dues à l'intégration d'informations et que les prix s'ajustent immédiatement et pleinement à toute nouvelle information pertinente

***THEORIE DES MARCHES CONTESTABLES=**

Le **marché contestable** est un **marché** sur lequel la **concurrence** potentielle (la « menace » d'entrée d'une entreprise concurrente) garantit les prix concurrentiels, même si le marché est en réalité dominé par une seule ou par plusieurs entreprises.

Ce modèle théorique a été énoncé par les économistes **William Baumol**, John Panzar et Robert Willig en 1982.

***THEORIES CLASSIQUES -MARCHE CONCUREENCE PURE ET PARFAITE.**

CONCURRENCE PURE ET PARFAITE	CONCURRENCE IMPARFAITE
Atomicité du marché	Monopoles et influences
Homogénéité des produits	Produits différents
Fluidité du marché	Barrières à l'entrée et à la sortie élevés
Mobilité des facteurs de production	Facteurs de production immobiles
Transparence du marché	Beaucoup d'informations inconnues

ALFRED MARSHALL

Une niche de marché

petit nombre acteurs sur offre, rentable, peu concurrentielle.

SMITH -Adam

(théorie de l'avantage absolu)

RICARDO -David

(théorie des avantages comparatifs).

***PARETO-MARCHE OPTIMAL-MAXIMISER L UTILITE DU PLUS GRAND NOMBRE**
« LE vélo, c'est PARETO »

***WALRAS**= une théorie générale d'équilibre économique. La loi de Walras implique que pour une demande excessive positive sur un marché, il y aura une demande excessive négative sur d'autres marchés. D'après la loi de Walras, si deux marchés sur trois sont en équilibre, alors le troisième l'est aussi. La loi de Walras, d'après l'économiste français Léon Walras est une théorie de l'équilibre général.

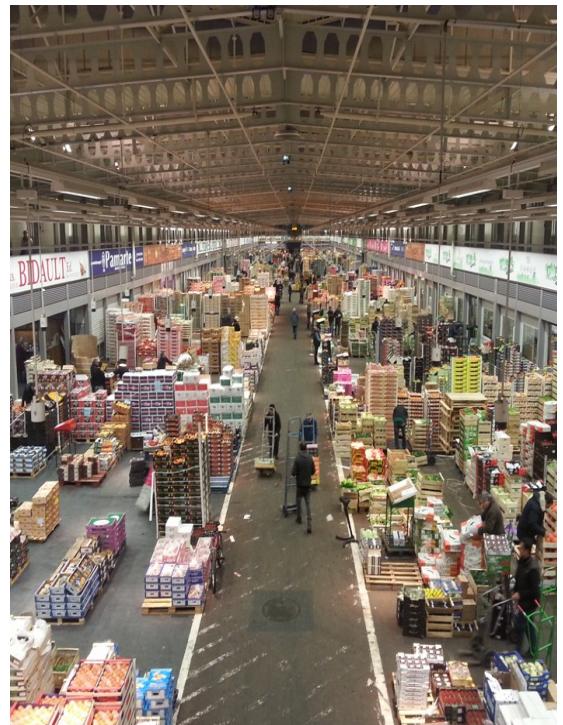
***VON STACKELBERT** =

Offreurs / Demandeurs	Unique acheteur	Quelques uns	Grand nombre
Unique vendeur	Monopole bilatéral	Monopole contrarié	Monopole
Quelques uns	Monopsone contrarié	Oligopole bilatéral	Oligopole
Grand nombre	Monopsone	Oligopsone	C.P.P.

***LIST-PROTECTIONNISME EDUCATEUR**

D'après List, les entreprises nationales ne peuvent se développer si le **marché** est déjà occupé par les entreprises de pays étrangers économiquement plus avancés.

Le « **protectionnisme éducateur** » a pour objectif de protéger sur le moyen terme le marché national afin de permettre sur le long terme un **libre-échange** qui ne soit pas à sens unique. Son but est l'*éducation industrielle* d'une nation. Sa théorie concerne donc particulièrement les **pays en voie de développement**.



CONCLUSION.

*Le marché est une construction de l'échange réciproque basé sur le droit ou la coutume.

La notion de PRIX et MARCHE n'existe pas en AFRIQUE , elle a été institutionnalisé par le capitalisme européen. Le marché s'est internationalisé puis mondialisé (EARTH-ECONOMIC)

L'éthique dans le commerce prend la préservation du CAPITAL de la NATURE et des sociétés

face au dérives cannibales (et CANNIGOU) de la logique de profits avec des externalités négatives. *La NATURE est détruite par l'activité humaine , nous devons changer notre consommation et divorcer avec l'économie carbone.Pour sauver la planète , nous devons limiter notre production de carbone direct et indirect lors de notre consommation.Il faut RESPECTER le marché des quotas pour les PAYS et les ENTREPRISES .

Faut-il créer un marché du carbone non réglementaires pour les consommateurs individuels

en 2050 ? **Le marché est culturel, l'individu est influencé par son environnement sociétal .

Le marché aura des conséquences sur la psychologie de l'individu, en vacances il cherchera

à faire une bonne affaire même si la gain est minimum.

Le consommateur positionne son raisonnement économique selon la nature du marché dans lequel il rentre: il peut se faire plaisir sur le marché aux fleurs d'Amsterdam, anticiper un gain boursier

sur le CAC 40, donner et défiscaliser à une fondation humanitaire.

La logique humaine n'est pas la même sur tous les MARCHES !

« *IL FAUT ETRE au BON PRIX sur le BON MARCHE.* » Gillis

L'apprentissage de la conscience écologique dans la société par la communication. APPRENTISSAGE-SOCIALISATION PRIMAIRE -SECONDAIRE CONSCIENCE CIVIQUE-UNIVERSELLE-ECOLOGIQUE

Les écologistes étaient considérés (1970) par la société comme une sous une culture BABA COOL.D'un point de vue micro- sociologique ce groupe était en opposition avec certains principes de l'économie et contestait les codes de la société de consommation.Les écologistes ne sont pas systématiquement tournés vers un combat politique , ils aspirent à un autre l'idéal : l'harmonie entre la nature et la société. Longtemps stigmatisés par la classe dominante, NORDHAUS -prix Nobel d'économie cite dans son ouvrage référence CLIMAT CASINO: « les écologistes ne sont pas tous d'horribles gauchos... « En 2006, l'auteur compositeur populaire RENAUD chante les BOBOS , cette classe sociale qui a prend en considération l'écologie en ville avec un style bohème, cela prédispose la nouvelle tendance d'ECOLOS CHICS qui cuisinent des légumes BIO dans les restos de bord de plage à St TROPEZ. En 2021, le GREEN WASHING est une dérive du marketing qui n'a pas conscience écologique de conviction selon l'approche WEBERIENNE .

PROBLEMATIQUE. Une mode éphémère n'est pas synonyme de prise de conscience écologique, la communication serait une solution pour développer des comportements écologiques dans notre société occidentale.

Les économistes du MIT dans le rapport MEADOWS (1971) annoncent une conscience de responsabilisation de la planète. Notre conscience ne se limite pas aux besoins et désirs infinis de l'homme-économus- il développe une conscience morale , universelle de la planète car nous atteignons nos limites avec ce modèle économique.La conscience écologique est universelle car les effets externes de la pollution n'ont pas de frontières terrestres.

1/ L'apprentissage des normes et valeurs écologiques doit se faire lors de la socialisation primaire : à l'École et dans la FAMILLE par l'éducation. L'individu doit développer une conscience civique et citoyen pour respecter son environnement et devenir citoyen de la planète terre.

La transmission des informations sur le risque du réchauffement doit être communiquer aux générations futures .

2/La socialisation secondaire passe par le TRAVAIL, lieu d'apprentissage de RSE, l'entreprise éthique est plus performante!

Les ASSOCIATIONS comme les ONG de l'environnement communiquent par l'information, l'éducation, la sensibilisation des changements importants à produire pour le bien commun.

3/Les MEDIAS spécialisés et de masse informent sur les comportement du consommateur responsable et citoyen pour le bien être sociétal et économique.

4/ L'ETAT dicte les lois, inculque les aspects normatifs de la société, incite par la fiscalité verte, pense la COP 21,rassemble par le débat ACTIONS CITOYENNES.

5/LES ARTISTES -icône de la jeunesse comme les chanteurs de la télévision se sont réunis sur M6 lors de l'émission **Les stars chantent pour la planète en août 2020** peuvent jouer le rôle d'influenceur . Les STARS MEDIATIQUES (sports, cinéma, chanteurs, écrivains ..) adulées par la jeunesse doivent utiliser leur image pour la cause de l'écologie!

Au DANEMARK(pays européen boisé très attaché à l'environnement), la fondation **growing trees network** a organisé le premier **GREEN TELETHON** en septembre 2019 comme action de communication nationale dans le but de récolter des **dons (2,4 millions euros)** et de **planter arbres (900.000)**.<https://www.leparisien.fr/environnement/danemark-plus-de-900-000-arbres-vont-etre-plantes-apres-un-telethon-pour-le-climat-14-09-2019-8152215.php>

Les événements sportifs internationaux français pourraient servir de théâtre communication écologique comme les USA utilisent la NBA pour passer des messages et des idées (ex= TOUR DE FRANCE VELO -ROLLANG GARROS PARIS, LIGUE 1, le TOURNOI GOLF FEMININ EVIAN, le VENT DES GLOBES-VOILE).

Plus de communication, d'information , d'éducation , de normes et de culture verte pour intégrer la conscience écologique dans notre société.

« USE YOUR MONEY OR LOSE IT «

(WITH POSITIVE IMPACT -ESG)

L'utilisation de l'argent doit être utile. On finance ou on ne finance pas.

Par exemple = la banque va financer un projet éducatif pour un jeune car ses études à l'université sont importantes pour son avenir.

La banque ne va pas prêter d'argent pour une semaine de vacances au soleil.

EXCLUSION

ARMEMENT

TABAC

ALCOOL

JEUX ARGENT

PETROLE

NUDGES with positive impact.

SANTE

EDUCATION

LOGEMENTS SOCIAUX-FERMES AGRICOLES

ENERGIE VERTE

BUSINESS MODEL	
Level 1 -	Isolated social & green business projects or practices
2	Just banking in the core of the business model
3	Strategic eco-system innovation - financing lead innovators or leverage points
4	Intentional eco-system innovation - shifting the whole system

Par exemple, on va choisir d'épargner (immatériel) pour un projet positif pour la société plutôt que d'acheter des biens de consommation matériel non durable. On choisit une obligation utile (green bond- blue- social- ISR) plutôt que spéculer avec des bitcoins.

La temporalité dans la consommation.

Le temps est un capital lors des courses lié sociologiquement au consommateur. Pressé sur internet comme dans les supermarché , le consommateur prend du plaisir dans la consommation traditionnelle sur la place du marché.

1/ LA CONSOMMATION DOIT RESPECTER LES 4 SAISONS.

Il faut suivre les cycles de l'agriculture.Il faut consommer les produits locaux pour limiter la production de carbone des transports .

2/ L'ACTE DE CONSOMMATION RESPONSABLE.

A/ Il faut une temporalité économique épicurienne.

En terme d'alimentation , la livraison de repas par les plate formes n'est pas éthique pour les livreurs.Elle détruit le système de lien de subordination du droit du travail.

On compte 1 milliard de colis en France, cet échange crée une pollution considérable en terme de transport ainsi que le coût carbone des cartons emballage.

La notion d'immédiateté avec le commerce en ligne crée une addiction de la réalisation du désir et non du besoin.

B/ L'immédiateté et la vitesse dans la consommation efface la réalisation du plaisir dans l'achat d'un bien ou d'un cadeau. L'objet acheté en ligne est consommé de manière instantané et le temps d'attente de l'objet désiré donne de la valeur au désir de l'objet.

C/ La consommation immédiate liée à la nouvelle technologie crée une addiction neuro-économique. L'achat est consommé comme une drogue.

D/ Les importations de produits du monde entier accroît le coût carbone,

il faut consommer local-avec l'augmentation du prix énergie les transports ont un coût supérieur . Les produits importés passent un long temps en transit (bateau-avion-camion) - cela accroît le déficit commercial du pays.

3/ LES TEMPS DE CONSOMMATION.

A/ Le TEMPS DU MARCHE sur la place = consommation traditionnelle

B/ le PLEIN DE COURSE = le samedi après midi dans le grandes surfaces.

consommation de masse

FETES+THEATRE = NOEL-PAQUES-RENTREE-BLACK FRIDAY-FRENCH DAY

C/ INTERNET = consommation numérique

D/ Les SOLDES = période de frénésie pou acheter plus moins cher !!

E/SOCIOLOGIQUE = on consomme du temps de vie dans la consommation.

F/PSYCOLOGIQUE = La notion d'incertitude subjective porte implicitement sur la représentation individuelle du futur. Ainsi lorsque « **l'environnement n'est pas assez nouveau**, surprenant ou changeant, il devient trop prévisible au point que **l'individu s'ennuie** » (Berlyne, 1978).

ECONOMIE METAVERS

1/ L'ECONOMIE REELLE désigne l'ensemble des **activités économiques** matérielles ou immatérielles produites par des **agents économiques** en-dehors des **marchés financiers**. Les **échanges non marchands** font partie de l'économie réelle. L'expression est utilisée pour désigner une séparation entre les marchés financiers et l'activité local.

2 / ECONOMIE

FINANCIERE a pour objet l'obtention de ressources de financement, sous forme d'emprunts, d'épargnes et de leurs allocations au fil du temps.

3/ ECONOMIE VIRTUELLE- est une **économie** émergente, dans un **monde virtuel persistant** (aussi appelé **métavers**), habituellement dans le contexte d'un jeu en ligne multijoueurs sur l'Internet. Ce type d'économie utilise souvent la solution des **micro paiements** comme base économique.

DEFINITION METAVERS= Toutefois, le monde virtuel rejoignant le monde réel, certaines personnes ont créé de véritables économies parallèles, convertissant les biens amassés dans le virtuel, en monnaie bien réelle.

***Le terme de métavers (de l'anglais *metaverse*, contraction de *meta universe*, c'est-à-dire méta-univers) provient du roman *Snow Crash (Le Samouraï virtuel)*, écrit par Neal Stephenson en 1992. Le joueur peut se battre dans un environnement virtuel contre des monstres, des adversaires pour gagner des récompenses. Le jeu est monétisé-on peut acheter des pouvoirs, des armes, des vies pour les personnages virtuels. Ensuite on peut vendre les pièces d'or virtuelle à l'hôtel des VENTES (HDV).Dans le jeu Lineage , la monnaie se nomme ADENAS, dans le jeu EVE ONLINE l'argent s'appelle ISK-Les autres dénominations sont Po,Kamas, Crédits, Penya, Kinah. L'argent du monde virtuel devient un flux financiers pour revenir sur un compte bancaire du joueur dans l'économie réelle.

4/ CONNECTION des mondes économiques=

***Le monde virtuel est connecté à l'économie réelle et financière par le biais avatar ou hologramme.

A/Les entreprises lancent des campagnes marketing publicitaires à travers le META sur une place de marché virtuelle-universelle sans frontières de 1 ou 2 milliards de consommateur. Le monde parallèle permet aux entreprises de faire vendre des produits, il dessert l'économie réelle.

B/ Le jeu peut inclure des sponsors publicitaires comme les marques, par exemple le héros pourrait boire du coca-cola pour gagner en énergie et réussir son expérience ludique. L'expérience-l'utilisation virtuelle d'un produit ferait gagner en notoriété la marque et influerait sur le cours de l'action boursière de l'entreprise. L'audience du jeu META aurait un impact sur l'économie financière.

BANKING WITHOUT BANK.

MUSEE DE LA BANQUE -BRUSSELS
<https://www.nbbmuseum.be/fr>

1-HISTOIRE .

TABLETTE ARGILE en **MESOPOTOMIA(IRAK-SYRIE)**

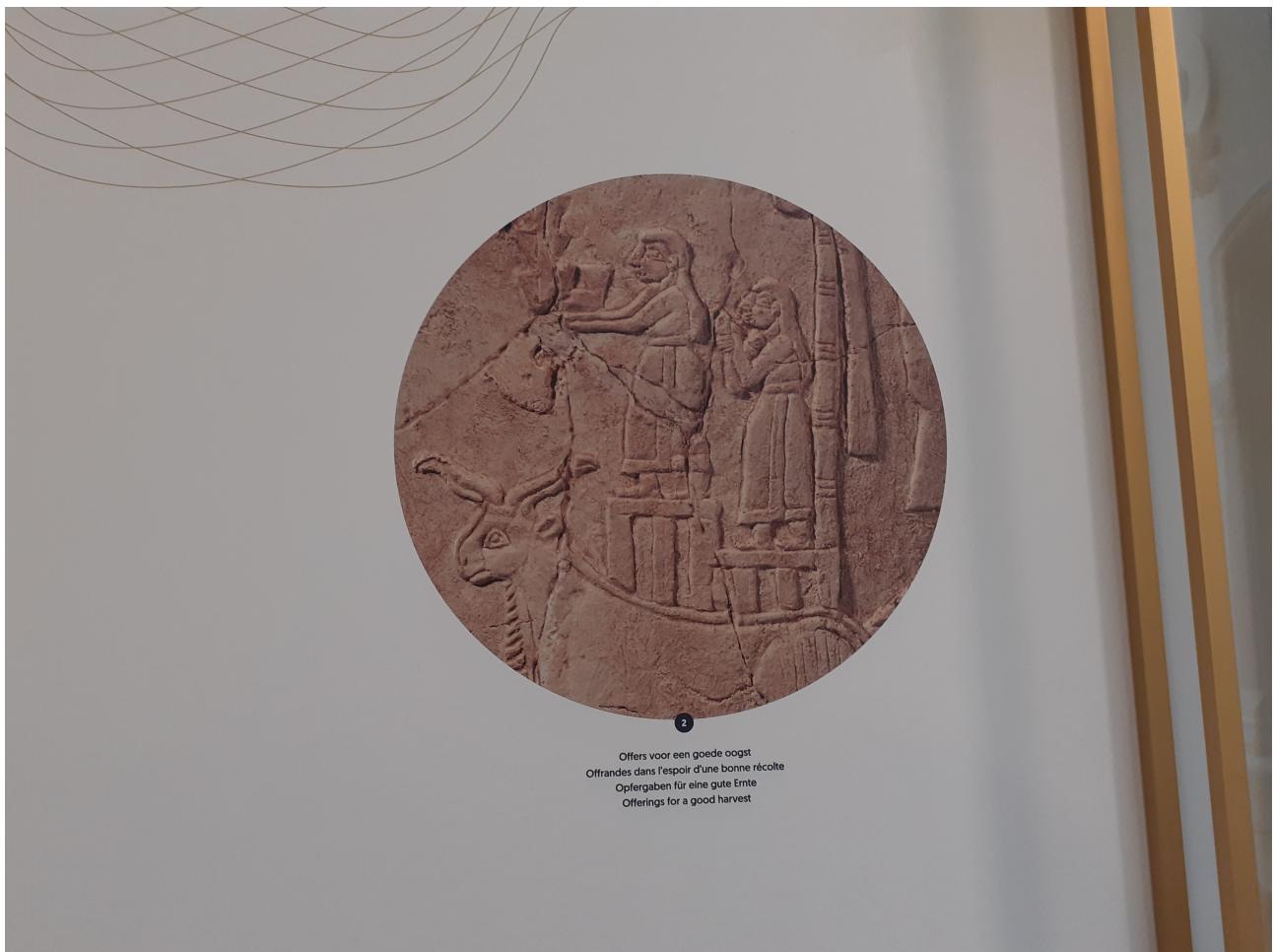
- payer des dettes
- transport de comptes à payer
- dépôts changent de propriétaires
- prêts avec intérêts



5ème SIECLE avant JC- les ROIS PERSES frappent la monnaie- UNITE base le sigles ancienne unité de poids



VALEUR ECHANGE-OBJET D' ECHANGE -marchands céréales-matières premières
GRECS-ROMAINS -BETAILS-SEL- Coquillage plumes et perles



2-FONCTION MONNAIE basée sur la CONFIANCE.

A/CONFIANCE.

valeurs objets-confiance mutuelle-monnaies marchandises

B/FONCTION

COMMERCIALE -SOCIALE-RELIGIEUSE

C/MONNAIE UTILITE.

paiement -faire des achats-comparer prix-valeur biens-instrument compte

3/ FORMES DE MONNAIE.

- 1/ monnaie métallique (les pièces)
- 2/ monnaie papier (les billets)
- 3/ monnaie scriptural (lettres de changes- chèque- crédit- contrat de vente-dettes)
- 4/ monnaie numérique (bitcoin)

1000-

INVENTION DU BILLET DE BANQUE EN CHINE .



1434 - « VIERLANDER » ANCETRE de L' EURO.



« Pour ce faire, il va mettre en place un système uniforme qui se compose de deux pièces d'or, de quatre pièces d'argent et de deux pièces en cuivre. »

Au 12eme siècle en EUROPE , les ARTISANS et les MARCHANDS développent les transactions grâce à la MONNAIE dans les villes.Les pièces d'OR et d'ARGENT.

Les pièces d'argent seront appelées " Vierlander ", en références aux quatre provinces dans lesquelles elles ont été frappées : Brabant , Flandre, Hainaut et Hollande.

Ce " Vierlander " est l'une des premières étapes dans la réalisation d'une union monétaire entre plusieurs pays européens.

" Le Vierlander " est parfois, d'ailleurs, appelée l'ancêtre de l'Euro.

LIVRE =

" 1434-1830, les monnaies des Pays-Bas bourguignons, espagnoles et autrichiens et de la période française et hollandaise "

paru aux éditions Hugo Vanhoudt.

1826- INVENTION DU CHEQUE .

La Banque de France émet ses premiers chèques en sous le nom de «mandats blancs». Mais la véritable introduction du chèque en France, sous sa forme actuelle, date du **14 juin 1865**.

1974- CARTE DE CREDIT-FRANCE.

En 1974, Roland Moréno, un ingénieur français, met au point « un objet portable à mémoire » qui ouvre la voie à la **carte** de paiement à puce à la fin des années 1970. Plus sécurisée et porteuse de services nouveaux, cette solution est déployée dans toute la France dès 1988, puis commence à s'exporter en 1997.

2002- MONNAIE EUROPE =EURO.

Les pièces et les billets ont été mis en circulation le **1er janvier 2002**, et le plus grand changement de monnaie de l'histoire a eu lieu dans 12 pays de l'UE.

2009- BITCOIN-MONNAIE VIRTUELLE.

Contrairement aux monnaies classiques (également appelées monnaie fiat), le **bitcoin** n'est pas émis et administré par une autorité bancaire. Il est émis sur le protocole blockchain du même nom.

CRYPTO-MONNAIE renvoie au grec -signifie caché -secret-combine avec la monnaie électronique-le cryptage permet de **sécuriser les actifs** et les transactions en crypto-monnaie.

2014- yuan numérique-CHINE

La banque centrale chinoise a publié une version pilote d'un portefeuille numérique en e-Yuan utilisable sur smartphone- Alors que 140 millions de particuliers ont des comptes en yuans numériques, les transactions effectuées pesaient à cette date pour près de 8,6 milliards d'euros (62 milliards de yuans).



ARGENT-TROP CHER.

BANK	PROFITS-MISSION- RETURNS financiers et non financiers
ETHIQUE	NON SPECULATIF LA FINANCE VERTE-BOND (GREEN -BLUE-SOCIAL)
SOCIAL	INVESTISSENT SOCIAL RESPONSABLE-ISR BANK A MISSION
ETHNOLOGIE	Le troc- AVANT l'ARGENT n EXISTAIT PAS CAPITAL NATUREL
SOCILOGIE	POUVOIR de L ARGENT- il peut dominer dans la société L'importance relative .PLACE SOCIALE
PHILOSOPHIE	On recherche la richesse , pas l'argent. Le but est de bien vivre et le BIEN ETRE.
Psychologie	Utilité de l'argent - You can't eat the money !!
HISTOIRE	INVENTION A L ANTIQUITE
ECONOMIE	ACHETER BIENS et SERVICES
VITESSE	INFLATION
INVESTIR	TAUX INTERET INVESTIR de l'ARGENT ou du TEMPS ou ENERGIE
DISTANCE	La circulation de la monnaie
NEURO	Activation de la dopamine - prévision du gain salaire- gain financier
EGLISE	Condamnation des marchands- taux Intérêt -protestante- bienfaisance
ODORAT	L'argent n'a pas d'odeur
VUE	ON n'a JAMAIS VUE la COULEUR de l'argent.
TOUCHER	TOUCHER PAS AU GRISBI !!
Environnement	L'argent se définit sur un territoire un PAYS. TAUX DE CHANGE
MEDECINE	SOINS GRATUITS-UNIVERSELLES SECURITE SOCIALE

ACHETER des BIENS VIRTUELS=

BONS PLACEMENTS OU SPECULATIFS.

1/ MONNAIE = CRIPTO

Depuis quelques années, **des biens immobiliers (en réel...) sont financés en cryptomonnaies.** Une tendance qui devrait se confirmer dans les mois et années à venir. En Floride, les **transactions immobilières effectuées en Bitcoin** ont fait leur apparition dès 2009 ! La mention «Bitcoin accepté» s'est largement multipliée dans les descriptifs de certaines annonces de vente de logements aux Etats-Unis et dans d'autres pays. La France, une nouvelle fois, accuse un retard important sur le sujet. **Affaire à suivre...**

2/ IMMOBILIER = Terrain-5ème AVENUE.

« l'entreprise Republic Realm, basée à New York, a annoncé avoir dépensé la somme record de 4,3 millions de dollars pour l'achat d'un terrain sur **The Sandbox** » **LES ECHOS.**

3/ ART = rapport ARTPRICE

NFT- non-fungible tokens

2,7 milliards de dollars de ventes en un an (2020-2021) en ligne

Deux-tiers des ventes en lignes sont des NFT

69,3 millions de dollars : le prix record d'une oeuvre de Beeple

4/ BIENS de CONSOMMATION <https://www.roblox.com/nikeland>

« 608 baskets vendues en sept minutes

En février 2021, la start-up a par exemple collaboré avec le street artist Fewocious. Ensemble, ils ont vendu en seulement sept minutes 608 paires de baskets pour un total de... 3,1 millions de dollars (121 paires à 10.000 dollars, 207 paires à 5.000 et 280 paires à 3.000). » **LES ECHOS.**

**** PLACEMENTS SPECULATIFS = BULLE = ADDICTIONS

**** MONDE NUMERIQUE =CONSOMMATION D ENERGIE des MACHINES

**** MONNAIE ETATIQUE EN CONCURRENCE-CHINE-E YAN NUMERIQUE

*** LOIS de GRESHAM- « La mauvaise monnaie chasse la bonne »

FERME-TERRS AGRICOLES

IMMOBILIER -FINANCIER -SOLIDAIRE

La population mondiale va augmenter -les fermes vont avoir une demande de production en croissance pour nourrir les terriens. SAFER				
Investissement peu liquide Non tangible	Placement sûr diversifié	Patrimoine vert-transition	RENTABILITE a/ferme 1-3% an b/ fermage 2%	TICKET ENTREE
IMMOBILIER PRIX	6000 eu 1 hectare 10,000m2	BATIMENTS + terres		350,000 EU 2MILLIONS EU
	SCI-GFA	1 PART		1000-2000 euros
FINANCIER				
FINANCIARISATION AGRICLTURE	Investissements étrangers	Patriotisme Économique	SPECULATION	FONDS INSTITURIONELS
BOURSE	Granultatex AGRIVOLT	A/Agriculture-bio B/énergie renouvelable	EURONEXT	AGRIVOLT- 1,5euros FR0010650622 MLAGR
PORTFEUILLE	SCPI ferme	BANQUE		100 eu à 1000 euros
NON FINANCIER	1/DONS		ACHAT 1 VACHE	1500EU
	COLLABORATIFS 2/SOLIDAIRES	Terre de lieu	(citoyens exemple= ferme bio pays bas)	100euros
	3/PARTENAIRES	A/ BONDUELLE alimentaire	ACHAT Terres agricoles	Actions CAC 40 =12euros
		B/SUPERMARCHE SUPER-U		

Le logement pour les résidants.

IMMOBILIER EUROPE	200,000 euros		Consommation du logement dans la consommation finale des Ménages	<u>PROPRIETAIRES</u> <u>en FRANCE</u> <u>1970-2013=</u> 70m2 à 91 m2 23 à 40 m2 / personne
LONDRES	18m2	EUROPE FRANCE	22,00% 1960-24% 1975-30% 2019-31%	Augmentation de charges indirectes assurances crédits- assurances de crédit -énergie
PARIS	22m2	FRANCE PARIS PARIS CENTRE	50% du SALAIRE 20% résidences secondaires dont 20% non français « Moins de Parisiens à PARIS. »	<u>Propriétaires</u> 1970=42% 2020=58%
MADRID ROME	36m2			+CONFORT= +CHER
BERLIN	48m2			
BRUSSELS	50 m2			
MONACO	ENTRE 25,000eurosM2 50,000 euros M2		SMIC = 1700 euros = HLM Protection	Ménages + petits logement +grands

AIRBNB- logement des villes en locations saisonnières Les locations meublées touristiques sont spéculatives – les centres villes européens perdent en habitant. Les villes sont peuplées de touristes résidents qui ne participent pas à la vie des la ville.Ils consomment du rapide, et les villes perdent leur âme. BARCELONE-BERLIN -Les RESIDENCES secondaires= PARIS 20% de résidences secondaires. SUEDE compagnies municipales- INTERET GENERAL

Le logement est plus cher et nous consommons 30% des revenus des ménages en FRANCE car nous avons plus de surface.

\$\$\$\$- BOWIE BONDS-\$\$\$

Notation Triple A-Valeur Sure.

BOWIE A FAIT DECOUVERT = IGGY POP-LOU REED

Titres =HEROES -LIFE ON MARS-SPACE ODDITY-TOTAL 140 Millions Albums.

Bond" étant le terme anglais désignant un titre de dette qui s'échange sur les marchés, l'obligation.

1997.Le chanteur va donc lever des fonds en se servant de ses droits d'auteur.

Et il crée à cet effet de la dette adossée aux revenus qu'il doit toucher dans les années à venir sur son catalogue de chansons datant d'avant 1990 (soit environ 280 titres).

Il a eu recours à un banquier d'affaires new-yorkais, David Pullman, qui s'offrira à cette occasion un sacré coup de publicité.

David Bowie a utilisé une partie de l'argent levé pour racheter les droits de certaines chansons détenues par un ancien manager...

MONTANT EMPRUNT= 55 millions de dollars de l'époque.

RENDEMENT = 7,9% pendant 10 ans.

Question d'autant plus pertinente qu'en 2004, Moody's avait violemment dégradé la note de l'emprunt, arguant que la musique voyait ses revenus se contracter sérieusement, avec l'arrivée du piratage et du téléchargement illégal. Mais il semble que David Bowie ait bien réussi à rembourser ses emprunts, faisant fi de la morosité de l'industrie

1998-Un emprunt similaire fut utilisé par la Motown.



OBLIGATIONS ENTREPRISES

«Bon MEFO»

Metallurgische Forschungsgesellschaft.

1934	MEFO	OBLIGATIONS ENTREPRISES émises par l'Allemagne.
		Financer uniquement l'industrie de l'armement Allemande.
TAUX INTERET -MEFO= 4%.		Hjalmar Schacht, ministre de l'économie du Reich
1938 = 12 milliards reichsmarks		Projet de relance économique tout en permettant de contenir l' inflation .
		Les banques et les municipalités étaient obligées d'acheter des bons MEFO, **jusqu'à hauteur de 30 % de leur portefeuille pour les banques **90 % pour les municipalités et compagnies d'assurance .

Paul Jorion estime cependant que leur utilisation relevait du « TROC »

instrument de [politique monétaire non-conventionnelle](#).

SUBSTITUT a LA MONNAIE TRADITIONNELLE.

LIVRES

Jean-François Bouchard, *Le banquier du diable*, Paris, Max Milo, 2015, 288 p.



ISR

L'investissement socialement responsable (ISR) désigne l'ensemble des pratiques qui, en matière de gestion de portefeuilles et de placements financiers, tiennent compte de **critères autres que purement financiers.**

<https://www.novethic.fr>

CRITERES -INTEGRER ESG-ODD ONU 17 points-BONNE GOUVERNANCE

EXCLURE

Nous excluons les actifs qui ne remplissent pas nos critères de base en matière d'investissement responsable.

Identifier ESG-OPTIMISER-CONSTRUCTON PORTEFEUILLE DURABLE

STRATÉGIES IMPACT

>>> A/ SOCIETE

>>>> B/ ENVIRONNEMENT

HYDROGENE-TECHNOLOGIE-ECONOMIE CIRCULAIRE-

LIMITER LES CANICULES-GIEC-CLUB DE ROME-NEUTRALITE CARBONE -

ACCORD DE PARIS -2015-COP 21-VEHICULES ELECTRIQUES-EOLIEN-SOLAIRE

***La réduction du coût de l'hydrogène dit « vert », produit par électrolyse de l'eau au moyen d'électricité renouvelable, sera essentielle. Selon les estimations actuelles, il faudra une dizaine d'années pour que l'hydrogène vert devienne réellement compétitif en termes de coûts.

<https://www.axa-im.fr/investissement-responsable>

JAZZ Création

BUSINESS -ORGANISATION



PROCESSUS DE CREATION	INNOVATION	<u>AUTONOMIE- tacit understanding</u>
	INTELLIGENCE COLLECTIVE	Si vous ne faites pas d'erreur, c'est une erreur
	IMPROVISATION	upon "mistakes"-en jazz, les règles sont d'argent, l'improvisation d'or !
	OUVERTURE ESPRIT	<i>« Le brassage de profils de participants différents était réussi. L'ambiance était sympathique. Il y avait une bonne dynamique. Je n'ai pas appris exactement ce que j'attendais mais j'y ai appris des choses nouvelles. L'ouverture et le dépaysement étaient agréables. »</i>

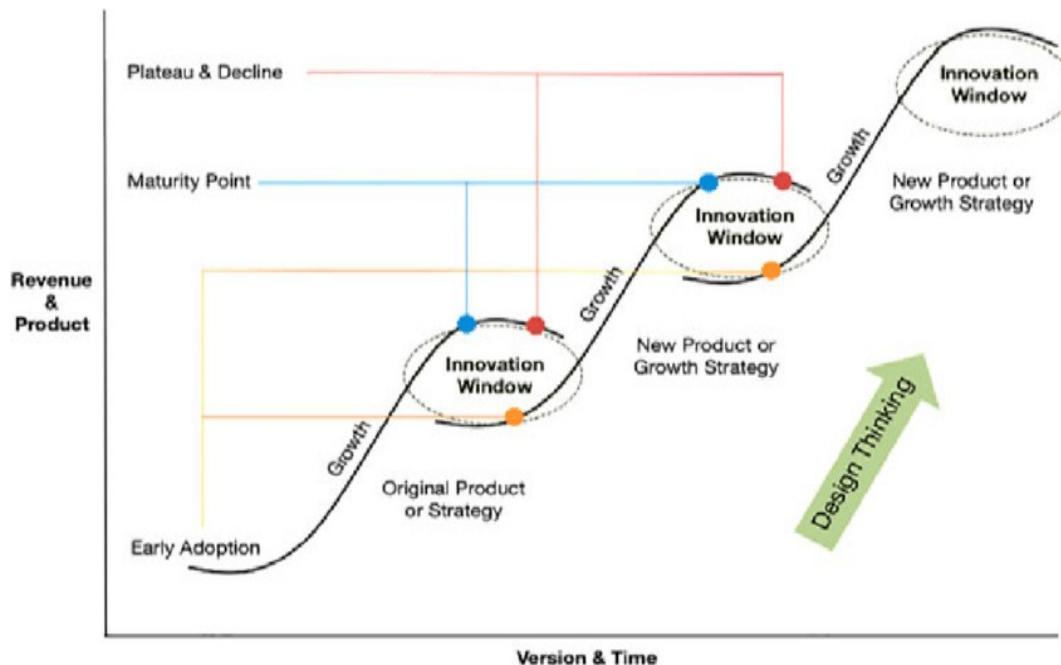
THE S-CURVE

La « S-curve », bien connue des théoriciens du management, est une représentation des trois stades par lesquels passe la diffusion d'une innovation.

1/Le premier relativement plat, tout en bas du S, est celui où le nouveau produit ou procédé reste confiné à quelques « adopteurs », plus précoce et plus aventureux que la moyenne des consommateurs.

2/Le deuxième niveau, là où le S se gonfle et s'élève, c'est celui du ralliement d'une grosse partie du marché à l'offre nouvelle.

3/Mais vient le troisième temps, celui de l'aplatissement à un haut niveau de la courbe : le succès est installé, il peut être durable. Toute la difficulté alors est de savoir enclencher une autre courbe en S. C'est la martingale des vrais innovateurs.



ORGANISATION	les échanges de connaissances, afin de favoriser l'émergence d'une intelligence collective et l'élaboration de nouveaux contenus et, conséquemment, de stimuler l'innovation »
MINTZBERG LEADERSHIP COMMUNITYSHIP	Dans cette perspective, c'est sur une vision partagée du leadership que devaient s'exprimer les équipes de jammers . De la communauté émerge un projet et conséquemment un leadership réparti . Nos observations vont dans le sens des propos tenus par Mintzberg (2008) au regard du nécessaire passage du leadership au communityship . Ainsi « le rôle du leadership est variable , il est partagé entre plusieurs personnes dans un groupe selon leurs capacités et les conditions du moment. » (Mintzberg, 2008, p.17), c'est la raison pour laquelle mieux vaut s'appuyer sur la force du collectif – en effet l'efficacité du leadership « ne se trouve pas tant dans un individu en particulier que dans un processus collectif » (Mintzberg, 2008, p.17). Les équipes affichant la meilleure satisfaction <i>ex post</i> ont ainsi su s'appuyer sur un partage du leadership lors de la Jam session
BRAINSTORMING	le JAM est une séance de BRAINSTORMING FACE-FACE qui alimente le processus de création musicale.
COMMUNICATION	In jazz performance, there is no decision-making centre , and the score, if it exists, offers only a rough framework. Therefore, band members have to communicate with each other continuously while they are playing.
NATURAL LEADERSHIP/// EXECUTIVE LEADERSHIP	Front -line manager ///SUPPORT TEAM

ECONOMIE ****Lorsqu'il décide d'enregistrer *Kind of Blue*, l'Américain en convoque six, dont un trio qui fait rêver: les saxophonistes Cannonball Adderley et John Coltrane, le pianiste Bill Evans, qui cosignera deux des cinq titres

*****Kind of Blue est l'album le plus vendu de Miles Davis, et le disque de jazz le plus vendu de tous les temps.** Le 7 octobre 2008, la Recording Industry Association of America a certifié ses ventes de **4 disques de platine (plus de 4 millions d'unités)**

A/ VENTE de DISQUES =

L'artiste perçoit environ 10%, en fonction de son contrat d'artiste avec le **producteur**.

Le **producteur** touche un **pourcentage** (autour de 15%) négocié avec la maison de disque et son contrat de licence. Le reste, à savoir 75%, allant à la maison de disque pour son travail de fabrication, distribution et promotion.

B/ Numérique =

Sur un fichier MP3 vendu 1,29 euro sur iTunes France,

l'interprète de la chanson ne touchera que 0,04 euro, soit environ 4,7% de la vente.

C/ DROITS AUTEURS -SACEM-

Entre les différentes catégories (auteur, compositeur, éditeur), les droits d'auteur sont répartis selon les règles suivantes :

- le phono est réparti entre les auteurs, compositeurs et éditeurs selon le partage contractuellement défini entre eux ;
-
- les DEP et DR sont répartis entre les auteurs, compositeurs et éditeurs selon les règles de partage fixées par le Règlement général :

- DEP : 33,3 % pour les auteurs, 33,3 % pour les compositeurs, 33,3 % pour les éditeurs ;
- DR : 25 % pour les auteurs, 25 % pour les compositeurs, 50 % pour les éditeurs

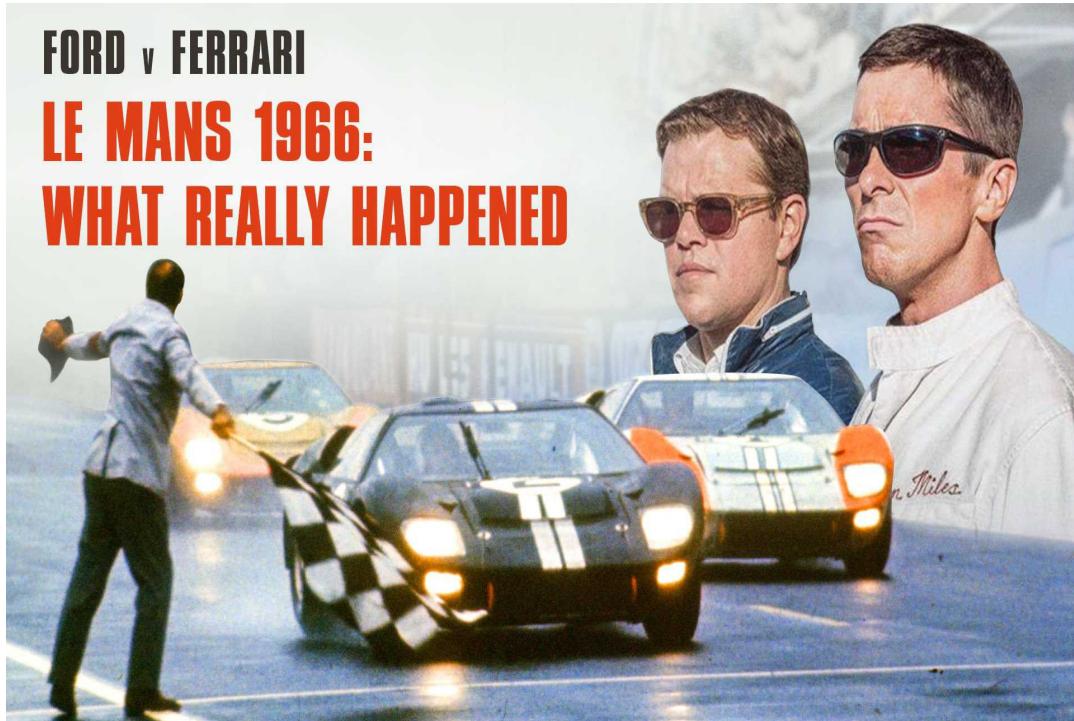
D/ CONCERT -SET CLUB DE JAZZ =

CACHET avec un PRODUCTEUR.



1/ MARKETING-COMMUNICATION =les 3 FORD au MANS en 1966.

2/ MANAGEMENT = LE FORDISME



1/COMPETITION DES 24 H du MANS

CULTURE = « LEGENDE » SPORT AUTOMOBILE

AU DELA DE L'ECONOMIE.

2/ MANAGEMENT.

*BONNE PAYE POUR LES OUVRIERS

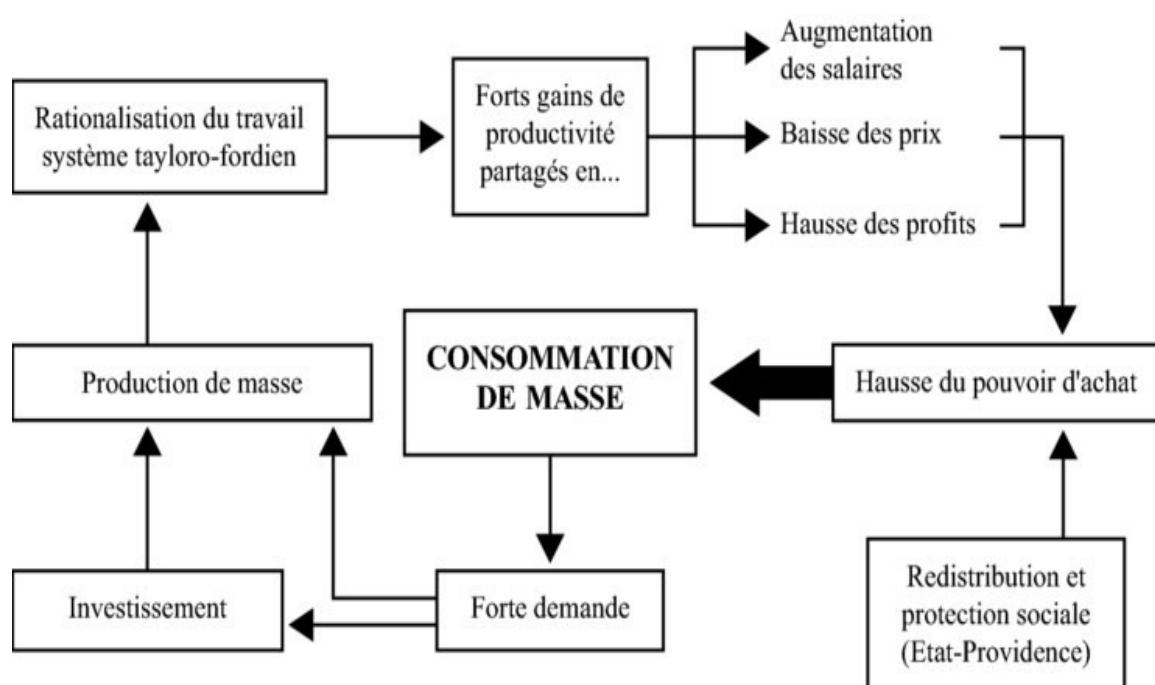
* ORGANISATION TRAVAIL



FORD T

- diviser le travail - travail à la chaîne.

-C'est donc la **production de masse**.



L'AGE D'OR

en ECONOMIE

pour *OUBLIER LA BARBARIE*

1/ EGYPTE-ECRITURE-COMPTABILITE.
HERITAGE de la CONNAISSNACE

2/ LES ROMAINS-ANTIQUITE.
DEMOCRATIE-STRUCTURE EUROPEENNE.

3/ PAYS BAS.
LE COMMERCE MARITIME INTERNATIONAL-XVIIe

4/ FRANCE CONSRUCTION D UNE SOCIETE
ECONOMIQUE. XVIIIe-XIXeme

5/ USA -LA SOCIETE DE CONSOMMATION-1960

6/ LA NORVEGE -L ECONOMIE VERTE -
FOND SOUVERAIN-2000

7/ LA COTE IVOIRE –
NOUVEL ELDORADO du Tertiaire.

1/EGYPTE-HERITAGE des CIVILISATIONS HUMAINES.

1/CIVILISATION CONNAISSANCE-NAISSANCE -

ECOLE -ALPHABET -DICTEE HIEROGLYPHE-CALCUL SCRIBE-COMPTABILITE
ECRITURE-ABONDANCE-RICHESSE

2/MARCHE-ECONOMIE

a/PAS DE PIECES NI BILLETS-TROC-DEBEN-PAS DE MAGASINS
b/COMMERCE MARITIME
c/ARTISANS
d/AGRICULTURE
e/MAISON DE TERRE-JARDINS -POTAGER-PAS de MEUBLES

3/SOCIETAL.

ARCHITECTE
CONNAISSANCE
ARTS (DANSE-HUMOUR)-CUISINE
HYGIENE
FETES (APERO-BIÈRE AU MIEL-HOUBLON-VIN)
CONSTRUCTION-BUREAUCRATIE- TRANSPORTS-JUSTICE

2/ LES ROMAINS-ANTIQUITE et DEMOCRATIE- STRUCTURE EUROPEENNE.

Les causes de la décadence et de la chute de Rome sont :

l'agrandissement même de l'État qui changea en guerres civiles les tumultes populaires ;

les guerres éloignées qui, forçant les citoyens à une longue absence, leur faisaient perdre insensiblement l'esprit républicain ;

le droit de bourgeoisie accordé à une foule de peuples ;

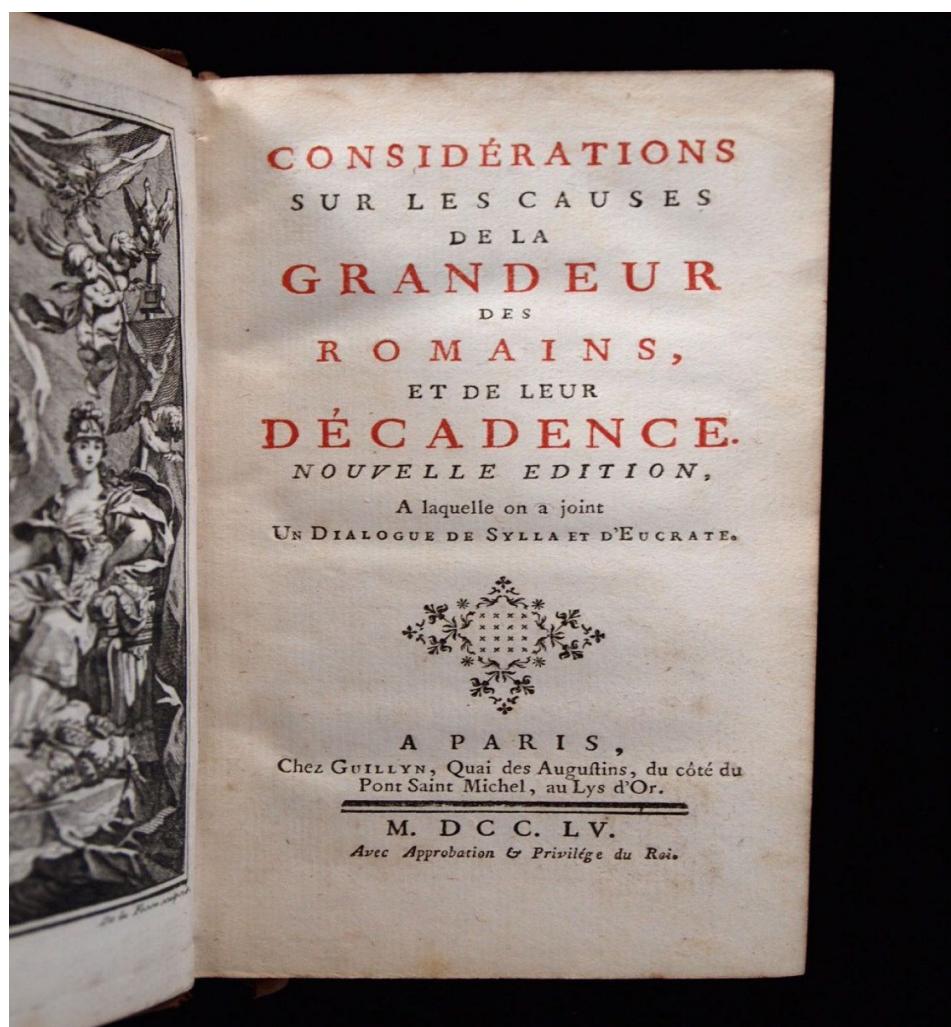
la corruption introduite par le luxe de l'Asie ;

les proscriptions de Sylla, qui avilirent l'esprit de la nation et la préparèrent à l'esclavage ;

la longue suite de mauvais princes assis sur le trône impérial ;
enfin le partage de l'empire,

qui périt d'abord en Occident par l'invasion des barbares germains et qui, après avoir langui dix siècles en Orient,

se vit réduit aux faubourgs de Constantinople



ECONOMIE ROMAINE

DROIT ROMAIN-DEMOCRATIE-
TAXES -IMPOTS-MONNAIE
COMMERCE MARITIME
AGRICULTURE

SAVOIR-CONNAISSANCE -ROME CAPITALE MONDE

ECOLE A LA GRECE-LIRE-ECRIRE-COMPTABILITE-LIBRAIRIE-LIVRE

ELDORADO SOCIETAL

URBANISME-VILLES -ARCHITECTES-LUXE-VILLA-THERMES
RESEAU-EAU-VILLES-CITE-

DECLIN

LOISIRS

ECONOMIE =

SOCIETE =

MILITAIRE=

SPECTACLES-JEU-FETES
LOGEMENT-CHOMAGE-FAMINE-
CITOYENS-NON-CITOYENS
GUERRE CIVILE-GUERRE ELOIGNEE

3/ PAYS BAS-17ème LE COMMERCE MARITIME INTERNATIONAL.

TECHNOLOGIE-BATEAU-BOURSE DAM-FINANCE

COMMERCE INTERNATIONAL avec les INDES

AGRICULTURE

4/ 18eme -19eme -FRANCE CONSTRUCTION D'UNE SOCIETE ECONOMIQUE.

1789-1870 : la France en révolutions

1803-La création du franc germinal ou la naissance du franc fort-1803-MONNAIE

le franc germinal, créé en 1803 par Napoléon Bonaparte, alors Premier consul. Le franc fort est né, il vivra plus d'un siècle, jusqu'en 1914.

1804 : le code civil- DROIT

Le code civil inscrit dans l'ordre juridique les acquis de la Révolution.

1818 : la naissance du livret A- BANQUE

Garanti au début par l'Etat, le livret A séduira de nombreuses générations de Français, parmi les plus modestes, en leur permettant de réserver une part de leurs revenus en prévoyance des aléas de la vie.

1832 : les épidémies de choléra et la nécessité de l'eau potable- URBANISME.

1834 : la naissance de l'économie sociale et solidaire

Au cours du XIXe siècle, face aux dégâts du capitalisme moderne, de nombreuses initiatives mettent en pratique les principes de coopération, de mutualisme et de solidarité développés par plusieurs courants de pensée.

1842 : la grande loi sur les chemins de fer- 1 ère REVOLUTION INDUSTRIELLE

La loi de 1842 organise la construction par l'Etat d'un dense réseau de chemins de fer partant en étoile de Paris.

1848 : de l'émeute à la révolution- REPUBLIQUE

Les mauvaises récoltes précipitent la chute, cette fois définitive, de la royauté en France. La République est proclamée.

1848 : l'abolition de l'esclavage DROITS DE L HOMME

L'abolition de l'esclavage est proclamée en 1848. Pour l'obtenir, ses partisans ont dû étoffer leurs protestations morales d'arguments économiques afin de démontrer l'inefficacité de l'asservissement de l'homme par l'homme.

5/ USA .

LA SOCIETE DE CONSOMMATION-1960.

VOITURE-SUPERMACHE ABONDANCE-PETROLE-LOISIRS-SPORT-TELEVISION

PLEIN EMPLOI-CROISSANCE

6/ LA NORVEGE -L'ECONOMIE VERTE FOND SOUVERAIN-2000

30eme ECONOMIE MONDE

4eme PIB-HAB-70,000 EUROS

(salaires élevés)

1er FOND SOUVERAIN MONDE

ECONOMIE .

AGRICULTURE

(orge-blé -céréales)

PECHE-AQUA-LCULTURE

HYDRAULELECTRICITE

PETROLE GAZ

Mobilité verte

DE-CARBONNE-DD-

7/ LA COTE IVOIRE

NOUVEL ELDORADO du TERTIAIRE.

DEMOGRAPHIE >>> CHANGEMENT SOCIETE>>>

=1er PAYS en PERSPECTIVE COMMERCIALE 2020

ECONOMIE

AGRICULTURE =

CACAO-ANACARDE -PRIMAIRE = 20%

TOURISME

Stations balnéaires

PORT MARITIME

Commerce maritime

PETROLE

TERTIAIRE

(ENTREPRISES HAUT NIVEAU)50%

ENTREPRISES HAUT NIVEAU

CULTURE =

CAPITAL

MAGIC SYSTEM-FOOTBALL

ROSTOW

5 Étapes de la croissance

- 1) la société traditionnelle
 - 2) 5) l'âge de la consommation de masse.
 - 3) le décollage
 - 4) la marche à la maturité

LA SOCIETE ECONOMIQUE DURABLE 2022

1/PAIX SECURITE-DEMOCRATIE

2/MARCHE INTERIEUR-COMMERCE INTERNATIONAL
(ex=route de la soie avec la Chine -route maritime des indes)

3/SOUVERAINETE NATIONALE ALIMENTAIRE-PATRIOTISME AGRICOLE

4/NEUTRALIE CARBONE et CROISSANCE VERTE

A/ENERGIE VERTE = électricité -solaire- hydrogène verte

B/MOBILITE VERTE= vélo- transports verts

C/HABITAT = MAISON PASSIVE

D/ECONOMIE = TECHNOLOGIE-IMMATERIELLE-LOCALE-CIRCULAIRE

E/FINANCE ETHIQUE = ESG-ISR

5/CHANGEMENT STRUCTUREL DE SOCIÉTÉ VERTE VERS L'ETHIQUE et le BIEN ETRE