

LA VALEUR VERTE EN HERITAGE .

1- RESPONSABILITE et ETHIQUE.

1-A- PHIOSOPHIE =LE PRINCIPE DE RESPONSABLITE en ECONOMIE.

- 1-A-1 1865-WILLIAM STANLEY JEVONS - The coal question. PANNEAU
- 1-A-2 HANS JONAS-
- 1-A-3 CLUB DE ROME-GEIC=LE RISQUE CLIMATIQUE.
- 1-A-4 SOCIOLOGIE DE L ENVIONNEMENT -ANTHROPOCENTRISME
- 1-A-5 LE DEVOIR ECONOMIQUE-KANT = agir par devoir ou intérêt.=VA MORALE

B/ L 'ETHIQUE EN ECONOMIE.

- 1-B-1-1 textes anciens-religion
- 1-B-2- L'éthique en philosophie = ARISTOTE-WEBER-KANT-
- 1-B-3 Éthique en Économie -SEN-SMITH
- 1-B-4 FINALITE du TRAVAIL N EST PAS L' ARGENT
mais le BIEN ETRE de 1 INDIVIDU
- 1-B-5 RSE -BOWEN LA RSE WASHING- LA VALEUR SOCIALE-UTILITE
- 1-B-6 PARETO- LE BIEN ETRE ECONOMIQUE du plus grand NOMBRE
- 1-B-7 Le REVENUS de la RELATION SOCIALE ETHIQUE =
- 1-B-9 LES 17 POINTS ODD 17 pages Éthique pour les individus et la société-
LA VALEUR SOCIETALE-
- 1-B-10 LA GEOGRAPHIE DE L ETHIQUE DANS L ECONOMIQUE

2- LA CONSCIENCE VERTE EN ECONOMIE.

2-A- LES DIFFERENTES CONSCIENCES VERTES .

- 2-A-1 Husserl -CONSCIENCE de quelquechose- du monde -universelle
- 2-A-2 WEBER=conscience environnementale de prédisposition
- 2-A-3 SEARLE=une conscience verte intentionnelle
- 2-A-4 JUNG conscience collective verte
- 2-A-5 BERGSON- la creation de l etat de cosncience

2-B- LA CREATION DE LA CONSCIENCE VERTE

- 2-B-1 concept du FISH and PLASTIC = le poisson mange le plastique.
- 2-B-2 WORLD CEAN UP DAY
- 2-B-3 DECATHLON ACTION NATURE ramassage
- 2-B-4 TELETHON VERTE DANEMARK = ACTION
- 2-B-5 WORLD CLIMATE TELETHON- du MARVEL aux 7 milliards citoyens
MUSIQUE-TRYO -CEPHAZ

2-C- LA CONSCIENCE change le comportement

- 2-C-1 la conscientisation
- 2-C-2 la VALEUR REFLEXIVE

3- LA VALEUR ECONOMIQUE .

3-1- LA VALEUR INDIVIDUELLE = le développement éthique de la personne.

3-2- LA VALEUR NATURELLE

LE CONTRAT NATUREL -MICHEL SERRES = les fruits de la nature

10-VALEUR FRUCTUS

LA TERRE nous donne

USUS et le FRUCTUS

SAUVONS l'ABUSUS pour les générations futures

644 cc la propriété privée

3-3- VALEUR USAGE -NON USAGE

3-4- VALEUR PENSEURS ECONOMISTES

SMITH-RICARDO-MARX-QUÉNAY-

3-5- VALEUR OR-BLANQUE

BLANQUE -le sujet+objet + sujet économique-

La valeur de l'or

3-6-VALEUR DON

LE DON de la NATURE

MAUSS- DERRIDA – BOURDIEU

3-7-VALEUR FUTURE.

1- COMPTABLE

2- OPTIONS VALEUR FUTURE

3- THÉORIE DES JEUX

3-8-VALEUR MONNAIE VERTE

la nouvelle MONNAIE VERTE – VALEUR échange – loi de gRESHAM

IMMOBILIER -CREATION DE VALEURS -LES VALEURS

3-9-VALEUR 1-2-3-VA ENVIRONNEMENT

VALEUR ECONOMIQUE -SOCIALE-ENVIRONNEMENT

ATKINSON end pearce

3-10- VALEUR IMMOBILIER

4- LES ACTEURS creent de la VALEUR .

A- LES MENAGES= la VALEUR IMMATERIELLE.

- 4-A-1 EPICURE – la vie dans la modération
- 4-A-2 ARISTOTE – summum bonum
- 4-A-3 WWF-CITOYEN=l'addition des actions individuelles à l'action collective, des petits
- 4-A-4 LA SURCONSOMMATION-EXEMPLE = l' entrecôte US- la consommation
- 4-A-5 LA CONSOMMATION LOCALE-BIO
- 4-A-6 LA CONSOMMATION IMMATERIELLE-VA -IMMATERIELLE
- 4-A-7 marché du carbone des particuliers

B- LES ENTREPRISES=RSE- OWEN=VALEUR SOCIETALE.

- 4-A-1 la responsabilité du business man -RSE WASHING COMMUNICATION
- 4-B-2 GOUVERNANCE ETHIQUE -RIESE-ETUDE HARVARD
- 4-B-3 l'entreprise profit , l entreprise au service de la société
- 4-B-4 Le BACK UP= le retour pour la société
- 4-B-5 FONDATION ENTREPRISE
- 4-B-6 LA TRANSITION ECOLOGIQUE
- 4-B-7 ENTREPRISE SOCIETALE ENGAGEE -CREDIT AGRICOLE
- 4-B-8 OFFRE et DEMANDE VERTE = MARKETING 4P
- 4-B-9 Le MARCHE DU CARBONE pour les entreprises
VALEUR POUR LE CLIENT=GAGNER DU TEMPS -de la CROISSANCE
VALEUR SOCIETALE

C/ ETAT FORT= LA VALEUR DU DROIT = L INDIVIDU.

- 4-C-1 NUDGES COUP DE POUCE particuliers et entreprises
- 4-C-2 ADEME-MA PRIME RENOV
- 4-C-3 LES TRAITES =ACCORD DE PARIS-NEW DEAL-rifkin-PACTE VERT
- 4-C-4 le DROIT ENVIRONNEMENT createur de VALEUR

- 4-C-5 KARL SCHMIDT = la VALEUR DE L ETAT -la création de l'individu-

D/ LE RESTE DU MONDE CONSOMME

- 4-D-1- PRODUIRE-CONSOMMER - VA LOCALE -MOINS TRANSPORT
- A-D-2 AVANTAGE CONCURRENTIEL
- A-D- 3 PATRIOTISME LOCAL partout dans le monde
- A-D-4 ECONOMIE CIRCULAIRE

5- LA FINANCE VERTE pour construire une infrastructure économique zero carbone .

A- DE LA SPECULATION A L ETHIQUE FINANCIERE.

5-A-1-L ARGENT-QUELLE PERCEPTION-UTLITE-LE GOFF-ZOLA-SIMMEL

5-A-2- CRISES SPECULATIVES FIANNCIERES - subprime 2008-2010-

5-A-3Les crédits hypothécaires- WALL STREET- LE FILM

B-L ETHIQUE FINANCIERE.

5-B-1- L 'HISTOIRE de la finance

5-B-2 La finance islamique -700 milliards -interdit religieux = la riba.

C- PRISE DE CONSCIENCE D EPARGNER VERT.

5-C--1 GREEN BOND -FINANCE PUBLIC

5-C-2GREEN BOND -MARCHE DES PARTICULIERS-

5-C-3-GB SNCF = pour les particuliers 100 MILLIARDS

5-C-4 BONDS = SOCIAL-BLUE

5-C-5-ISR

5-C-6-ESG-CAC ESG

5-C-7les indicateurs BOURSIERS CAC ESG

5-C-8-LES INDICATEURS ETHIQUES

5-C-9-l'indicateur éthiques boursiers suisse chrétien

D- LES PRODUITS BANCAIRES.

5-D-1-AIR LIQUIDE -LA VA pour la STRUCTURE ECONOMIQUE

5-D-2-LES BANQUES

5-D-3-MOINS CONSOMMATION MATERIELLE + EPARGNE

5-D-4-INVESTISSEMENTS CAC -ENVIRONNEMENT

5-D-5-PATRIMOINE FORET dans le PATRIMOINE

5-D-6-SCPI FERME

5-D-7-LE LIVRET VERT-LIVRET A – 500 MILLIARDS EPARGNE COVID

6- le capital naturel , création de valeur économique.

A- LA COMPTAbiLITE de LA NATURE.

- A-1- la capital naturel -WWF+ rIFKIN
- A-2- 1976-le patrimoine naturel -FRANCE
- a-3- le patrimoine naturel unesco-
- a-4- le patrimoine immateriel unesco -
les traditions agricoles
- A-5- BLUE PRINT
- A-6- CAPITAL COALITION

B- L'ECONOMIE VERTE =

- B-1-A-AGRICULTURE =FRUITS-LEGUMES-MARCHES -ALCOOL-MARKETING
- L IMMOBILIER DES FERMES
- B-2-B-AA-PRESERVATION de la BIODIVERSITE
- B-3B-LE TOURSIME VERT et SPORTIF= GITES-VELO-SURF-
- B-4-C- LA RESTAURATION – EXPERIENCE CULINAIRE-RUISSELLEMENENT
- B-5-D-ENERGIE VERTE = eolienne-hydrogène-solaire-

C- LA VILLE ET LA NATURE

- c-1-MODELE LUND = A-ANCIEN MODELE Bruges+seéville+venise
- b- nouveaux modèle = DAM-AVORIAZ-ESPAGNE-HAMBURG
- c-2--L ARCHITECTURE c-2-1LE CORBUSIER c-2-2-london droit lumière
- c-2-3- LES JARDINS c-2-3-1 -HABITAT -c2-3-5-URBANISME

E- L EDUCATION DE LA NATURE

- E-1- EDUCATION =EDUCATION =L ECOLE DES NORDIQUES dans la FORET.
- E-2-TOURISME FERME = TOURISME FERME-CAPITAL = CAPITAL SANTE

F LA COMMUNICATION DE LA NATURE.

- F-1-SPORT = cyclisme-triathlon-surf
- F-2-ART = F-2-1-PEINTURE F-2-3-CINEMA = GREEN BOND

CONCLUSION = la valeur VERTE sert les intérêts individuels et les intérêts collectifs pour un bien être personnel et d'intérêt général

ARTICLE

IMMOBILIER PUBLIC-

IDEES ECONOMIQUES

MARCHE DU LOGEMENT EN FRANCE = 60% PRIVE- 40% PUBLIC

IMMOBILIER SOCIAL 50%

IMMOBILIER FAMILLE 40%

IMMOBILIER LUXE 10%

MARCHE RIGIDE DE L IMMOBILIER PUBLIC=

PART LOGEMENT BUDGET MENAGE MAXIMUM =20%

REVENUS POUR L ETAT -PATRIMOINE ETAT

MARCHE FLEXIBLE + LIQUIDE IMMOBILIER = RAPIDE-SPECULATIF-COUT

FRANCE IMMOBILIER

37 MILLIONS DE LOGEMENT (5 millions de logements SOCIAUX)

MARCHE ACTUEL = PRIVE 77%- PUBLIC 13%

-TAUX DE PROPRIETAIRE-FRANCE =60% (Suisse 20%)

TAUX DE LOGEMENT SOCIAL = 16 % >>40 % MARCHE IMMOBILIER .

BAISSE DE LA SPECULATION ET DES PRIX

MARCHE LOGEMENT =

A-PRINCIPAL=80%

-B-SECONDAIRE=10%

-C-VACANCE = 8% = 3 MILLIONS LOGEMENT (AIRBNB)

SUISSE => 1%

APPARTEMENT LOCATIF-

PARIS -APPARTEMENT -VACANCE = 7%

Il FAUDRAIT une VACANCE INFERIEURE à 1%.

CRISE DE LOGEMENT = DEMANDE 200.000 -300.000 demandes de LOGEMENTS-AN

DEMANDE DES MENAGE = 1,5 MILLION LOGEMENT

