

La valeur verte **L'HERITAGE.**

CONSCIENCE ENVIRONNEMENT	BERGSON-HUSSERL SEARLE	WEBER JUNG
PRISE DE CONSCIENCE EPARGNE VERTE	ARROW UNINAMITE	PROFITE AUX INDIVIDUS 1- financiers= dividendes 2- sociétal = infrastructure énergie verte 3- zéro carbone= environnement
ECONOMIE	RESPONSABILITÉ ECONOMIQUE DU CITOYEN AVEC LE PATRIOTISME	
COMMUNICATION	ART ENTRECOTE FISH AND PLASTIC GREEN BOND SPORT	WORLD CLIMATE TELETHON
ECONOMIE	CONSOMMATION IMMATERIELLE	
SOCIOLOGIE TRANSFORMATION SOCIETALE	ETHIQUE ODD 17-ONU	ENTREPRISE FINANCE-ISR INDIVIDU SOCIETE
EPARGNE VERTE	FINANCER ENERGIE	ECONOMIE VERTE
FINANCE	SCPI FERME	
	FOND SOUVERAIN PATRIOTE	
AIR LIQUIDE	SOUVERAINETE ENERGETIQUE	INDEPENDANCE BCOMMERCIALE

- 1- RESPONSABILITE ET ETHIQUE .
- 2- LA CONSCIENCE VERTE.
- 3- LA VALEUR ÉCONOMIQUE.
- 4- LES ACTEURS ECONOMIQUES .
- 5- LA FINANCE VERTE pour cree NOUVELLE INFRASTRUCTURE-0-CAB
- 6- L ECONOMIE CREE DU CAPITAL VERT .

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 l 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-QUESNAY-

3-5- VALEUR OR-BLANQUE

BLANQUE -le sujet+objet + sujet économique-

La valeur de 1 or

3-6-VALEUR DON

LE DON de la NATURE

MAUSS- DERRIDA – BOURDIEU

3-7-VALEUR FUTURE.

1- COMPTABLE

2- OPTIONS VALEUR FUTURE

3- THEORIE 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 = I 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

INTRODUCTION.

1/ RESPONSABILITE et ETHIQUE

1-A-1- LA RESPONSABILITE.

A- THE COAL QUESTION -STANLEY JEVONS-1865

B- HANS JONAS- RESPONSABILITÉ en philosophie

C-CLUB DE ROME -GEIC

1--LA QUESTION DU CHARBON. PARADOXE.

LA QUESTION DES PANNEAUX SOLAIRES

LA QUESTION DES BATTERIES

Sur la Question du charbon (1865) et le paradoxe de Jevons

Sur la question du charbon (1865).

Pour lui, la hausse de la consommation de charbon, si elle se maintenait, risquait de conduire à une hausse des prix car il faudrait mettre en exploitation des mines dont les coûts d'exploitation seraient plus élevés.

Par ailleurs, il soulignait que le fait d'utiliser des machines moins consommatrices d'énergie n'amène pas à une baisse de la consommation mais entraîne au contraire l'utilisation de plus de machines qui contrebalancent les économies d'énergie — constat aujourd'hui connu sous le nom de [paradoxe de Jevons](#).

Jevons était assez pessimiste sur la façon de faire face à ce problème car il était sceptique sur la possibilité de trouver des énergies de substitution.

Sa seule suggestion positive était de réduire la dette nationale pour faire face aux problèmes futurs.

Cette proposition fut reprise par [Gladstone](#), alors ministre des Finances³.

THE OIL QUESTION 2023

LES MACHINES UTILISENT PLUS ENERGIE
IE PETROLE FACE A UNE ENERGIE DE SUBSTITUTION

ENERGIE NATURELLE = SOLAIRE VENT

THE PANNEAU SOLAIRE QUESTION

PLUS ENERGIE POUR CREER DE L ENERGIE

- ENERGIE DU PANNEAU SOLAIRE
- EOLIENNE quelle empreinte carbone
- batterie électrique quelle empreinte carbone

HYDROGENE

THE COAL QUESTION -JEVONS

1900 -le charbon= la nouvelle énergie pollue t elle
Plus que l'ancienne.

2000- les panneaux solaires

2020-les voitures électriques

HANS JONAS = GENERATION FUTURES - DVT DURABLE

Humanité à venir -contrat tacite avec les générations futures-droit légal-droit moral- droit humanité

**les générations à venir, ne peuvent être
les “sujets” d'aucune revendication,**

E.Brown Weiss,

Justice pour les générations futures (1993)

**“Nous n'héritons pas de la terre, nous l'empruntons à nos enfants”
(Proverbe indien)**

Il faut une révolution de la conscience humaine
tournée vers l'éthique

**à tout moment, chaque génération est la gardienne ou la
gérante de la planète, en même temps que son usufruitière.**

Crime écologique contre l HUMANITE

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

Hans Jonas est le premier philosophe à avoir introduit le concept de **responsabilité** des générations présentes vis-à-vis des **générations futures**, concept qui est à la base des principes de **développement durable**.

1-A-3-GEIC-RAPPORT MEADOWS.

Le rapport a été commandé à des chercheurs du [Massachusetts Institute of Technology](#) (MIT) en 1970, par un [think tank](#) basé à Zurich en Suisse,

réorienter les ressources ainsi prélevées vers l'[agriculture](#),
les services
et surtout la [lutte contre la pollution](#).

Ils évoquent d'autres problèmes, relevant que l'absence de [prise de conscience](#) de certaines problématiques, comme « l'échec à enrayer la pollution et à protéger les [habitats naturels](#) », met en péril l'avenir et ils soulignent la nécessité de limiter la « consommation matérielle intense »[13](#).

ETHIQUE

**ETHIQUE
PHILOSOPHIE**
ARISTOTE
**WEBER
KANT**

**ETHIQUE
ECONOMIE**
**SEN
SMITH
PUEL**

La finalité de la finance est de servir l'économie

Et la finalité de l'économie est de servir l'HOMME- PUEL

**PARETO = ACCROITRE LE BIEN ETRE
du plus GRAND NOMBRE**

VALEUR ECONOMIQUE

**17 points ODD-
DEVELOPPEMENT DURABLE
ONU**

**VALEUR
SOCIETE**

1-A-5-DEVOIR ECONOMIQUE

LE DEVOIR KANTIEN ET D'AGIR PAR DEVOIR et non par interet.

Dans l'économie , on ne pense pas systématiquement au profit mais on compte la valeur de l'action économique.

1-B-1-ETHIQUE PHILOSOPHIE.

le bien, le juste, l'équitable, le « moral » dans le cadre des activités professionnelles et dans les comportements des individus au travail.

1-B-2-L ETHIQUE EN ECONOMIE.

C'est pourquoi nous présentons un cours qui permet de se familiariser avec les plus importantes perspectives éthiques traversant le monde contemporain :

l'éthique des vertus (ou perfectionnisme) ; l'éthique du devoir (ou déontologisme) ;
l'éthique utilitariste (ou conséquentialisme) ; l'éthique de l'amour (ou éthique du don).

L'éthique professionnelle regroupe un système de valeurs intrinsèques qui améliorent les rapports humains et transmettent une démarche positive au sein de l'organisation.

L'éthique déontologique ou déontologisme (dérivé d'un mot grec signifiant « obligation » ou « devoir ») est la théorie éthique qui affirme que chaque acte moral doit être jugé selon sa conformité (ou sa non-conformité) à certains devoirs.

1-B-3 – ECONOMIE POUR LE BIEN ETRE.

PUEL = « la finance est service de l'économie , l'économie au service de l'homme. »

L'économie au service du bien etre .

Pour le bien etre matériel, immatériel pour accroître le capital sante.

L'économie vise le bonheur de l'individu.

L'économie sans pollution vise l'intérêt général de l'ETAT -de l'HUMANITE.

1-B-4- PARETO - BIEN ETRE IMMATERIEL SANTE .

La notion d'optimum de Pareto. -ceux qui sont uniformément améliorable.

•il est possible d'augmenter le bien-être de certains individus sans réduire celui des autres

LA VALEUR est d'accroître par l'allocation de ressources le bien être immatériel des individus sur le plan médical.

Le capital santé d'une personne ne diminue pas le bien être d'autrui.

1-B-5 - Développement DURABLE - VALEUR SOCIETALE.



-1	PAS DE PAUVRETE
-2	PAS DE FAIM
3	BONNE SANTE -BIEN ETRE
4	EDUCATION
5	EGALITE ENTRE LES SEXES
6	EAU PROPRE ASSAINISSEMENT
7	ENERGIE PROPRE
8	TRAVAIL -CROISSANCE ECONOMIQUE
9	INDUSTRIE -INNOVATION- INFRASTRUCTURE
10	INEGALITES REDUITES
11	VILLES DURABLES
12	CONSOMMATION PRODUCTION RESPONSABLE
13	CHANGEMENT CLIMATIQUES
14	VIE AQUATIQUES
15	VIE TERRESTRE
16	JUSTICE PAIX
17	PARTENARIATS

RSE-BOWEN-DOCTEUR ECONOMIE -CAMBRIDGE POST DOC-1933 THESE IOWA

EFFETS EXTERNES POSITIFS NEGATIFS

COMMUNICATION RSE RSE WASHING

STARTEGIE SOCIETALE

PATRENALISME

howard bowen

SOCIAL RTY BUSINESMAN

INFLUENCE RELIGIEUX

ENGAGNEMENT ENTREPRISES

GIVING BACK

PHILANTHROPIE

ANDREW CARNEGIE + 1889
DEVOIR DE L HOMME DE BIEN

REGULATION SOCIALES
MAANGER ACTIONNAIRES

INSTITUTIONALISATION
2001 TRAITE LISBONNE
PROMOUVOIR AU SEIN DES ENTREPRISES

MARCHE

NORMALISATION

ENTREPRISES CITOYENNE
INFLUENCEUR

CULTUREL

**PHILANTROPIE
LION S CLUB**

« We serve «

LIONS -Bien être -civique

civique-culturel-social-moral

**BONNE GOUVERNANCE
BONNE CITOYENNE**

Venir en AIDES aux autres

ESPRIT CITOYEN

**VALEUR RETOUR
VALEUR SOCIETALE**

2/ LA CONSCIENCE VERTE EN ECONOMIE.

2-A-- LA CONSCIENCE VERTE EXPLIQUEE .

2-A-1

WEBER=conscience environnementale de prédisposition culturelle (nordic -suisse-New zelande)

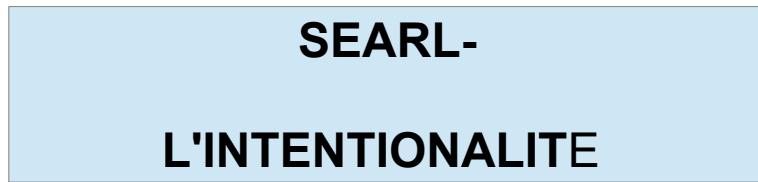
WEBER				ENVIRONNMENT
STRATIFICATION	1-ODRE ECONOMIQUE			EARTH ECONOMY
	2-ORDRE POLITIQUE 3-ORDRE SOCIAL	Prestige de classe statut social		UNIVERSELLE
CLASSE SOCIALE	<ul style="list-style-type: none"> <u>la classe ouvrière</u> <u>la petite bourgeoisie indépendante</u> <u>les classes moyennes salariées</u> (« intellectuels et spécialistes sans biens ») <u>les classes privilégiées par la propriété ou l'éducation</u> 			
	Pour Weber, les membres d'une classe n'ont donc pas forcément une conscience de classe et ne sont pas forcément mobilisés dans la lutte.			CONSCIENCE PLANETE HUMANITE
				CLASSE TERRIEN

La classe sociale (structure sociale) influence la CONSCIENCE

2-A-2 HUSSERL -CONSCIENCE de quelquechose.

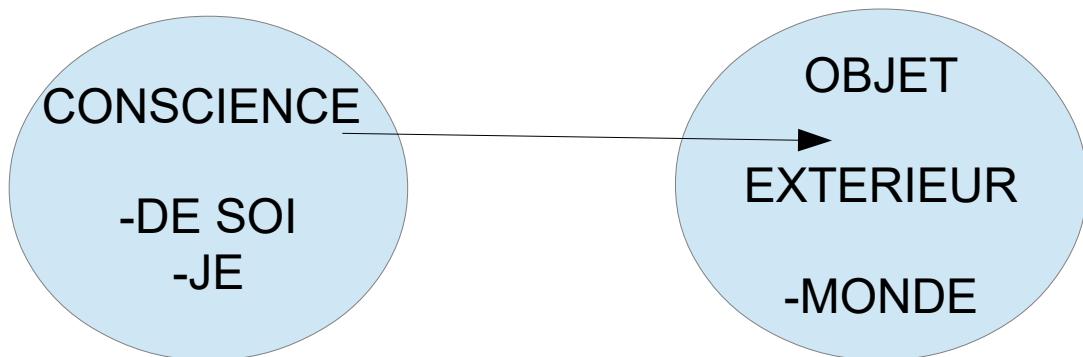
HUSSERL	« Toute conscience est conscience de quelque chose » H	CONSCIENCE VERTE
	<u>La conscience est toujours relation avec autre chose qu'elle-même</u>	
	<u>toujours une distance entre la conscience et l'objet qu'elle vise.</u>	
	<u>La conscience est projet, visée du monde, elle est « intentionnalité ».</u> <u>Intentionnalité : visée, projection vers le monde.</u>	La conscience verte est une conscience du monde
	<u>a conscience est initialement relation au monde</u>	
	<u>c'est la conscience qui donne leur sens aux choses qu'elle vise et qu'elle perçoit.</u> <u>Mais si la conscience est donatrice de sens</u>	Le sens est la conscience universelle.

2-A-3-SEARLE CONSCIENCE INTENTIONNELLE .



EN PHILOSOPHIE ANALYTIQUE, l'intentionnalité

C'est la conscience de l'OBJET EXTERIEUR



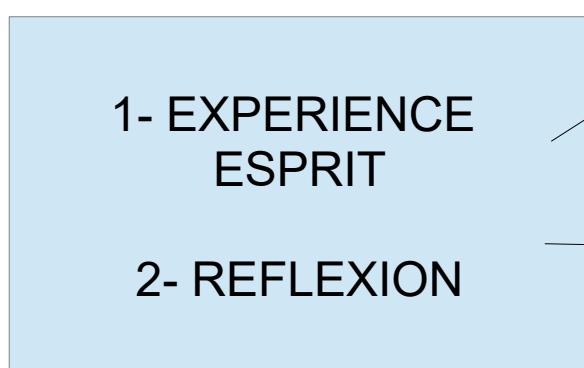
1-L INTENTIONALITE est lié à un vécu

de conscience Au rapport MONDE .

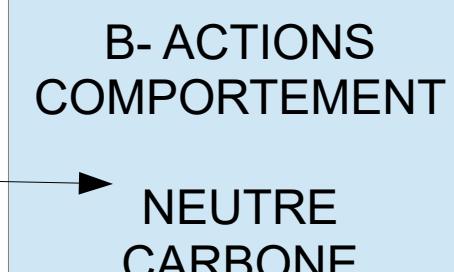
2- UNE EXPERIENCE de L ESPRIT.

3-ETHIQUE caractéristique intrinsèque ESPRIT
Dite COMPUTATIONELLE

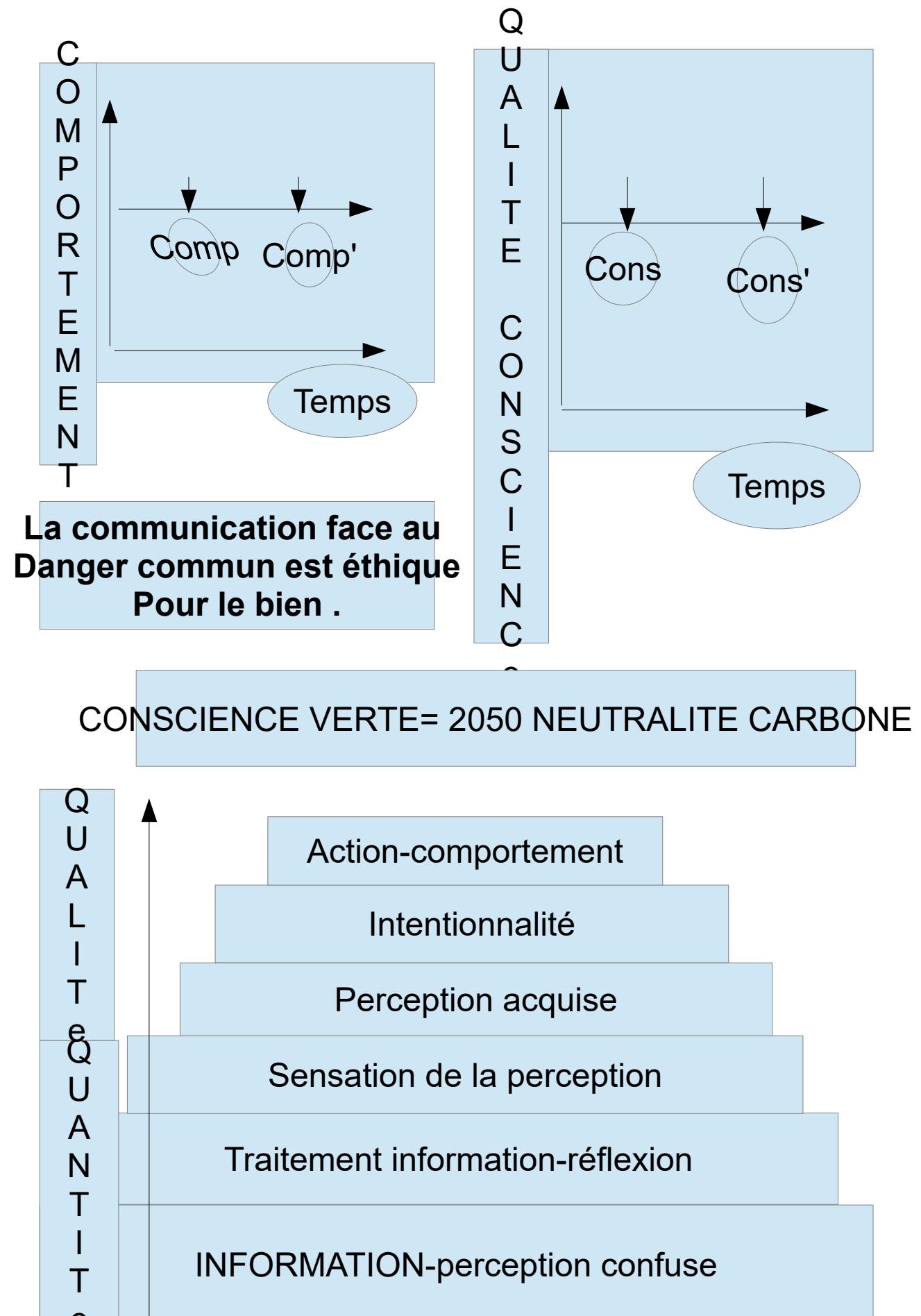
ETHIQUE ECONOMIQUE



A-PENSEE
ETHIQUE
ENVIRONNEMENT



2-A-4 LA QUALITE DE CONSCIENCE DE BERGSON.
ESSAI SUR LES DONNEES DE LA CONSCIENCE
L ENERGIE SPIRITUELLE.

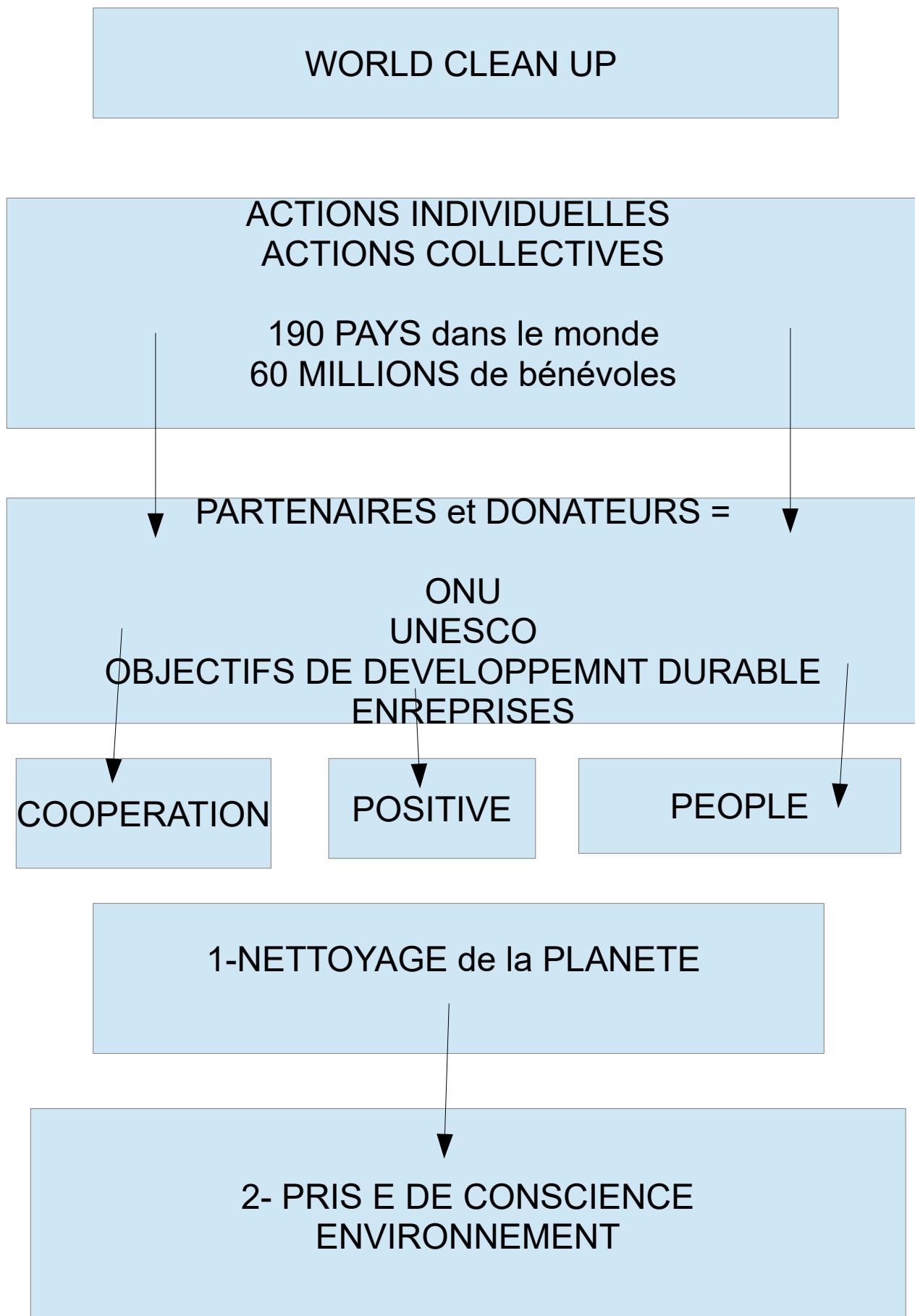


2-A-6-JUNG CONSCIENCE COLLECTIVE de L ENVIRONNEMENT.

JUNG CONSCIENCE COLLECTIVE	une forme d'activité psychique qui demeure immuable et qu'il est impossible de rapporter ou de réduire à une autre fonction.	CONSCIENCE COLLECTIVE VERTE
FONCTION PERDUE		
4 POINTS COSNCIENCE		
FONCTIONS RATIONNELLE	PENSEE -SENTIMENT	
F-IRRATIONALLES	SENSATION-INTUITION	
FORMULE PSYCHOLOGIQUE		
INCONSCIENT COLLECTIF		
PRISE DE CONSCIENCE		
REVES -IMAGINAIRES		VILLE VERTE NORVEGE-

2-B- LES ACTIONS CREENT LA CONSCIENCE.

2-B-1 =le world clean up day



TELETHON VERTE DK

DANEMARK
-
FONDATION GROWING TREES NETWORK
TV2-CHAINE PUBLIC TELEVISION
1 JOURNEE DE COLLECTE DE FONDS
Pour PLANTER DES ARBRES

1 MILLION ARBRES

3 millions de collecte

CONSCIENCE
ENVIRONNEMENT

FORET PLANTEE

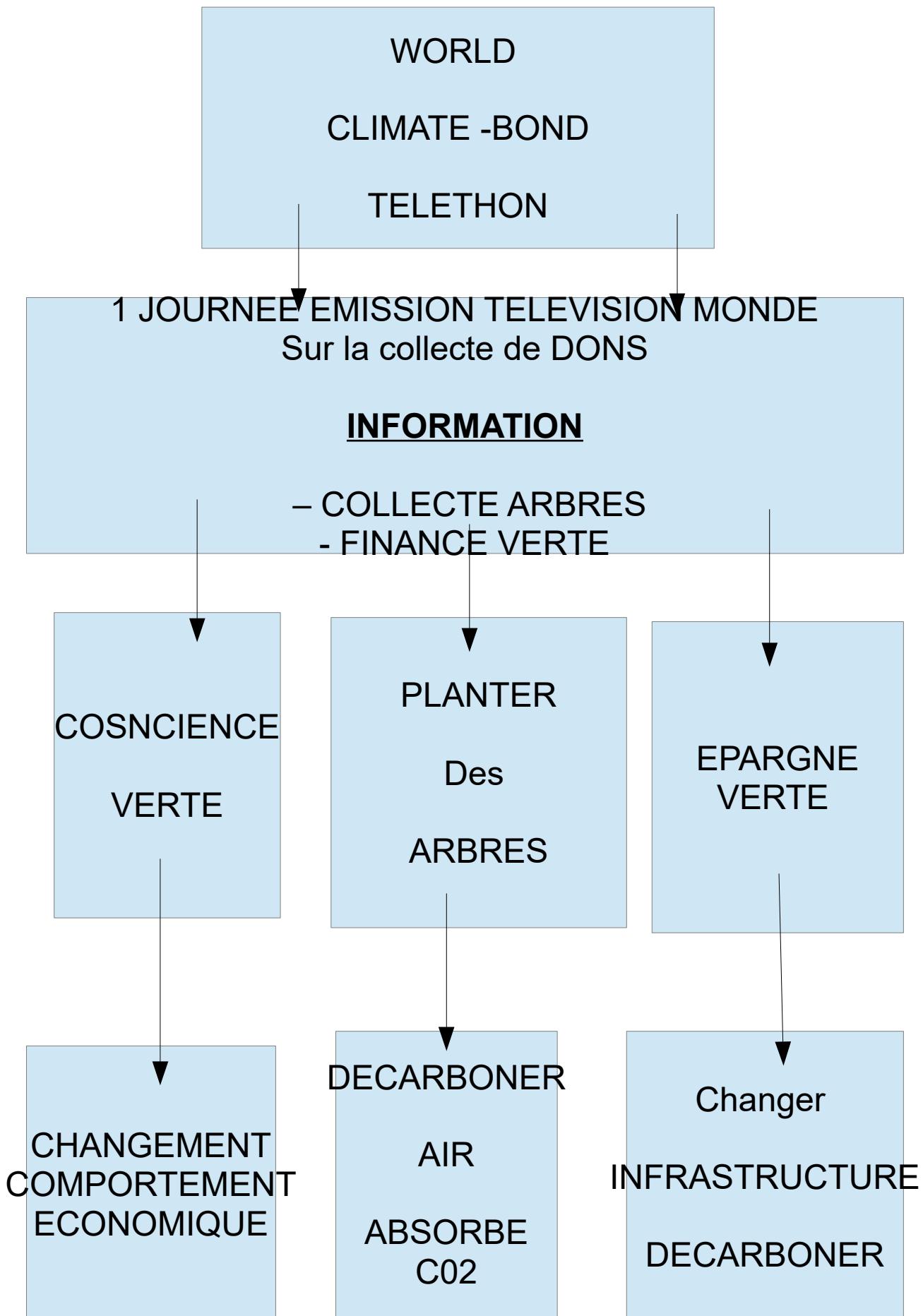
1- DK

2-ETRANGER

DK = la forêt représente

14% du territoire

2-B-3-WORLD GREEN TELETHON.



2-B-4-DECATHLON ECO RANDO .

DECATHLON ECO-RANDO

EN FRANCE , il y a 180.000 km de sentiers.

Il faut ramasser les déchets.

A- ACTION CITOYENNE.

WORLD CLEAN UP DAY

117 EVENEMENTS DECAT

13 tonnes déchets

3000 randonneurs

B-PEDAGOGIE NATURE.

Respect de la nature

Sauvegarde de la nature

C-EXPERIENCE CLIENT

Gestes éco-responsables

Démonstrations produits

2-B-5- MUSIQUE – CEPHAZ= ON A MANGE LE SOLEIL.

En 2021, Céphaz fait partie des douze candidats sélectionnés pour participer à l'émission "Eurovision France, c'est vous qui décidez". Le chanteur interprète alors sa chanson "On a mangé le soleil" pour tenter de représenter la France au concours de l'Eurovision 2021.

La la-la la, la-la, la-la, la-la, la

Je m'suis acheté un chien, ça me tient chaud l'hiver

J'me suis acheté une veste, comme l'année dernière

J'ai fini mon assiette, je n'suis pas seul sur Terre

Et j'ai un téléphone qui fait de la lumière

On a mangé le Soleil

On a mangé les étoiles

On a mangé le ciel

Et on a encore la dalle, alors on va manger la Lune

Quart après quart, car après tout on peut se nourrir d'espoir

Se nourrir d'espoir

Je m'suis racheté un chien, comme l'année dernière

Ma veste se démode, j'la laisse à l'abbé Pierre

J'ai mangé mon assiette, j'ai remis le couvert

J'ai goûté au futur, il a un goût amer

On a mangé le Soleil

On a mangé les étoiles

On a mangé le ciel

Et on a encore la dalle, alors on va manger la Lune

Quart après quart, car après tout on peut se nourrir d'espoir

Se nourrir d'espoir

J'ai croqué la vie, avalé les pépins

J'ai dévoré l'ennui mais j'ai encore faim

J'ai léché les trottoirs, la faim jusqu'à la fin

J'ai voulu arrêter mais je me suis bouffé les mains

On a mangé le Soleil

On a mangé les étoiles

On a mangé le ciel

Et on a encore la dalle, alors on va manger la Lune

Quart après quart, car après tout on peut se nourrir d'espoir

La la-la lala, la la-la la

La la-la la, la la-la la

La-la, la-la, la-la, la

La la-la la

La la-la la, la-la, la-la, la-la, la

On a mangé le Soleil

On a mangé les étoiles

On a mangé le ciel

Et on a encore la dalle, alors on va manger la Lune

Quart après quart, car après tout on peut se nourrir d'espoir

Se nourrir d'espoir

2-B-6-TRYO GREEN WASHING .

On veut du green green green green green green washing (green green green washing)

On veut des tours d'avion, des airbus, du diesel

Des mandarines toutes les saisons, des grands voyages dans le ciel

Du high tech à la maison, de la nouvelle technologie

On veut pouvoir dire pardon et soulager son esprit

On veut d'la viande d'Argentine, d'la bidoche à tous les repas

De la world food dans la cuisine, on veut du sucre, on veut du gras

On veut moins cher, on veut meilleur, on veut toujours un peu d'ailleurs

On veut la mer, on veut l'été même en hiver on veut bronzer

On veut du green green green green green green washing

C'est nous les as, les pinocchios du marketing

On veut du green green green green green green washing

On cache les galets sous le sable, on veut des plages de sable blanc

Du réseau pour nos portables, on voudrait quatre barres tout l'temps

Des orgies raisonnables, des grands échangeurs de béton

Et des amis toujours joignables

On veut des baleines et du thon

On veut du green green green green green green washing

C'est nous les as, les pinocchios du marketing

On veut du green green green green green green washing

On veut de l'eau toujours qui coule et des rides un peu moins creusées

On veut de la jeunesse en poudre et puis de la neige en été

Des grands buildings sous le soleil, des monuments pharaoniques

On veut partout partout pareil, de la wifi, du numérique

On veut du green green green green green green washing

C'est nous les as, les pinocchios du marketing

On veut du green green green green green green washing

On veut du green green green green green green washing

On veut des lessives sans phosphates, des shampoings tout organiques

Des forêts pour nos 4x4, du charbon dans nos cosmétiques

Des slogans abusifs, plus blanc que blanc, plus vert que vert

Mascarade écologique pendant qu'on s'shoote au nucléaire

On veut du green green green green green green washing

On veut du green green green green green green washing

On veut pouvoir dire pardon et soulager son esprit

On veut du green green green green green green washing

On veut la mer, on veut l'été même en hiver on veut bronzer

On veut du green green green green green green washing

On veut des baleines et du thon

On veut du green green green green green green washing

C'est nous les as (les as)

On veut du green green green green green green washing

2-C- LA CONSCIENCE CHANGE COMPORTEMENT ECO VERT.

2-C-1- PRISE DE CONSCIENCE ENVIRONNEMENT POUR L'ECONOMIE VERTE.

1- INFORMATION > COMMUNICATION
> EDUCATION > MARKETING SOCIAL
> PEDAGOGIE

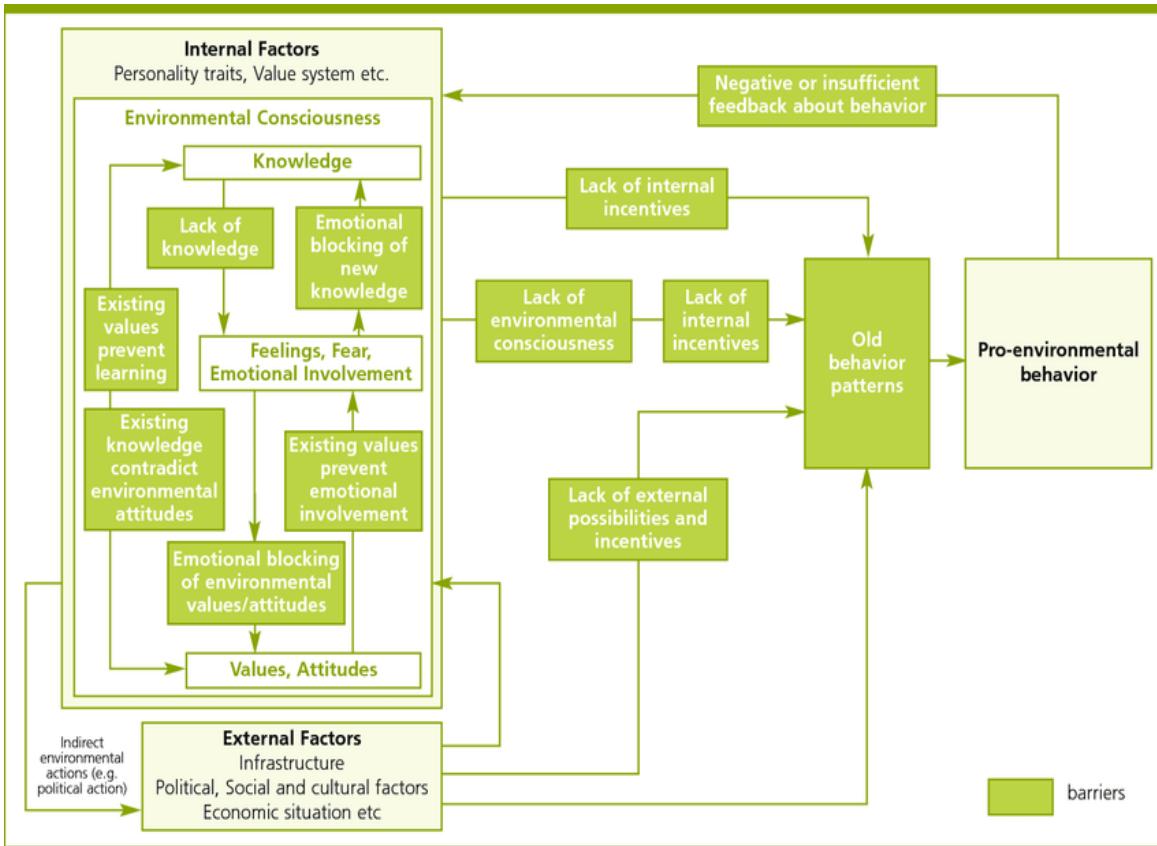
2- AIDES > COMPREHENSION

3-LA CONNAISSANCE DONNE LA CONSCIENCE PUIS L ACTION

La conscientisation est le processus de prise de conscience d'un fait, d'un fonctionnement, d'une opinion, d'une émotion. C'est un processus qui passe d'une activité non-consciente (voire automatique) à une activité consciente

La prise de conscience est un **processus réflexif** permettant de prendre connaissance de comportements expressifs, qui jusqu'alors pouvaient être automatiques ou implicitement vécus. À cet égard, la prise de conscience fait appel à la conscience réflexive de l'individu (consciousness), c'est-à-dire «la capacité de transformer les données sensorielles-perceptives de l'émotion en représentations mentales susceptibles d'être décrites par le langage et partagées avec d'autres » (Derouesné, 2011, p. 74)

La **Pratique Réflexive** est un processus mental qui vise à apprendre à partir des expériences vécues, par un retour de la conscience sur elle-même, de manière régulière et volontaire, avec le but de prendre conscience de sa manière d'agir et de réagir, dans les situations professionnelles ou formatives.



3- LA VALEUR ECONOMIQUE .

3-0-VALEUR INDIVIDUELLE

3-A-VALEUR NATUREL.

A-1- LE CONTRAT NATUREL -MICLE SERRES

A-2-LE DON -MAUSS-BOURDIEU-DERRIDA

3-B-VALEUR USAGE

3-C-VALEUR NON USAGE

3-D – VALEUR PENSEURS

RICARDO -SIMTH -WALRAS-MARX -DEBREU

3-E-VALEUR ECONOMIQUE-

1-ECO-SOCIAL-ENVIRONNEMENT

3-F-VALEUR SUJET-OBJET -SUJET ECO BLANQUE

3-G-VALEUR ECHANGE -MONNAIE VERTE -LOI DE GRESHAM

3-H-VALEUR IMMOBILIERE

3-0- VALEUR INDIVIDUELLE.

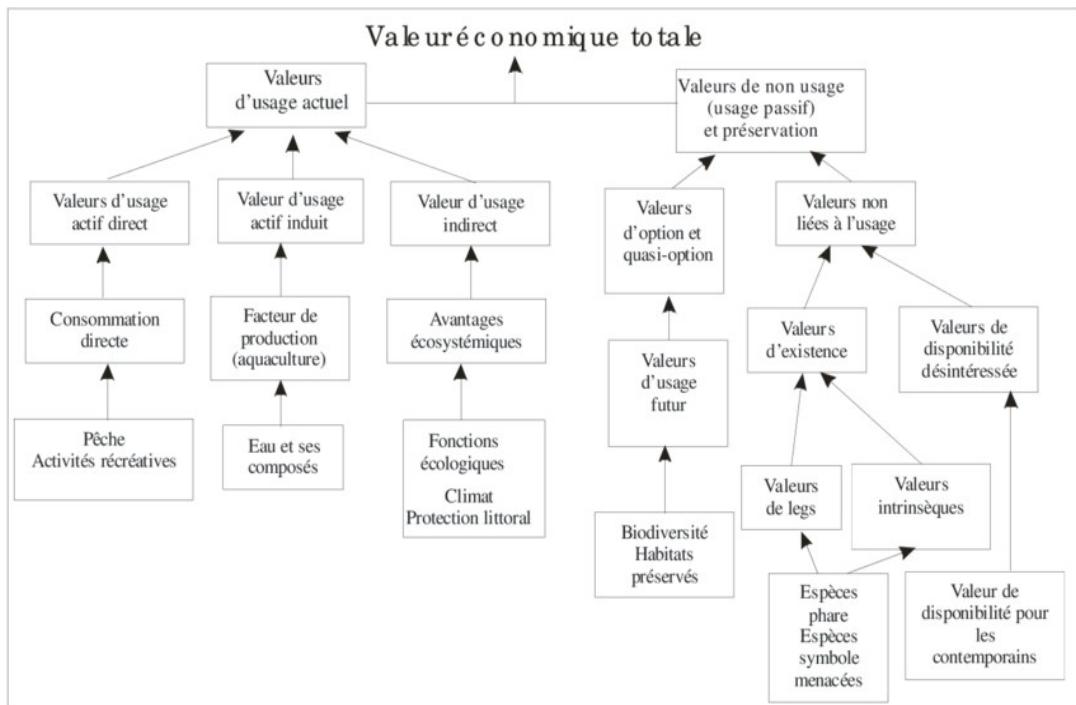
(1) <u>DEVELOPPEMENT PHYSIQUE</u>	A-SPORT CARDIO 1-velo 2- natation 3- course à pied	B-NUTRITION MANGER LEGER PRODUITS NATURES	ENTRAINNEMENT NBA = 5000 HEURES
(2) <u>DEVELOPPEMENT PERSONNEL</u>	A-EDUCATION INTELECTUEL G-BECKER B-BIEN ETRE ESTIME DE SOI	MENTORAT COACHING	PIAGET JUNG C-ANDRE M-RICARD MASLOW
(3) <u>DEVELOPPEMENT MORAL</u>	A-ETHIQUE	B-SPIRITUEL	Théorie du développement moral de Kohlberg ARISTOTE WEBER

TRAVAIL -VALEUR.

<u>TRAVAIL MARCHAND</u>			
(1) ENTREPRISE	SALAIRE DIVIDENDES PRIMES BOURSE		VA-ECO
<u>TRAVAIL NON-MARCHAND</u>			
(2) <u>FAMILLE</u>	SOLIDARITE AIDE TRAVAIL DOMESTIQUE EDUCATION		VA-SOCIALE
(3) <u>SOCIETE</u>	CITOYEN VOISIN ASSOCIATION PHILANTROPIE		VA-SOCIETALE
(4) <u>SANTE</u>	SPORT NUTRITION CARE autrui RESPONSABILITE SANTE		VA-SANTE
(5) <u>NATURE</u>	BIODIVERSITE ZERO CARBONE		VA -NATURE

VALEUR NATURELLE.

CONTRAT NATUREL-



Philanthropy	Social impact investing	Sustainable investing	Socially responsible investing	Mainstream investing
Grants or donations to charities	Financial and social/environmental return	Positive screen: seek investments that support society and the environment	Negative screen: avoid investments that harm society and the environment	Focus on financial returns: social and environmental considerations are secondary

3-C-VALEUR NON USAGE

LA VALEUR CREATION.

VALEUR ECHANGE =

USAGE =

USAGE INDIRECT =

QUEL PRIX TERRE aux marsiens ?
ALLONS FAIRE UN TROC avec la lune.
- nourriture biologique-FRUCTUS
-BOIS-FORET
-BIOMASSE-BIODIVERSITE

-écologiques
-fonction hydrauliques

VA OPTION=

POTENTIEL -DURABILITE
PAYSAGE

NON USAGE =

générations futures-mers-oceans
-habitat
-paysage

EXISTENCE =

-habitation
-ecosystèmes
-espèces en danger

IMMOBILIER en contrat juridique .

VALEUR HYPOTHECAIRE =

credit de 360 jours des fruits de la nature

VALEUR VENALE =

quel est le prix de la planète ?
La valeur marchande

VALEUR FONCIER =

quel le prix de la construction de la terre H
on herite des constructions des anciens
empreinte carbone des siècles précédents
2000 ans empreinte carbone

USAGE T =

utilité d'une planète polluée
une terre brûlante est dangereuse

VALEUR LOCATIVE =

on peut récupérer les fruits du bien

JUSTE VALEUR NATURE =

NATURE est gratuite
CAPITAL NATUREL =eau-terre-soleil-air-eau
le coût de remplacement d'une planète

VALEUR CASSE =

la qualité du voisinage donne de la valeur au quartier
l'environnement, c'est le citoyen (en cotation notation
+ va-financière)

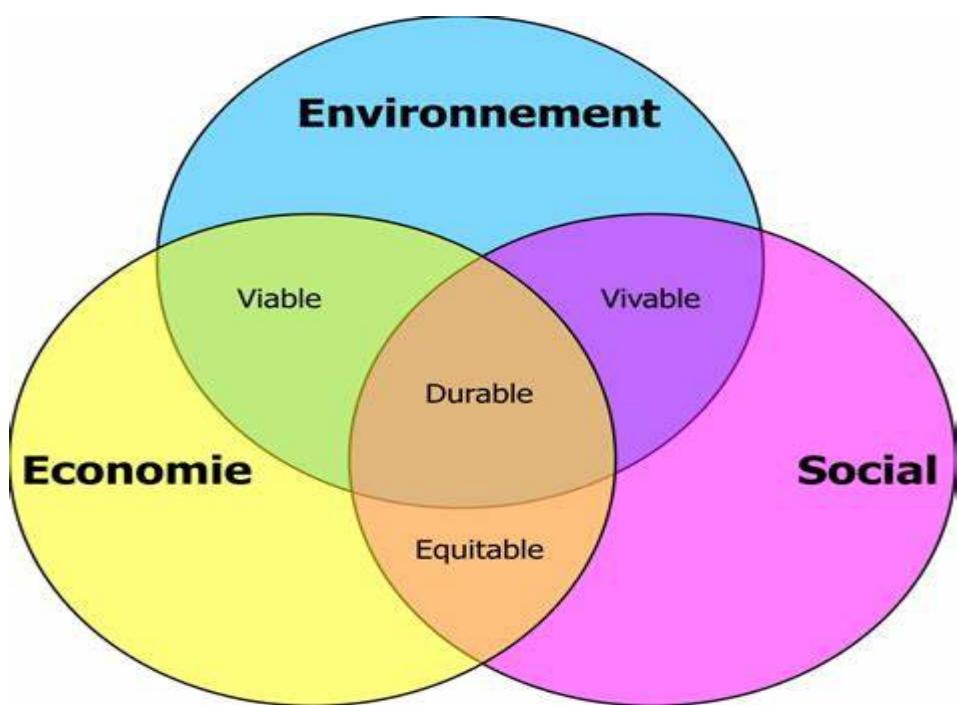
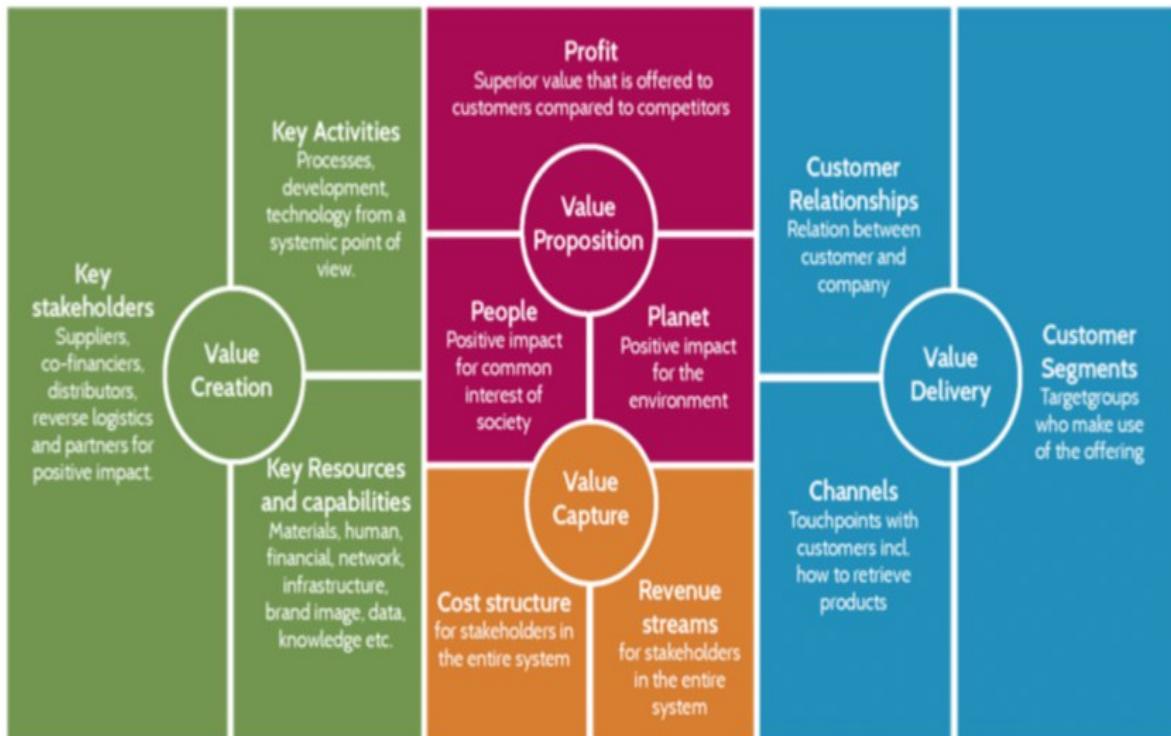
VALEUR ENVIRONNENTALE

=calme- voisinnage-AIR-VUE- LUMIERE-FORET
Degree de pollution

IMMOBILIER du BIEN

3-E-VALEUR ECONOMIQUE-1-ECO-SOCIAL-ENVIRONNEMENT1page

DEVELOPPEMENT DURABLE antley pearce

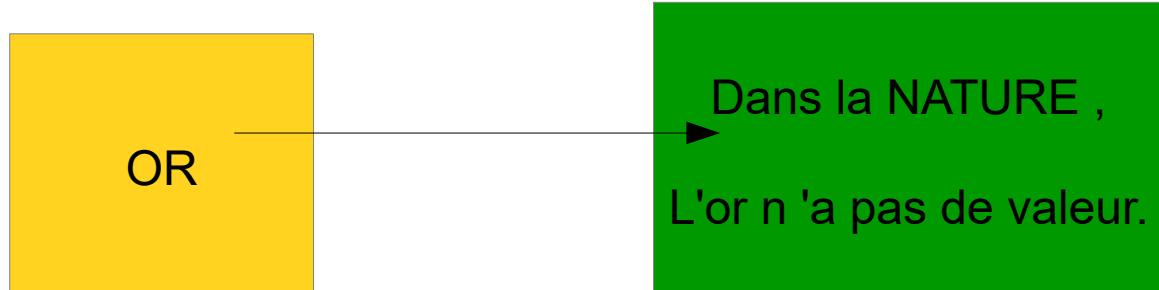
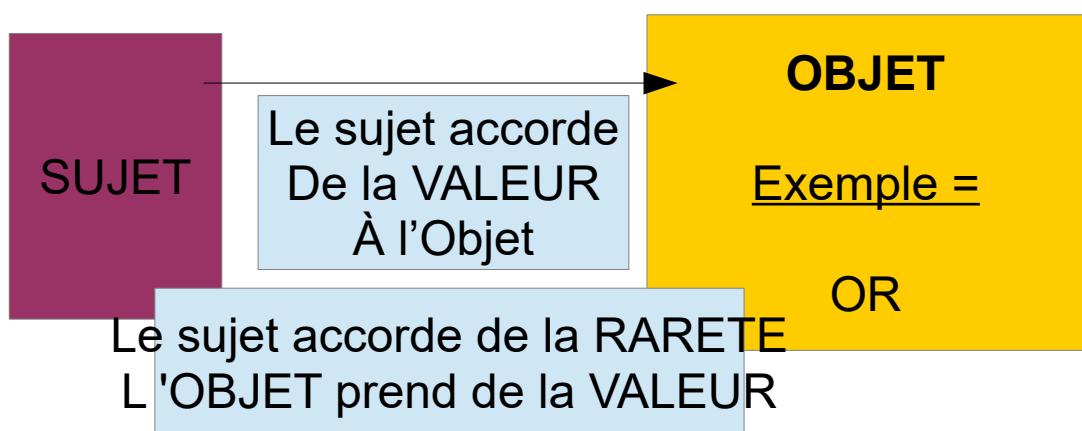
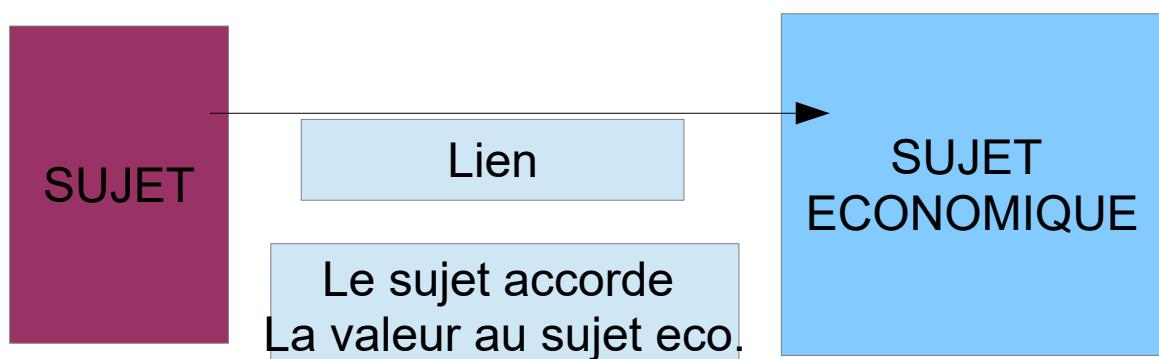


3-LA VALEUR BLANQUE .OR.

3-F-VALEUR SUJET-OBJET -SUJET ECO BLANQUE.

« ON ACCORDE DE LA VALEUR A LA NATURE – ON VALORISE . »

La Valeur du SUJET ECONOMIQUE BLANQUE



3-F -LA VALEUR CHEZ LES PENSEURS -ECONOMISTES

RICARDO -SMITH -QUESNAY-MARX

LA CREATION DE VALEUR -

QUEYSNAY

-MARX

QUEYSNAY -LA PHYIOCRATIE

la consommation stérile n'apporte pas de valeur dans l'économie
logements-vêtements-domestiques-frais de commerce- denrées étrangères

la consommation productive=
agriculture-patures-prairies-forets-vignes-peches

**il faut une RESPONSABILITE ECONOMIQUE -R-E
pour maintenir le commerce traditionnel et artisanal**

CONSOMMATION PRODUCIVE = SMITH = BOULANGERIE-BOUCHERIE-MARCHE AUX LEGUMES

par exemple = si tous les consommateurs vont acheter tous la viande IMPORTEE BON MARCHE CHEZ UN hypErmarche , alors le consommateur aura exclusivement une viande de mauvaise qualité et n'aura plus le choix la viande sera importée et l'ELEVAGE FRANCAIS sera menacé.

Le consommateur peut payer (en theorie) la chaine de valeur de l'ELEVAGE.

1- PATURAGE-2- FERME -3- ELEVAGE 4- VENTE-TRANSPORT-5-BOUCHERIE

MARX

(travail heure -jour) + (capital) = plus value

T+ C + MARCHANDISES = VENTE OBJET

(TRAVAIL HUMAIN) + (ETHIQUE) = PLUS value SOCIALE

(TRAVAIL) + (CAPITAL VERT) = PLUS VALEUR ENVIRONNMENTALE

Le prix du temps- bohm-bawerk

LA VALEUR FUTURE.

Le coût d'opportunité est la valeur de l'option que vous n'avez pas choisie¹.

Il peut être personnel, financier ou environnemental¹.

En gestion, le coût d'opportunité d'un investissement est le coût de la non-réalisation d'un investissement. Il est mesuré par la rentabilité attendue des fonds investis².

Le coût d'opportunité permet à un investisseur de mesurer les avantages à renoncer à un investissement au profit d'un autre³

. Il est souvent négligé mais doit faire partie intégrante de la décision d'investissement³.

Le coût d'opportunité est le coût de renonciation à un panier de biens lorsqu'un autre a été jugé meilleur en terme de maximisation de l'utilité

2. Le coût d'opportunité

Vous achetez un billet pour la finale de la Coupe du Monde de football 1998 et vous le payez 300 F. Le jour du match on vous en propose 10 000 F.



D'après H. BOUQUIN, Comptabilité de gestion, Economica

14

COUT OPPORTUNITE =

A-on n' investit plus dans le PETROLE à COURT TERME.

COURT TERME = PETROLE PAS CHER.

**LONG TERME = EXTERNALITES NEGATIVES
ECONOMIQUES -ENVIRONNEMENT**

B-A MOYEN TERME.

**on investit dans la nouvelle ARCHITECTURE ECONOMIQUE -
NEUTRE CARBONE -HYDROGENE et ELECTRIQUE.**

C-A LONG TERME VALEUR FUTURE

PETROLE coute trop cher

HYDROGENE GRAND PUBLIC

EXTERNALITES POSITIVES ECONOMIQUES -ENVIRONNEMENT.

PRIX + EXTERNALITES

PRIX ABORDABLE

3-G-VALEUR ECHANGE -MONNAIE VERTE -LOI DE GRESHAM.

VALUE COMPTABILITE

VALUE LEVEE OPTION

VALUE THEORIE DES JEUX

LE DON DE LA NATURE

1- DERRIDA SANS RENDRE

2- MAUSS donner -reciprocity

3- BOURDIEU

VALUE NETWORKING

ENERGIE DU SYSTEME ECONOMIQUE ET SOCIAL

CREATION VALEUR

SUJET -SUJET ECONOMIQUE-OBJET

OR A DE LA VALEUR

ON ACCorde DE LA VALEUR A L OR

L OR DANS LA NATURE N A PAS DE VALEUR

LE SUJET EST DISTINCT du sujet économique

la valeur économique est extérieure au sujet

VALEUR USAGE

VALEUR NON USAGE

LE LEG POUR LES GENERATIONS FUTURES

3-E- LA VALEUR IMMOBILIÈRE.

Qu'est-ce que la valeur immobilière ?

Accueil

La valeur immobilière ?

Contact

La valeur immobilière

Qu'il s'agisse d'un bien résidentiel (maison, appartement) ou professionnel (local commercial, entrepôt, bureau), estimer la valeur immobilière d'un bien immobilier est loin d'être simple. Contrairement à la notion de prix immobilier, qui est arbitraire, la valeur immobilière est le résultat d'une démarche précise considérant l'offre et la demande du marché immobilier. La démarche de valorisation immobilière prend en compte différents critères environnementaux (attractivité de la zone géographique où se situe le bien), techniques (données quantitative et qualitative sur le bien) mais aussi des facteurs juridiques (régime de détention, urbanisme, loué ou libre de droit). Elle s'appuie également sur une méthodologie d'estimation, comme par exemple la méthode par comparaison directe et encore la méthode de valorisation par les rendements (taux de capitalisation).

[Prix versus valeur](#)

[Valeur vénale](#)

[Valeur locative](#)

[Valeur d'usage](#)

[Fair value / juste valeur](#)

[Valeur à la casse](#)

[Valeur hypothécaire](#)

Prix immobilier versus valeur immobilière

Les notions de prix immobilier et valeur immobilière sont souvent confondues. Pourtant elles se distinguent sur bien des points.

La valeur immobilière est l'estimation d'un juste prix. Selon la Charte de l'Expertise en Evaluation Immobilière, la valeur vénale est la somme d'argent estimée contre laquelle des biens et droits immobiliers seraient échangés à la date de l'évaluation entre un acquéreur consentant et un vendeur consentant, dans une transaction équilibrée, après une commercialisation adéquate, et où les parties ont, l'une et l'autre, agi en toute connaissance, prudemment et sans pression.

Le prix correspond à une décision arbitraire du vendeur (on parle de prix de vente) ou de l'acheteur (prix ou offre d'achat). La surévaluation des prix de l'immobilier est, ainsi, un phénomène courant. Elle correspond à un prix plus haut que la valeur estimée sur le marché. Ce prix peut être défini par le vendeur recherchant à réaliser une plus value immobilière. Mais dans certains cas, le prix peut aussi être sous-estimé, c'est à dire que le prix est inférieur à la valeur de marché. Cette situation est possible lorsque le vendeur fixe un prix bas en vue de vendre rapidement son bien immobilier. Le prix est avant tout contractuel, il est la contrepartie du transfert de propriété au bénéfice de

l'acquéreur.

[Savoir pourquoi le prix est différent de la valeur](#)

La valeur vénale immobilière

La valeur vénale d'un bien immobilier correspond au prix auquel un bien immobilier peut être vendu ou acheté dans des conditions normales de libre marché. Elle s'estime en prenant en compte la valeur de biens similaires qui ont été vendus (méthode par comparaison) ou en extrapolant une valeur à partir d'un taux de rendement (méthode par capitalisation grâce aux loyers réels ou théoriques).

La valeur vénale des biens est souvent utilisée, notamment en matière fiscale, s'agissant de l'évaluation du patrimoine d'un particulier. Pour un bien immobilier, cela désigne la valeur à laquelle le bien pourrait être vendu sur le marché à un moment donné.

La valeur vénale immobilière intéresse également les professionnels souvent pour des raisons transactionnelles, comptables ou fiscales. Elle permet de suivre et de mesurer les rendements et facilite l'arbitrage des décisions (exploitation en direct, location, usages alternatifs). L'expertise de valeur vénale est utile, voir indispensable dans certains cas, tout au long du cycle de vie de l'actif.

[Comprendre ce qu'est la valeur vénale immobilière](#)

La valeur locative immobilière

Le terme de valeur locative est généralement employé en France pour parler de la valeur locative dite cadastrale, en référence au cadastre, même si cette valeur est bien souvent assez éloignée de la réalité du marché.

L'expertise de valeur locative permet au titulaire du bail de vérifier ou de renégocier le montant de son loyer s'il constate que celui-ci ne correspond pas à la position du marché. Elle permet aussi au bailleur de se projeter pour mesurer la porté de son investissement, ou pour arbitrer une décision (vente ou mise en location).

Elle peut aussi être utilisé pour estimer la valeur d'un bien immobilier, il est courant que les experts passent par la méthode par capitalisation.

Cette méthode est plus spécialement adaptée à l'immobilier d'investissement. Permettant d'apprécier la valeur vénale immobilière et la valeur locative, elle consiste à trouver la valeur du bien loué selon la formule suivante : valeur de l'immeuble = (loyer effectif ou valeur locative de marché) / taux de rendement.

Egalement appelée méthode par les rendements ou méthode capitalisation, elle nécessite une étude approfondie de la situation locative pour mesurer l'évolution probable des loyers (possibilité de déplafonnement ou de renégociation à la baisse du loyer commercial) et surtout les risques locatifs (impayés, vacance).

[Connaître la valeur locative immobilière](#)

La valeur d'usage d'un bien immobilier

La valeur d'usage correspond à l'utilité du bien par rapport au besoin et à la demande de ce bien. Il s'agit donc d'une notion subjective qui correspond aux critères d'une culture donnée et peut différer d'une personne à une autre. A l'opposé de la valeur d'échange, la valeur d'usage est une valeur qualitative.

La valeur d'usage est souvent associée à des actifs immobiliers professionnels ayant un caractère monovalent. Un bâtiment est dit monovalent lorsqu'il est conçu pour une destination précise, et non susceptible d'une utilisation différente. Un bâtiment disposant de bloc opératoire prend sens pour une activité hospitalière. Beaucoup moins pour une activité commerciale ou hôtelière.

La valeur d'usage d'un bâtiment n'est pas simple à établir. Elle dépend du bâtiment lui-même et de l'exploitation possible dans les murs. Elle dépend aussi des attentes des occupants.

[Tout savoir sur la valeur d'usage en immobilier](#)

La fair value ou juste valeur

La juste valeur (fair value en anglais) est une méthode de valorisation des actifs. Il s'agit d'un concept comptable défini dans la norme internationale IFRS / IAS 16 (traitant des immobilisations corporelles).

Elle se définit comme le montant pour lequel un actif pourrait être échangé entre des parties bien informées, consentantes et agissant dans des conditions de concurrence normales. Pour les immeubles de placement, la juste valeur est assimilée à la valeur vénale.

[Découvrir la fair value](#)

La valeur à la casse en immobilier

La valeur à la casse est une valeur est la plupart du temps très distante de la valeur du marché. La valeur à la casse ne signifie pas que le bien sera détruit, mais il sera racheté à un prix nettement inférieur à sa valeur marchande. La valeur à la casse est souvent utilisée lors des liquidations judiciaires d'entreprises ou encore lors que la destination future du bâtiment change par rapport au cadre de l'activité initiale (projet de réaménagement ou reconversion d'un bâtiment)

[En apprendre plus sur la valeur à la casse en immobilier](#)

La valeur hypothécaire

La valeur hypothécaire correspond à une valorisation sur le long terme dans le but de la cession de l'immeuble. Elle est donc définie selon des revenus qui sont stables dans le temps.

4-LES ACTEURS ECONOMIQUES CREATEURS DE VALEUR.

4-A/ LES MENAGES-LE CONSOMMATEUR CITOYEN.

- 4-A EPICURE – la vie dans la modération.
- 4-B WWF-CITOYEN=l'addition des actions individuelles à l'action collective, des petits.
- 4-C LA SURCONSOMMATION-EXEMPLE = l' entrecôte US- la consommation
- 4-D LA CONSOMMATION LOCALE-BIO
- 4-E LA CONSOMMATION IMMATERIELLE

4-A-1 EPICURE – la vie dans la modération.

"Le bonheur est accessible à n'importe qui. A une seule condition :

ramener les désirs dans les limites des besoins corporels."

A-PLAISIR NATUREL NECESSAIRE =

boire un verre d'eau.

B- PLAISIRS NATURELS NON-NECESSAIRES=

boire un verre de vin ou la bouteille

C-PLAISIR NON NATURELS NON NESSAIRES =

gloire- richesse crée l'insatisfaction

Quand donc nous disons que le plaisir est notre but ultime,
nous n'entendons pas par là les plaisirs des débauchés ni ceux qui se rattachent à la jouissance matérielle".

ATARAXIE = absence de troubles de l'âme et douleur du corps

LA SURCONSOMMATION VIANDE ENTRECOTE-USA- COMMUNICATION

« MANGEZ MOINS DE VIANDE,
MANGEZ LABONNE «

AUGMENTATION + POPULATION

AUGM+-PRODUCTION XX eme siècle

Processus industriel AGRICULTURE
Aux USA

-POLLUTION

- VACHE CARBONE =

Consommation en EAU-HERBE-TRANSPORTS

RETOUR au système
ARTISANT -COMMERCANT-TRADITIONNEL-BOUCHERIE
VIANDE LOCALE = - IMPORT -EXPORT

CAPITAL SANTE -
Chaine de valeur préserve biodiversité
QUALITE

4-D- L'ENTRECOTE US-LA SURCONSOMMATION de VIANDE.

WWF EXPERIENCE

CITOYEN

PRESERVER LE CAPITAL NATUREL

OFFIR UNE PLANETE VIVANTE aux GENERATIONS FUTURES

ENSEMBLE -réduire la pollution et le gaspillage

A- INSTITUTIONNEL -ETATS -

B- ECONOMIE

C- GRAND PUBLIC

SUJET =

-énergie climat

- agriculture

-vie sauvage -foret

-capital naturel

-finance verte

LA CONSOMMATION BIO .

>>> le supermache

>> la vente directe

>> les produits agricoles et biologiques

PAS UTILISATION PESTICIDE CHIMIQUE

PAS OGM

BIEN ETRE ANIMAL

95% AGRICULTURE BIOLOGIQUE

<< agence biologique

logo ab

certification

label independant

CONSOMMATION IMMATERIELLE.

EDUCATION	UNIVERSITAIRE PROFESSIONNELLE CITOYENNE
SPORT	BIEN ETRE CAPITAL SANTE-IMC MOINS DE STRESS SANTE MEDECINE NUTRITION LIEN SOCIAL DEVELOPPEMENT PERSONNEL
CULTURE	ECO CREATION IMAGINAIRE COMMUNICATION RECONNAISSANCE DEVT PERSONNEL
MEDECINE	BIEN ETRE-CAPITAL SANTE PREVENTION THALASSO CARE
SERVICES	

La croissance immatérielle épicurienne neutre en carbone.

L'économie a besoin d'une croissance pour financer les services publics.

Face au réchauffement climatique , il faut choisir entre une croissance verte ou la décroissance.

Il ne faut plus polluer mais continuer de créer de la richesse , de la valeur et consommer des produits à faible empreinte carbone ou des services neutres en carbone.

Pour créer de la valeur pour le PIB, **on pourrait consommer plus de bien être .**
Comme la santé, la médecine, le sport ou la culture produit une faible empreinte carbone.

La consommation de l'immatériel permet de payer des impôts à l'ETAT et apporte **une valeur**

pour l'individu et la société. L'individu améliore sa santé ou son mental, il développe **son capital santé.**

1- TENNIS .Par exemple, une leçon de tennis va améliorer le bien être psychique du sportif.
1 heure de tennis = 30 euros crée des revenus pour **le capital économique** et crée **un capital santé.(physique-mental).**

Le tennis va détendre la personne ce qui lui permettra d'éviter le stress ou la maladie.

Le sport bien être permet une bonne santé.

2- Le cours de YOGA est une relaxation qui offre un revenu de qualité au professeur, apporte des taxes et **crée une valeur santé.**

La valeur santé c'est le développement du **capital santé (social- psychique- physiologique).**

Nous sommes responsables de notre santé.

3- Respecter la neutralité carbone dans l'économie ,**c'est respecter le capital vert ou naturel.**

En respectant le capital naturel de la planète , nous respectons les richesses naturelles et **nous développons notre valeur santé.**

Une ville sans pollution , c'est une ville où les habitants sont en bonne santé!

4- EPICURE =Nous devons consommer moins mais mieux pour améliorer notre valeur santé.
Il faut continuer à consommer mais autrement.

On consomme pour bien vivre , bien manger sans addiction.

Il faut vivre avec des principes de médecine selon la philosophie de vie d'Épicure durant l'antiquité .

Il faut faire rupture avec les épiciens du moyen age qui passaient des journées à surconsommer des mets et des litres de bière.

La consommation immatérielle , création de valeur , quel impact carbone?

Un habitant français produit en 2018 , 11 tonnes de CO2 sur une année économique.
Généralement , un individu consomme des biens matériels et services immatériels : industrie,logement,transport, agriculture.

Le sociologue français. P.BOURDIEU distingue trois classes de capital:

- 1/ **capital économique** = c'est l'ensemble des biens matériels que possèdent un individu.
- 2/ **capital social** = c'est le réseau relationnel que peut mobiliser quand il en a besoin .
- 3/ **capital culturel** = l'expression désigne l'ensemble des ressources culturelles dont dispose un individu (capacités de langage, maîtrise d'outils artistiques, etc.), le plus souvent attestées par des diplômes.

L'économiste américain G. BECKER dessine la théorie du **capital humain** (1965) qui prend en

considération = "l'ensemble des capacités productives qu'un individu acquiert par accumulation de connaissances générales ou spécifiques, de savoir-faire, etc."

Elle se base sur 1/ compétences 2/ expériences 3/ les savoirs.

Le capital immatériel d'une entreprise comprend les actifs immatériels (brevet, notoriété, image,

savoir faire, clientèle), elle est difficilement quantifiable.

Le capital immatériel peut être décomposé en trois étapes=

1/ le capital humain, 2/ le capital relationnel, 3/ le capital structurel.

*Notre économie marchande produit une multitude de biens matériels et s'oriente pour les pays les plus modernes vers une société de services .L'investissement dans le capital humain et le capital culturel permettent à une société d'avoir des individus qualifiés sur le marché du travail.

*Les activités économiques à faible impact carbone =

- les activités sportives (tennis, football, vélo, planche à voile ..)
- les formations, les cours (informatiques, langues..)
- le monde de la culture (spectacle, concert, livres ..)
- hostellerie (actif immobilisé mais services de location de chambre)

- **services en général** =on distingue les services non marchands(services publics = éducation, police, justice) des services marchands (services privés = formations privées,conseil financier et informatique ,transports, télécommunications...).

Selon J. GADREY. l'économie économique écologique immatérielle des services n'est pas une vérité absolue car chaque service comporte des effets d'externalités qui ne sont pas pris en compte.

*EXEMPLE = Étude impact carbone d'un concert de musique de MUSE -tournée mondiale.

Économie immatérielle-neutre en carbone = création de musique par le groupe-non matériel

Empreinte carbone indirecte du groupe = * TRANSPORTS polluants (bus, avion)

* SHOW (ENERGIE électrique pour alimenter les
enceintes)

Empreinte carbone des effets externalités = *Transports des milliers de fans

*utilisation de gobelets en plastique pour boire

4-B/ L 'ETHIQUE en ENTREPRISE.

- a- la responsabilité du business man -BOWEN
- b- l'entreprise profit , l entreprise au service de la société
- c- Le BACK UP= le retour pour la société
- d- FONDATION ENTREPRISE
- e- LA TRANSITION ECOLOGIQUE
- g- ENTREPRISE EXEMPLAIRE= DECATHLON -CREA AGRICOLE Stratégies
- h- OFFRE et DEMANDE VERTE = MARKETING 4P
- i- Le MARCHE DU CARBONE pour les entreprises

a- BOWEN -RSE .

Social Responsibilities of the Businessman (1953)

BOWEN HOWARD – ECONOMISTE AMERICAIN-PASTEUR PROTESTANT

L'ouvrage fondateur se place ainsi à l'intersection de deux démarches :

- la clarification de la **responsabilité** au cœur du management et de la théorie des organisations ;
-
- la construction d'une **éthique** économique à l'initiative de la Fédération des églises protestantes américaines⁴

Bowen propose quatre mécanismes de réponses :

1-la concurrence ; la régulation publique ;

2- les contre-pouvoirs tels que syndicats,

3-organisations de consommateurs,
coopératives ;

4-l'auto-régulation.

5-C -BACK UP HUMANITE .

Le BACK UP= le retour pour la société-LIONS CLUB GALA DE CHARITE 1PAGE

Partout dans le monde, le Lions Clubs International fédère des Hommes et des Femmes dont les actions humanitaires et humanistes contribuent au bien-être de l'Humanité dans le respect de la dignité de chacun et de sa liberté.

Téléthon 2022

50 ans d'amitié et de partenariat et les Lions sont toujours présents aux côtés de l'AFM-Téléthon pour soutenir les malades et leurs familles ! Fidèles parmi les fidèles car « **partout où il y a un besoin, il y a un Lion** », les clubs Lions collecteront des promesses de dons en amont du Téléthon et participeront activement les 2 et 3 décembre aux nombreuses actions de mobilisation partout en France.

En coordination avec les équipes de l'AFM-Téléthon tout a été mis en œuvre pour vous donner le matériel nécessaire de manière à ce que cette nouvelle collecte de promesses de dons soit la plus simple et la plus efficace possible.

Vous avez l'avantage de connaître déjà le fonctionnement de cette opération, nous savons que vous allez faire grimper le compteur du Téléthon et que cette fois encore, vous allez démontrer au grand public votre capacité de mobilisation.

Vous pourrez collecter en Club, dans une galerie marchande ou tout autre lieu de passage, ou individuellement dans votre réseau personnel **tout en respectant l'application des normes sanitaires en vigueur.**

Pour ce faire, l'AFM-Téléthon met à votre disposition ce kit, vous y trouverez :

- un guide de collecte
- des promesses de dons à faire remplir (l'équivalent de 10 par membre)
- des enveloppes préaffranchies pour remonter au fil de l'eau les promesses complétées.

N'hésitez pas à vous adresser à votre Délégué Téléthon de District pour toute information complémentaire.

Nous comptons sur vous ... l'AFM-Téléthon, les malades et leurs familles comptent sur vous! Vous verrez lors du prochain Téléthon des victoires thérapeutiques exceptionnelles, elles sont les vôtres, soyez en fiers.

LIONS CLUB ACTIVITES		
ACTION SANTE	TELETHON	
ACTION JEUNESSE		
ACTION ENVIRONNEMENT		
ACTION CULTURE	VENTE DE TABLEAUX	

5-D-

FONDATION CULTURELLE LOUIS VUITTON.

Une fondation est une personne de droit privé à but non lucratif
crée par un ou plusieurs donateurs- pouvant être des personnes
physiques ou morales pour accomplir l'intérêt général.

ECONOMIE SOCIALE

FONDATION CULTURELLE LOUIS VUITTON

ART-CULTURE-PATRIMOINE

ARTISTES -INTELLECTUELS-

CREATION D HIER et AUJOURD HUI

EXPERIENCES VISITEURS

5-F-E-ENTREPRISE ETHIQUE

5G-LE CREDIT AGRICOLE.

SOCIETE DURABLE	Agir chaque jour dans l'intérêt de nos clients et de la société
RSE	Déclaration de Performance Extra-Financière, qui sera publiée en mars 2022.
	Objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies.
	<p style="text-align: center;">Le Projet Humain</p> <p>centré sur la responsabilité en proximité, pour offrir aux clients un accès permanent à un interlocuteur formé, autonome et agissant dans un cadre de délégation clair, avec pour moteur la confiance et l'engagement réciproque des collaborateurs et de l'entreprise.</p>
	Le Projet Sociétal des Ambitions 2022 du Groupe est ponctué par une ambition forte : faire de la finance verte une clé majeure de notre croissance, pour agir en faveur de la transition énergétique.
	ec Amundi Transition Energétique pour lancer un projet innovant d'investissement dans la transition énergétique des territoires à travers la création d'un nouveau fonds, le fonds CAREst TE.
	<p>Le fonds privilégie 5 axes :</p> <ul style="list-style-type: none">• la décarbonation industrielle ;•• le réseau de chaleur et de froid ;•• le développement des énergies renouvelables (éolien, solaire, hydroélectricité) ;•• l'agrivoltaïsme ;•• la méthanisation et l'hydrogène.

5-J-OFFRE et DEMANDE VERTE = MARKETING 4P

LE MARKETING MIX CONSTITUE LA STRATEGIE DE COMMERCIALISATION				
ACTIONS MARKETING 4P	PRODUIT		EMPREINTE CARBONE	
	PRIX		LE VERT DOIT ETRE MOINS CHER QUE LE PRODUIT CARBONE	
	PROMOTION	COMMUNICATION	50 KM CIRCULAIRE	
	PLACE	DISTRIBUTION	1 KM	

LA VALEUR VERTE

OFFRE et DEMANDE

MARKETING 4P=

Offre de vert de la DEMANDE

Pour une meilleure SANTE de la personne

PRODUIT

**ZERO
CARBONE**

PLACE

DISTRIBUTION

**CONSIGNE
CHAINES de VALEUR**

PRIX

**SPONSOR
SUBVENTIONS
NUDGES**

**COMMUNICATION
PROMOTION**

**INFORMATION
PEDAGOGIE
VULGARISATION**

MICRO -ECONOMIE

OFFRE	FAIT	LA DEMANDE VERTE	
PRODUIT VERT	PRIX V< PRIX C		
	QUALITE		
	SANTE		LE CONOSOMMATEUR DECIDE. IL CREE LE MARCHE IL VEUT DES PRODUITS MEDECINE

5-K-Un Fonds ONU pour l'énergie verte **LE FOND ENERGETIQUE INTERNATIONAL.**

Face à la demande croissante d'énergie dans le monde au 21 ème siècle, nous devrions divorcer avec l'énergie carbone pour développer les énergies vertes non polluantes comme l'électricité, l'éolienne et hydrogène.

Il faudrait passer d'un système commercial (entreprises) ou étatique (pays) à un système supranational rattaché à l'ONU.

Nous devons dépasser la logique de marché capitaliste pour notre consommation d'énergie pour penser une définition de bien universel pour les terriens.

L'énergie est un bien nécessaire à tous les habitants de la planète.

On pourrait créer un Fond Énergétique International , le FEI – pour fournir de l'énergie verte, à un prix plafonné, sur une logique non spéculative.

Le FEI gérerait le financement , le développement , la production et la distribution de l'hydrogène sur planète.

Grâce à la banque mondiale les investisseurs pourraient financer une énergie propre en achetant des GREEN BOND (INVESTISSEURS PUBLICS -PRIVES = fonds de pensions, assurances, banques, États , particuliers.).

4-C-ETAT .LE TRAVAIL des ETATS.

4-C-1-LES ACCORDS.

	<u>ACCORD DE PARIS</u> <u>COP 21</u>
	NEW DEAL VERT
	PACTE VERT RELANCE
	CONVENTION CITOYENNE pour LE CLIMAT.

4-C-2- LE DROIT ENVIRONNEMENT.

	(1) DROIT ENVIRONNEMENT=DROIT TRANSVERSAL-PUBLIC-PRIVE A-EN FRANCE Code de l'environnement (France) , entré en vigueur par l'Ordinance du 18 septembre 2000. B-En 2022, la Suisse dispose d'une douzaine de lois et de 72 ordonnances en matière d'environnement des oiseaux -pêche -forêts - eaux -agriculture - la protection de la nature et du paysage 1999 : loi sur le CO2 (totalement révisée en 2012) ; - la réduction du bruit émis par les chemins de fer. produits chimiques - loi sur le génie génétique .
	(2) PROTEGE LA NATURE
	(3) CREE DE LA VALEUR VERTE
	(4) CREE DE LA VALEUR ECONOMIQUE

OCEAN 'S CONSIGNE= 0 PLASTIQUE

NUDGES = on influence financièrement les comportements VERTUEUX en ECONOMIE-SANTE-ENVIRONNEMENT.
SANS PLASTIQUE c'est meilleure SANTE

1-Avec les BOUTEILLES EN VERRE, JE **CONSIGNE** .

- A- je **CHANGE** la CONSOMMATION.
- B- je **SPONSORE** Le VERRE-+ CHER

2- je **CREDITE** le MARCHE PLASTIQUE

- A- le CREDIT PLASTIQUE est une TAXE pour financer le NETTOYAGE
- B- CREDIT PLASTIQUE ENTREPRISE
- C- CREDIT PLASTIQUE PARTICULIER

3-FONDATION SEAN CLEANER =

- A- je **NETTOYE** les mers et la TERRE
- B- je **FINANCE** avec un DON.

C-Je **REPLACE** avec la recherche scientifique sur les nouveaux Emballages

J AIDE LES AUTRES PAYS !!

**SOS- STOP le PLASTIQUE =
i send a message in the bottle !!**

4-D/ LE RESTE DU MONDE.

<u>1- MENAGES=</u>	CONSOMMER FRANCAIS PRODUITS FRANCAIS COMMERCES =de PROXIMITE MARCHE AGRICOLES= FRUITS ET LEGUME
<u>2- ENTREPRISES.</u>	ACHETRE DES ENTREPRISES FRANCAIS SOUTENIR LES ENTREPRISES ARTISAN BOULANGERIE
<u>3-INSTITUT FINANCIERES.</u>	BANQUE SFRANCAISES ACTIONS BOURSES FRANCAISES
<u>4-ETAT</u>	PAYER des IMPOTS EN FRANCE
<u>5-RESTE DU MONDE</u>	MOINS D IMPORTATION

RESTE DU MONDE

EXPORTER HAUTE VALEUR AJOUTEE

-luxe (alimentation- artisanat)
-médecine
Haute technologie

RICARDO

CONSOMMER et PRODUIRE LOCAL
PARTOUT DANS LE MONDE

-alimentation
-vêtements
industrie

5- La finance verte-éthique.

5-A-FINANCE SPECULATIVE.

5-A- 1929-Les crédits hypothécaires- WALL STREET- LE FILM

5-B- 2008-CRISES SPECULATIVES FINANCIERES - subprime 2008-2010-

5-C ARGENT – LE GOFF – SIMEL -ARGENT-ZOLA-LA SPECULATION= LA VISION ARGENT-

5-B- LA FINANCE SANS SPECULATION.

B-1 D- La finance islamique -700 milliards -interdit religieux = la riba.

B-2- LES PRODUITS = 1-GREEN BOND 2-BLUE-3-SOCIAL-4-ISR-5-ESG

B-22 les indicateurs BOURSIERS ETHIQUES

B-222 l'indicateur éthiques boursiers suisse chrétien

B-3 CAC ENVIRONNEMENT-MARCHE CARBONE PARTICULIER

5-C- L EPARGNE CITOYENNE POUR LA CREATION VERTE .

5-C-1 PATRIMOINE FORET

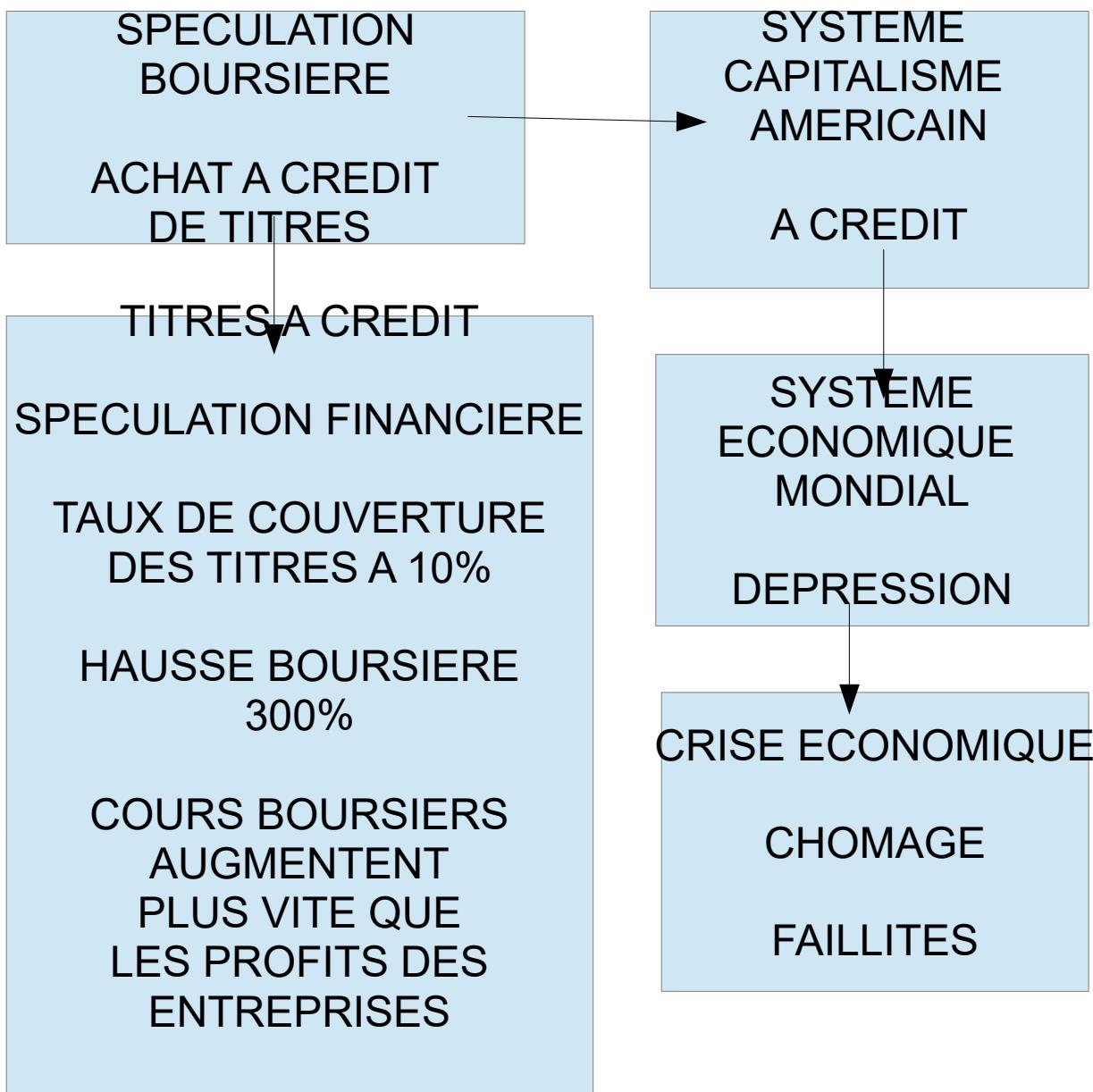
5-C-2 SCPI FERME

5-C-3 CONSOMMATION et EPARGNE = Moins de consommation matérielle = 20% épargne

5-A-

1929-crise de wall street.

KRACH WALL STREET
JEUDI 24 SEPTEMBRE 1929
JEUDI NOIR



FILM- WAL STREET

2008-CRISE SUBPRIME-USA

SUBPRIME =

Ce sont des prêts immobiliers dont le taux d'intérêt varie en fonction
De la valeur du bien

2007= la VALEUR DES BIENS IMMOBILIERS
S'EFFONDRE-LE MONTANT DES CRÉDITS
AUGMENTENT= **1-CRISE BANCAIRE**

SPECULATION =

Titrisation des crédits hypothécaires

Non remboursement

BANQUES USA vendent leurs actions
Pour avoir des liquidités

LEHMAN BROTHER crée une
2-CRISE FINANCIÈRE

3- CRISE ÉCONOMIQUE MONDIALE

LES BANQUES impactent l'ÉCONOMIE RÉELLE

A- FAILLITE-B-DEPRESSION-C-CHOMAGE

<p>MAXIMISER L AVANTAGE CONCRRENTIEL SUR LES MARCHES DES PRODUITS</p> <p>ROLE DETERMINANT DU SECTEUR</p> <p>POSITIONNEMENT STRATEGIQUE</p> <p>CYCLE DE VIE</p>	<p>MAXIMISER LA VALEUR DE L ACTION SUR LE MARCHE FINANCIER</p> <p>CALCUL INVESTIS PAR DOMAINES D ACTIVITES STRATGIQUES</p> <p>COUTS DES CAPITAUX INVESTIS PAR DOMAINES</p>
<p>AVANTAGE COMPARATIF</p>	<p>NORMES PERFORMANCES(r)</p> <p>CRITERE DE PERFORMANCE $r < k$</p> <p>REMUNEARTION INCITATIVE SUR LA BASE de $(r-k)$</p> <p>COMMUNICATION PERMANENTE AVEC LES ACTIONNAIRES</p>

ACTIONS =

Une action représente une fraction du capital d'une entreprise.

Si vous détenez des actions, vous êtes propriétaire d'une partie de la société.

Cela vous donne des droits, notamment, celui de recevoir des dividendes, si la société en distribue, et d'influer sur la politique générale de l'entreprise lors des assemblées générales d'actionnaires.

OBLIGATIONS=

Une obligation est un **morceau de dette** émis par une **entreprise**, une **collectivité territoriale** ou un **État**.

Lorsque l'une de ces entités (entreprise, collectivité ou État) souhaite se financer, les montants requis peuvent nécessiter l'intervention de nombreux créanciers.

Vous pouvez devenir l'un de ces créanciers en « achetant » une **obligation**, c'est-à-dire une partie de cette dette.

En plus du **capital** qui vous sera restitué à échéance fixe (en général, entre 5 à 30 ans), le débiteur s'engage à vous rémunérer périodiquement (tous les ans, ou tous les trimestres notamment) selon un **taux d'intérêt fixe** ou variable.

D- La finance islamique -700 milliards -interdit religieux = la riba.

LA FINANCE ISLAMIQUE

LA RIBA -ETHIQUE

RIBA =

Basé sur le CORAN , les banques islamiques adoptent
L'éthique dans les prêts bancaires.

LA RIBA interdit l'USURE avec taux intérêt excessif
dans le crédit monétaire
autorise l'USURE VENTE pour moraliser le capitalisme.

LA SOUMATE -2-3-4

LES JURSITES organisent avec le droit bancaire

Islamique l'ACCUMULATION DU CAPITAL.

La RICHESSE doit être au service de tous.

On ne va pas appauvrir les plus démunis.

- 1-ETHIQUE SPIRITUEL
- 2- ETHIQUE ECONOMIQUE
- 3- ETHIQUE BANCAIRE
- 4-ETHIQUE CONSOMMATION -MARCHANDE

« ECHANGER DE L OR avec de L OR «

« CELUI QUI EPARGNE
NE SERA PAS REDUIT A LA PAUVRETE »

Green Bonds-EDF .

EDF est un émetteur de référence sur le marché des Green Bonds : il a ainsi émis l'équivalent d'environ 10 Mds€ de Green Bonds depuis novembre 2013 pour accompagner son développement. Les Green Bonds sont pleinement intégrés à la politique de financement du Groupe.

EDF est un membre actif de la gouvernance des Green Bond Principles et co-fondateur du Corporate Forum on Sustainable Finance.

Le groupe EDF a mis à jour son Green Financing Framework en juillet 2022 afin d'intégrer les meilleures pratiques de marché, d'inclure de manière plus large les activités du Groupe et d'être compatible avec l'alignement à la taxonomie européenne.

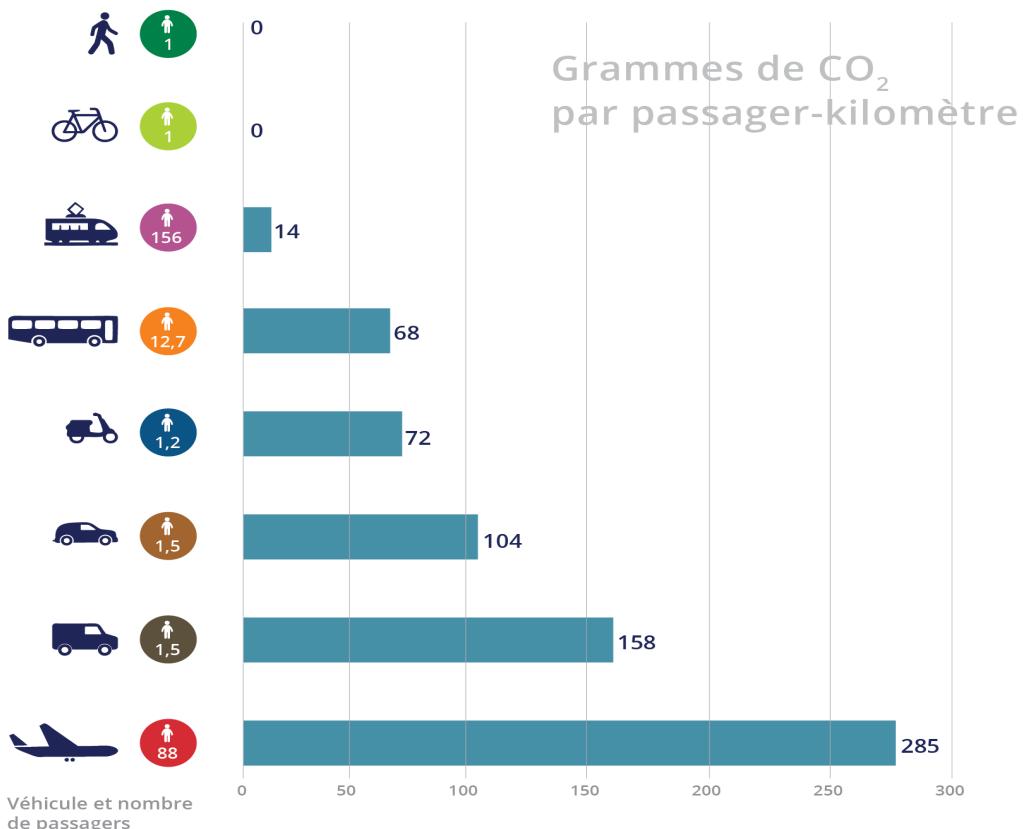
GREEN BOND SNCF -TRAIN .

GREEN BOND .

LE MARCHE EN EUROPE -MONDE EN FRANCE-
EXEMPLE = AMUNDI-FONDS ETHIQUE .

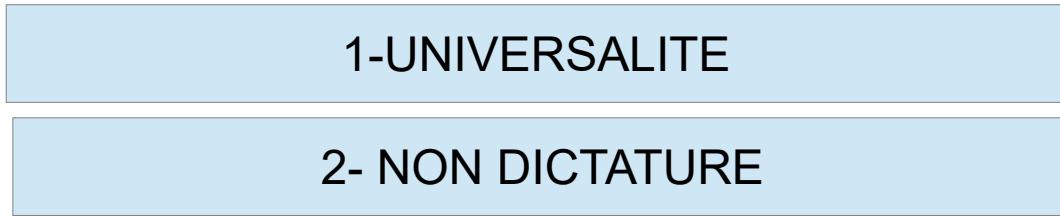
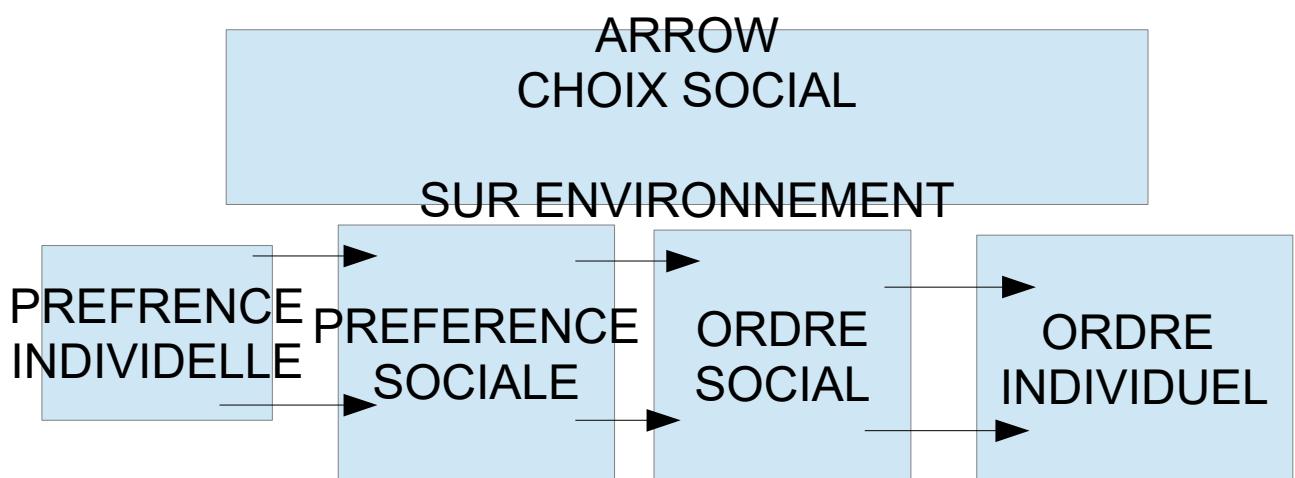
Émissions de dioxyde de carbone dues au transport de passagers

Il existe un large éventail de moyens de transport, mais choisir celui présentant le plus faible taux d'émissions n'est pas toujours simple. Une façon de mesurer votre impact environnemental est d'examiner les émissions de CO₂ par passager-kilomètre effectué.



Note : Les émissions de CO₂ sont calculées au moyen d'une estimation de la quantité de CO₂ par passager-kilomètre. Différents modes de transport sont pris en compte, et les estimations utilisent un nombre moyen de passagers par mode de transport. Plus le nombre de passagers dans un véhicule est élevé, plus le total des émissions de CO₂ de ce véhicule augmente, mais les émissions par passager sont plus faibles. Le facteur d'émission des bateaux de navigation intérieure est estimé à 245 g de CO₂/km, mais peu de données sont disponibles par rapport aux autres modes de transport.

Source : Les estimations reposent sur la base de données TRACCS (2013) et l'indicateur TERM 027.



PATRIMOINE AUTOMOBILE
FRANCAIS
=100 MILLIARDS

« AUTRE CHOSE »

1- PATRIMOINE FRANCAIS AUTOMOBILE =100 MILLIARDS

A-COUT MOYEN AUTO= 26.000 EU x 38 MILLIONS

B-COUT ANNUEL = FRAIS 4000 eu+1000 ESSENCE
=5000 eu

2- (A) = 100 MILLIARDS PATRIMOINE

= DIVISE PAR 2 = 50 MILLIARDS

INVESTISSEMENTS GREEN BOND SNCF TRAIN

3- (B) = 5000 EUROS BUDGET -AN

A- TRANSPORTS COMMUNS

B- VELO

C-TRAIN

LE TRAIN C EST ARROW

- 1- INTERET PARTICULIERS
- 2- INTERETS COLLECTIFS

LE VELO-C EST PARETO

- 1- ACCROITRE LE BIEN ETRE
- 2- ACCROIT LE CAPITAL ECO -SANTE-NATURE

ISR

	<p><u>La démarche d'Investissement Socialement Responsable (ISR) est en quelque sorte une application au domaine de l'investissement financier de la notion de développement durable. Elle consiste à choisir d'investir dans des entreprises qui prennent en compte dans leur modèle de développement des notions qui ne sont pas uniquement financières mais de nature sociale et environnementale.</u></p>
	<p>Le terme d'Investissement Socialement Responsable (ISR), adapté d'un concept anglo-saxon, rassemble toutes les démarches qui consistent à intégrer des critères extra-financiers c'est à dire concernant l'environnement, les questions sociales, éthiques et la gouvernance dans les décisions de placements et la gestion de portefeuilles.</p>
FORMES	<p><u>les fonds socialement responsables ou de développement durable : les fonds d'exclusion l'engagement actionnarial ou activisme actionnaria</u></p>
	<p>L'ISR en chiffres <u>Selon la dernière enquête d'Eurosif, réseau européen de promotion de l'ISR, réalisée sur le marché européen de l'ISR à partir des données de treize pays européens, l'ISR représentait 5 000 milliards d'euros au 31 décembre 2009, en hausse de 87 % par rapport à décembre 2008.</u></p>
	<p>En France, plus de 300 fonds ISR étaient proposés fin 2011 (à comparer aux 5 000 OPCVM, toutes catégories confondues). <u>Novethic</u>, centre de recherche et d'information sur l'ISR, chiffrait les encours ISR détenus par les résidents français fin 2011 à 115 milliards d'euros, dont 70 % appartiennent à des investisseurs institutionnels et 30 % aux particuliers.</p> <p><u>En 2013, le label ISR de Novethic a été attribué à 104 fonds, dont 38 sociétés de gestion.</u> <u>Un label "fonds vert"</u></p>
	<p><u>n 2013, le label ISR de Novethic a été attribué à 104 fonds, dont 38 sociétés de gestion. Un label "fonds vert"</u></p>
	<p>L'ISR suppose de proposer une nouvelle grille d'analyse extra financière aux acteurs financiers. Son développement est à l'origine de nouveaux métiers, de nouvelles formes de coopération entre actionnaires et de nouveaux outils. Dans certains pays européens,</p>

	<p>des dispositifs législatifs spécifiques ont été mis en œuvre.</p> <p>L'offre et la distribution des produits</p> <p><u>Comme d'autres types d'OPCVM, les fonds ISR</u></p>
	<p><u>Comme d'autres types d'OPCVM, les fonds ISR</u></p> <p><u>Les investisseurs institutionnels</u></p> <p><u>Fonds retraite 100% ISR</u></p> <p><u>Les agences de notation extra-financières</u></p> <p><u>Les indices boursiers "éthiques"</u></p>

AMUNDI FOND ETHIQUE .

AMUNDI	plus grand fonds d'obligations vertes émises sur les marchés émergents		
	Amundi Planet Emerging Green One (EGO)	un encours de 1,42 milliards de dollars	ce fonds prévoit d'investir près de 2 milliards de dollars
	Avec un engagement de 256 millions de dollars, IFC est le plus grand investisseur dans le fonds qui vise à financer des projets focalisés sur le changement climatique dans les pays émergents.		

Épargne: Bercy veut créer un nouveau « livret vert»

BUT	le projet d'un nouveau livret dédié à la décarbonations. <u>une recommandation de la Convention Citoyenne</u>
EPARGNE de précaution.
FINANCEMENT	énergies renouvelables
QUOI ?	la question du financement des investissements concernant <u>les énergies renouvelables</u> ,
TRANSITION ENVIRONNEMENTALE	transition environnementale= 1- (transport dé carboné, 2-isolation des logements, etc.)
OUTIL	la création d'un « véritable outil d'épargne verte ».
QUI	au grand public
MONTANT	une partie des 2 500 milliards d'euros de l'épargne des Français
LABEL	GREENFIN, les Français qu'investir dans la décarbonations
	est la meilleure épargne de précaution.
QUAND	ETE 2023
COMMBIEN	LiQUIDITE= 550 MILLIARDS 18 000 EUROS PAR MENAGE
QUI	2/3 des EPARGNANTS ½ des EPARGNANTS veulent INVESTIR dans le VERT- COMPOSITION = 70% VALEUR et 30% VALEUR VERTE

LES LIVRETS .

	FINANCEMENT
LIVRET A	LOGEMENT SOCIAL
LIVRET LEP	POUVOIR ACHAT
LDDS	ECONOMIE SOCIALE=EAU-MEDECINE
LIVRET VERT	ENERGIE VERTE

LES OBLIGATIONS =

A- LES SOCIAL IMPACTS BONDS.

	<p>Les Social Impact Bonds (SIB) ou Contrats à Impact Social sont des obligations financières émises par le secteur public auprès d'acteurs privés afin de financer des projets sociaux, et dont le paiement est conditionné à la réussite du projet.</p>
	<p>Social Impact Bonds : vers une « culture du résultat »</p> <p>•« Culture du résultat » : si désormais (avec les SIB) le financement de projets sociaux est en partie conditionné à l'effectivité de leurs résultats mesurables, cela veut dire qu'un grand nombre d'associations dont l'action et les résultats ne peuvent pas nécessairement se mesurer (ou alors se mesurent à long terme), auront désormais plus de mal à obtenir des financements. La culture du résultat peut aussi être jugée dangereux pour le tissu associatif local et de petite échelle qui n'a pas les mêmes moyens que les grandes associations pour obtenir des résultats rapidement mesurables. De fait, il est plus difficile de s'imposer lorsqu'on est un petit acteur et que c'est une logique de résultats qui prévaut.</p>
	<p>Histoire des Social Impact Bonds</p> <p>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.</p>

FINANCE VERTE .

La « finance verte » est une notion qui définit les actions et opérations financières qui favorisent la transition énergétique et la lutte contre le réchauffement climatique.

- . La finance verte, quant à elle, finance des projets ne portant pas atteinte à l'environnement, ou permettant le développement d'une économie durable.

2. Marché au carbone

Un marché du carbone vise à allouer des « droits à polluer » qui peuvent être échangés sur un marché. Ainsi, les acteurs souhaitant polluer plus doivent acheter des droits supplémentaires, ce qui incite à diminuer l'émission de gaz à effet de serre.

3. Bonus-malus écologique (écopastille)

4. Placements et travaux verts : avantages fiscaux pour les particuliers

5. La taxe carbone ou « contribution climat énergie »

**MARCHE DU CARBONE
PARTICULIER en 2035
avec des scores sur 1 AN .**

1-TRANSPORTS

2-ENERGIE

3-HABITATION

4-ALIMENTATION

5- BIENS MATERIELS

6- CONSOMMATION IMMATERIELLE

B-LES BLUES BONDS.

définition	Une obligation bleue est un instrument d'emprunt émis par des États, des banques de développement ou d'autres institutions pour lever des capitaux auprès d'investisseurs afin de financer des projets marins et océaniques aux retombées positives pour l'environnement, l'économie et le climat.	
qui	Grand public-	
ou	Seychelles=	
	Comme pour beaucoup de petits États insulaires, l'économie des Seychelles est fortement dépendante de l'océan et de la pêche pour l'alimentation et les moyens de subsistance de ses habitants, ainsi que des habitats marins pour d'autres secteurs de l'économie bleue comme le tourisme. La pêche est, après le tourisme, le secteur d'activité le plus important du pays, contribuant de manière significative au PIB annuel et employant 17 % de la population. Les produits de la pêche représentent environ 95 % de la valeur totale des exportations nationales.	
	L'obligation bleue souveraine a été émise avec une valeur plafond de 15 millions de dollars, pour une durée de dix ans	la Banque mondiale et du Fonds pour l'environnement mondial (FEM)
		bénéficie d'une garantie partielle de 5 millions de dollars
I	trois grands investisseurs socialement responsables, basés aux États-Unis : Calvert Impact Capital, Nuveen et Prudential	
quoi	deux fonds qui financeront des activités marines et océaniques contribuant à la transition vers une pêche durable.	grâce à l'extension des aires marines protégées à 30 % de la zone économique exclusive (ZEE)
ODD14	en améliorant leur gouvernance, en favorisant le dialogue et la coopération régionale, et en renforçant la filière de la pêche grâce à une meilleure préservation des ressources, à des installations et des équipements adaptés et à des formations	
	Le portefeuille actuel de la Banque mondiale dans le domaine de l'économie bleue est estimé à environ 3,7 milliards de dollars et il est prévu d'y consacrer 1,5 milliard supplémentaire	

ESG.

ESG	<p>Ce sigle international est utilisé par la communauté financière pour désigner les critères Environnementaux, Sociaux et de Gouvernance (ESG) qui constituent généralement les trois piliers de l'analyse extra-financière.</p> <p>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).</p>
E	<p>Le critère environnemental tient compte de :</p> <p>la gestion des déchets, la réduction des émissions de gaz à effet de serre et la prévention des risques environnementaux.</p>
S	<p>Le critère social prend en compte : la prévention des accidents, la formation du personnel, le respect du droit des employés, la chaîne de sous-traitance (supply chain) et le dialogue social.</p>
G	<p>Le critère de gouvernance vérifie : l'indépendance du conseil d'administration, la structure de gestion et la présence d'un comité de vérification des comptes. Il est nécessaire dans une stratégie de développement durable et d'investissement responsable de relier la performance financière d'une entreprise à son impact environnemental et social.</p>

ECONOMIE VERTE -ENTREPRISE VERTE DU CAC 40.

EUNONEXT INDICE ESG 2021-PARIS		
60 = CAC 40 et 20 CAC NEXT	40 VALEURS BOURSIERES	
	VALEURS	EDF -SOLVAY-ATOS
	40 critères METHODOLOGIE ISR	
CRITERES	ESG	
	ENVIRONNEMENT	
	SOCIALE	
	GOUVERNANCE	
	EXCLUSION de la pollution	

LES INDICES FINANCIERS ETHIQUES.

THEMES	1-ETHIQUE SOCIALE 2-DEVELOPPEMENT DURABLE 3-ENVIRONNEMENT
EVALUATION	<u>la gouvernance,</u> <u>la gestion des ressources humaines,</u> <u>la performance environnementale,</u> <u>l'éthique,</u> <u>les droits de l'homme,</u> <u>les relations clients/fournisseurs</u> <u>le dialogue avec la société civile</u>
DJSI,	Dow Jones Sustainability Index World : établi à partir des notations de la société de gestion suisse SAM,
FTSE4Good	• FTSE4Good établi à partir de celles de l'agence anglaise Eiris, •
l'ASPI	• l'ASPI , ASPI Eurozone® (agence Vigeo) : un indice éthique composé des 120 entreprises cotées de la zone euro (univers DJ Euro Stoxx) présentant les meilleures performances sociales et environnementales.
	•L'ECPI Ethical index Euro regroupant 150 sociétés cotées européennes, sélectionnées pour leurs bonnes pratiques en matière sociale, environnementale et éthique,

INDICE CHRETIEN =

basé sur des critères chrétiens et non -environnementale.

INDICE CHRETIEN	
2010-ZURICH	Christian Index» mesure les performances économiques de firmes triées sur le volet
	533 entreprises
	Roche, Petroplus, Alpiq, BB Biotech, les pétrolières BP et Shell, aussi les banques BNP-Paribas et HSBC, qui ont déjà intégré le
le «Stoxx Europe Christian Index».	<u>VALEUR PHARE =</u> NESTLE.
FTSE KLD Catholic Values 400	Le premier indice chrétien est catholique et américain
1er indice ETHIQUE	élaboré aux Etats-Unis, au début des années 90, par le cabinet KLD.

PROMOTION DE L EPARGNE VERTE POUR FINANCER LA TRANSITION ENERGETIQUE.

« GREEN BOND DIVORCE AVEC CARBONE «

« QUAND ON ACHETE UN GREEN BOND , ON NE LE VEND JAMAIS «

« YOU BUY BOND !! «

GB 007	
FINANCE VERTE	LES BONDS – LIVRET VERT
ECONOMIE IMMATUREILLE	
QUINQUE 50	VEOLIA-EDF-AIR LIQUIDE- TOTAL ENERGIE-SUEZ-ENERTIME

LA SCPI FERME

PLACEMENT FINANCIER dans L AGRICULTURE	SCPI FERME
SCPI DEFINITION SOCIETE CIVILE PLACEMENT IMMOBILIER PIERRE PAPIER	solution simple, qui peut vous permettre d'investir notamment dans des <u>bureaux</u> ou des <u>commerces</u> difficilement accessibles en direct pour un particulier.
<u>OBJECTIFS =</u>	1- APPORT DE LIQUIDITES a L' AGRICULTURE GOUVERNANCE ETHIQUE
	2- SOUTENIR SOUVERAINETE ALIMENTAIRE
	3- AGRICULTURE FRANCAISE MOINS IMPORTATION BALANCE COMMERCIALE FRANCAISE
	4- AIDER AGRICULTURE FACE AU RECHAUFFEMENT

FORET BANQUE.

On investit par la banque dans la FORET.

1- CAPITAL ECONOMIQUE

2- CAPITAL NATURE = sauvegarde de la BIODIVERSITE.

OBJECTIF « ONF AGIR pour la FORET «	PLACEMENTS LUTTER INFLATION DURABILITE DIVERSIFIER ACTIFS TANGIBLE	<u>ECONOMIE</u> -EMPLOIS -ENERGIE DURABLE -Bien commun- -INTERET général	<u>NATURE</u> -BIODIVERSITE -PUIT CARBONE	<u>SANTE=</u> -BIEN ETRE - CALME -EVASION -REPOS
RENTABILITE	2 % AN	rare	COUPE DE BOIS Droit de chasse (gibier)	
PRIX	4000 euros hectare	ENTREE = 200.000euros- 300.000 euros		
TAILLE	MINIMUM 25 HECTARES	30% PLANETES	30% FRANCE	
PROPRIETAIES	1-25%ETAT 2-75%- PARTICULIERS	19% collectivité 9% domaines	33 Millions propriétaires	1- ACHAT FONCIER 2- SOCIETE GESTION PARTS SOCIALES

FONDS FRANCAIS SOUVERAIN PATRIOTE.

(gestion privée)

Le citoyen FRANCAIS peut investir dans le FONDS= 1-PLACEMENT 2- RETRAITE

EXEMPLE = placement sur 10 ANS avec 1 dividende fixe

A-COMMERCES PROXIMITE =

ex= Boulangerie-Boucherie-cafe -fromagerie- épicerie

B-ENTREPRISES =

créer emplois locaux

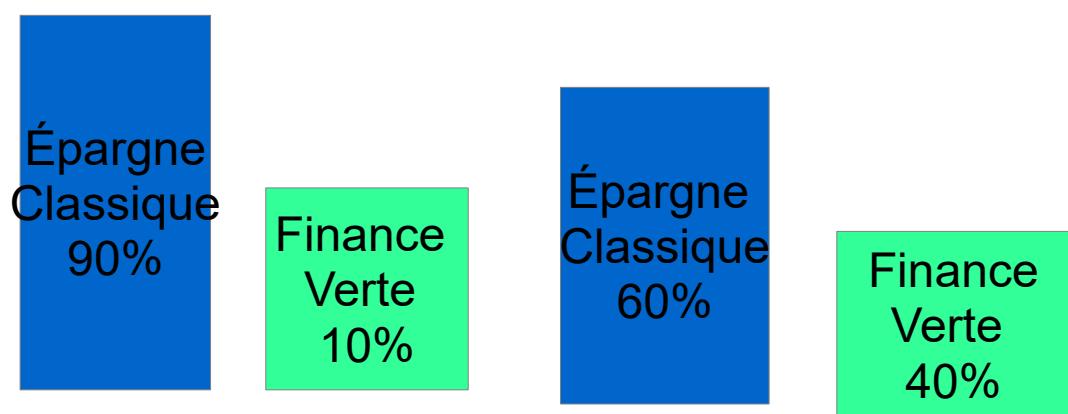
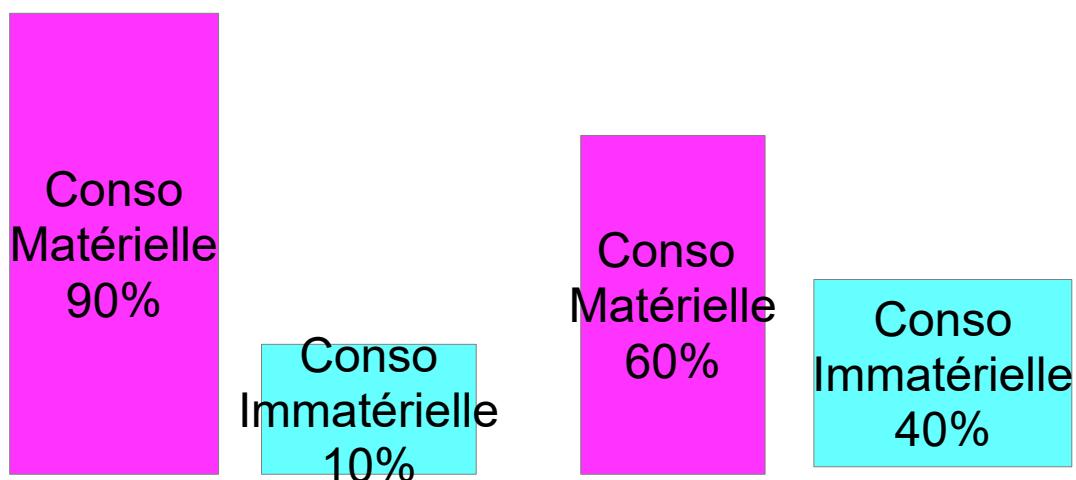
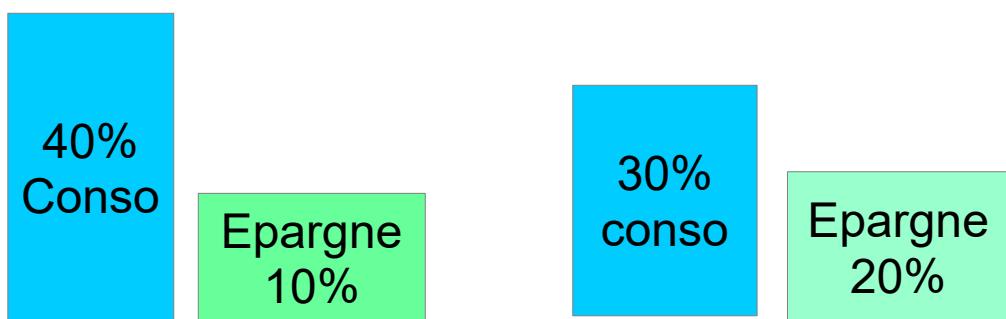
C-ACTIFS FINANCIERS =

1-Actions CAC
2-OBLIGATIONS
3-IMMOBILIER PUBLIC

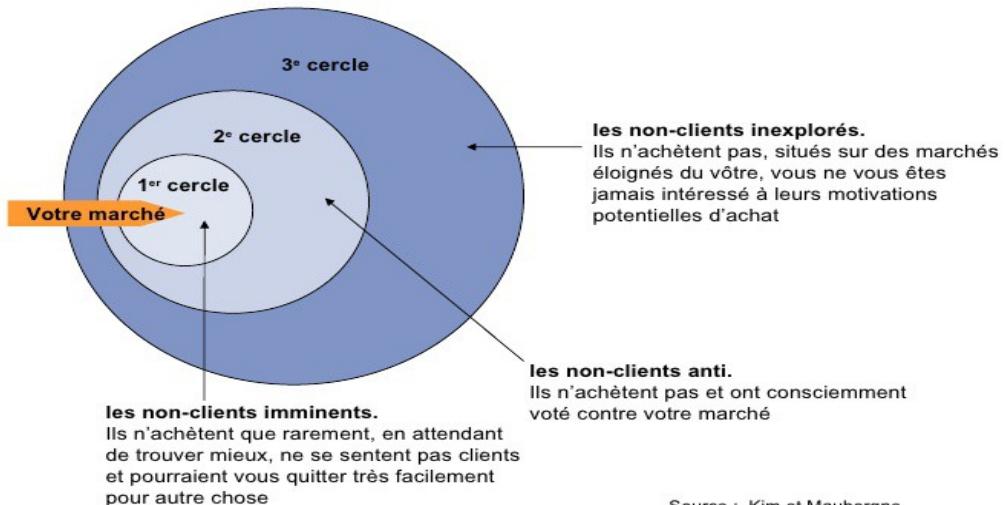
D-FONCIERS =

1-FERMES
2-FORET

CONSOMMATION IMMATERIELLE -EPARGNE.



L'importance du non client



Source : Kim et Mauborgne

© F. Raffin 2009-03

10

<u>1- NON CLIENTS -</u>	FINANCE VERTE - CONNAITRE LA FINALITE EPARGNENT
<u>2- LES ANTI-</u>	PAS DE BANQUE -ANTI CAPITALISTE. BANQUE LE MOYEN LE PLUS SUR
<u>3- NON CLIENTS -</u>	NON EPARGNE

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 immatériel 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-RUISSELEMENENT
- 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

WWF CAPITAL NATUREL-

LA NATURE CAPITAL NATUREL

150 000 Milliards de dollars
50% économie Mondiale

L'économie, dans son ensemble, exploite le capital naturel à un rythme qui excède les capacités d'absorption et de régénération des écosystèmes.

Fertilité des sols, pollinisation, approvisionnement en matières premières, épuration des eaux, stockage du carbone ou encore protection contre les catastrophes naturelles, les bénéfices écologiques que les organisations retirent de la nature sont aussi variés que stratégiques

BIEN COMMUN

c- COMPTABILITE GREEN – BLUE PRINT for a green economy- PEARCE

Ce rapport a été préparé par le London Environmental Economics Centre (LEEC).

LEEC est une coentreprise créée en 1988 par l'Institut international pour l'environnement et le développement (IIED) et le département d'économie de l'University College London (UCL)

. Populairement connu sous le nom de rapport Pearce, ce livre est un rapport préparé pour le ministère de l'Environnement.

Il montre comment les éléments de notre environnement actuellement menacés par de nombreuses formes de pollution peuvent être chiffrés.

Le livre poursuit en montrant comment les gouvernements sont capables, à la suite de cette analyse, de construire des systèmes de taxation qui réduiraient à la fois la pollution en la rendant trop coûteuse et généreraient des revenus pour nettoyer une grande partie des dégâts. Le livre se termine par une série de programmes squelettes pour progresser.

CLASSIFICATION OF RESSOURCES IN THE nOWEGIAN ACCOUNTING

ressource	PHYSICAL CLASSIFICATION	
MATERIAL	MINERAL	
	MINERAL HYDROCARBONS STONE GRAVEL SAND	
	BIOLOGICAL RESOURCES AIR-WATER-LAND- GROUND	
	Inflowing RESOURCES SOLAR-RADIATION- HYDROLOGICAL CYCLE WIND OCEAN CURRENTS	
ENVIRONNMENTAL	STATUS RESOURCES AIR-WATER-SOIL- SPACE	

Central account OF water IN france- BILLIONS OF CUBIC METERS

Beginning OF period					
items	1	2	3	4	TOTAL
Long term 1-snwo and glaciers	130				130
2-GROUND AQUIFIERS	300	200	100		600
3ALLUVIAL AQUILIFIER 3-CONFINED AQUIFIERS	100 200	250	300	50	709 200
MEDIUM TERM 5-LAKES AND PONDS	10	15	15		40
6-DAMS		8			8
SHORT TERMS					
RIVERS	21	23	53	68	165
HUMAN ACTIVITIES	2				2

CREATION de VALEUR VERTE AGRICULTURE

ENTREPRISE AGRO-ALIMENTAIRE FRANCAISE -LILLE-FLANDRES

	LESAFFRE	LEVURE			
	BONDUELLE	LEGUMES			
	ROQUETTE	AMIDON			
	CAFE FISCHAUX MEO	CAFE			
	PAUL	BOULANGERIE			

EXEMPLE = **BONDUELLE ENTREPRISE ETHIQUE** dans la CHAINE de VALEUR

« LE PARTAGE DE VALEUR « depuis 1853

	AGRICULTEURS	CHARTE ETHIQUE	VA -NATURE
	PARTENAIRES	FONDATION	VA -SOCIETALE
	COLLABORATEURS		VA-SOCIALE
	CLIENTS		VA -SANTE
	ACTIONNAIRES		VA-ECONOMIQUE

ACTIONNAIRES

DEONTOLOGIE BOURSIERE

40,00%	PUBLIC			
32,00%	ASSOCIES			
6,00%	SALARIES			
22,00%	FAMILLE		ENTREPRISE FAMILIALE	12 euros ACTION
1998	Entrée en BOURSE PARIS			CA -3 BILLIARDS

BONDUELLE
FONDATION
LES FEMME

AGRICULTURE FRANCAISE = LA VALEUR VERTE DE L'ALCOOL et VA -ECO

1-VIN ROUGE BORDELAIS

2-CHAMPAGNE -LE POMMERY

3- COGNAC MARKETING

AGRICULTURE

CHAMPAGNE	6 MILLIARDS	
Vin rouge	4 MILLIARDS	
parfums	3 milliards	
cereales	11 milliards	

LE COGNAC

PIB = 4 milliards-150 pays -VICTOR HUGO « la liqueur des DIEUX «

MARCHE =FRANCE -CHINE -USA

MARKETING

1- USA JAZZ -MUSIQUE -SOIREE AFRO-

2- RAP -BOITE DE NUIT BROOKLYN

3- NBA -BASKET-USA -SPONSORING

CHANTEUR AMERICAIN =

« once -that's only ned a one dance, get a HENNESSY in my HEAD «

KAYNE WEST = « hey, who needs sorry when there 's HENNESSY «

EAU -VEOLIA.

	<p>Veolia (autrefois Veolia Environnement, Vivendi Environnement et précédemment Compagnie générale des eaux) est une multinationale française, chef de file mondial des services collectifs.</p>
--	---

	<p>Veolia commercialise des services de gestion du cycle de l'eau, gestion et valorisation des déchets et gestion de l'énergie à une clientèle composée de collectivités locales et d'entreprises.</p>
	<p>En 2022, le groupe Veolia emploie de 220 000 salariés sur les cinq continents pour un chiffre d'affaires de 42 885 millions d'euros et un résultat net de 1 162 millions d'euros⁶.</p> <p>L'entreprise est cotée à la bourse de Paris sous l'indice VIE ⁷ et l'a été à la bourse de New York⁸ jusqu'à son retrait volontaire en 2014.</p>
	<p>Dates clés¹⁸⁵³ : création de la CGE ²⁰⁰²⁻²⁰⁰⁶ : séparation de Vivendi ²⁰⁰³ : adoption du nom Veolia</p>
	<p>Capitalisation 17 149 millions d'euros (au 31/12/2022) Chiffre d'affaires 42,9 milliards milliards d'euros (2022) Résultat net 1 162 millions d'euros (2022)⁴</p>

HYDROGENE AIR LIQUIDE.

	Création 1902 70 000 collaborateurs 4 millions clients 73 pays
	CHIFFRE AFFAIRE 21 MILLIARDS
	DECARBONER
	a- industrie
	b- transport
	SOCIETE BAS CARBONE -ZERO CARBONE 2050
	ETHIQUE
	a-interne
	b- affaires
	c- partenaires

PATRIMOINE NATUREL

1967-1976- loi sur la protection de la NATURE	<ul style="list-style-type: none"> -PATRIMOINE COMMUN NATUREL -INTERET GENERAL à LONG TERME -1970-COMPTABILITE NATIONALE DROITS DES EAUX 1- PROPRIETE NON APPROPRIABLE <u>EXEMPLE</u> =-air -mer-oiseaux jardins
---	--

	<p>VALEUR nette du PATRIMOINE entre ACTIF et PASSIF</p> <p><u>BIENS CAPITAUX NATURELS =</u></p> <p>1- VALEUR ECONOMIQUE -non marchande 2- VALEUR ECOLOGIQUE 3- VALEUR SOCIO-NATURELLE</p>
<u>HERITAGE AUX GENERATIONS FUTURES</u>	<p><i>1-les espèces animales et végétales.</i></p> <p><i>2- les populations animales et végétales dont la durée de vie et le rythme de renouvellement impliquent la possibilité d'une accumulation et donc d'une transmission ;</i></p> <p><i>3-les éléments et produits du milieu naturel qui sont régulièrement et rapidement renouvelés ou recyclés même s'ils ne peuvent être appréhendés qu'en terme de flux ;</i></p> <p><i>4-les systèmes écologiques où les espèces se reproduisent y compris le support physique de ces systèmes ;</i></p> <p><i>5-les systèmes physiques de circulation de matière et d'énergie ;</i></p> <p><i>6-les éléments permanents de l'écosphère terrestre qui sont rattachables à un territoire et peuvent de ce fait être appropriés.</i></p>

(Albert, in Anon., 1976).-C. Gruson. a Commission interministérielle des comptes du patrimoine naturel (CICPN) présidée par R. Toulemon. valeur nette du patrimoine » (Cornière, 1978).Delbos et Jorion (1988)

e1- PATRIMOINE NATUREL = UNESCO les lagons.

Conserver la diversité de la vie sur Terre est essentiel au bien-être humain dans le monde.

Grâce au soutien de la Convention du patrimoine mondial, les sites naturels les plus importants bénéficient d'une reconnaissance internationale ainsi que d'une assistance technique et financière pour faire face à des menaces telles que l'empiètement agricole, les espèces exotiques et le braconnage.

Pour être inscrit sur la Liste du patrimoine mondial, un site doit posséder des richesses telles que des phénomènes naturels remarquables ; représenter les principaux états de l'histoire de la terre, démontrer des processus écologiques et biologiques significatifs et contenir des habitats naturels importants. La Convention du patrimoine mondial a fourni une reconnaissance internationale à plus de 10 pour cent de la surface totale des aires protégées dans le monde, offrant une protection cruciale pour les plus importantes ressources naturelles de notre planète.

FRANCE	SUISSE
1-terres australes	Alpes suisse -JUNGFRAU-ALTESH
2-Pyrénées tactiques	
3-golf de <u>porto</u>	
4-lagons de nouvelle <u>Calédonie</u>	
5-pitons de la <u>réunion</u>	

e2- Le PATRIMOINE IMMATERIEL.

Le patrimoine culturel ne s'arrête pas aux monuments et aux collections d'objets.

Il comprend également les traditions ou les expressions vivantes héritées de nos ancêtres et transmises à nos descendants, comme les **traditions orales**, les **arts du spectacle**, les **pratiques sociales, rituels et événements festifs**, les **connaissances et pratiques concernant la nature et l'univers** ou les **connaissances et le savoir-faire nécessaires à l'artisanat traditionnel**.

L'importance du patrimoine culturel immatériel ne réside pas tant dans la manifestation culturelle elle-même que dans la richesse des connaissances et du savoir-faire qu'il transmet d'une génération à une autre.

Cette transmission du savoir a une valeur sociale et économique pertinente pour les groupes minoritaires comme pour les groupes sociaux majoritaires à l'intérieur d'un État, et est tout aussi importante pour les pays en développement que pour les pays développés.

<u>LES TRADITIONS AGRICOLES</u>	
les vignerons- VEVEY SUISSE	
Architecture ne bois au JAPON	
Bière -BELGIQUE	
Repas gastronomique -FRANCE	LA VAGUE SURF +OCEAN ALTANTIQUE+ AQUITaine-
Baguette – FRANCE	
Culture apicole- SLOVENIE	
CORSO fêtes des fleurs et des fruits -PAYS BAS	



This landscape is not exhaustive. The Capitals Coalition will continue to explore the landscape as it evolves.

FRANCE THALASSO

« ART DE VIVRE A LA FRANCAISE «

«SEA -IODE- FUN»

TOURISME-NATURE-LUXE-SURF-GASTRONOMIE-SPA-REVE-RESTAURANT
MICHELIN- EXPERIENCE CULINAIRE -BIEN ETRE

VILLES FRANCAISES =
LA BAULE-DINARD-PORNICHET-LE TOUQUET-BANDOLE-ST MALO

(4) **CAPITALE SANTE =** magnésium-calcium-potassium-gommages
-antistress-anti-âges-antifatigue

CAPITAL SANTE JAPONAIS = **-KO BI DO** -technique japonais-ancestrale-
de lifting de la peau

-DO IN = énergie du corps

(3)CAPITAL NATUREL = eau de mer-climat marin-
algues de mer-bain-HEXAGONE
référence mondiale Thalasso

CAPITAL ECONOMIQUE (1) =

1. cree de la VALEUR ECONOMIQUE
2. LUXE forte VALEUR AJOUTEE
3. RUISELLEMENT EMPLOI LOCAL
4. TOURISME INTERNATIONAL
5. FAIBLE EMPREINTE CARBONE
6. economie service -CAPITAL IMMATERIEL

MARKETING THALASSO -THEORIE DES 5 S=

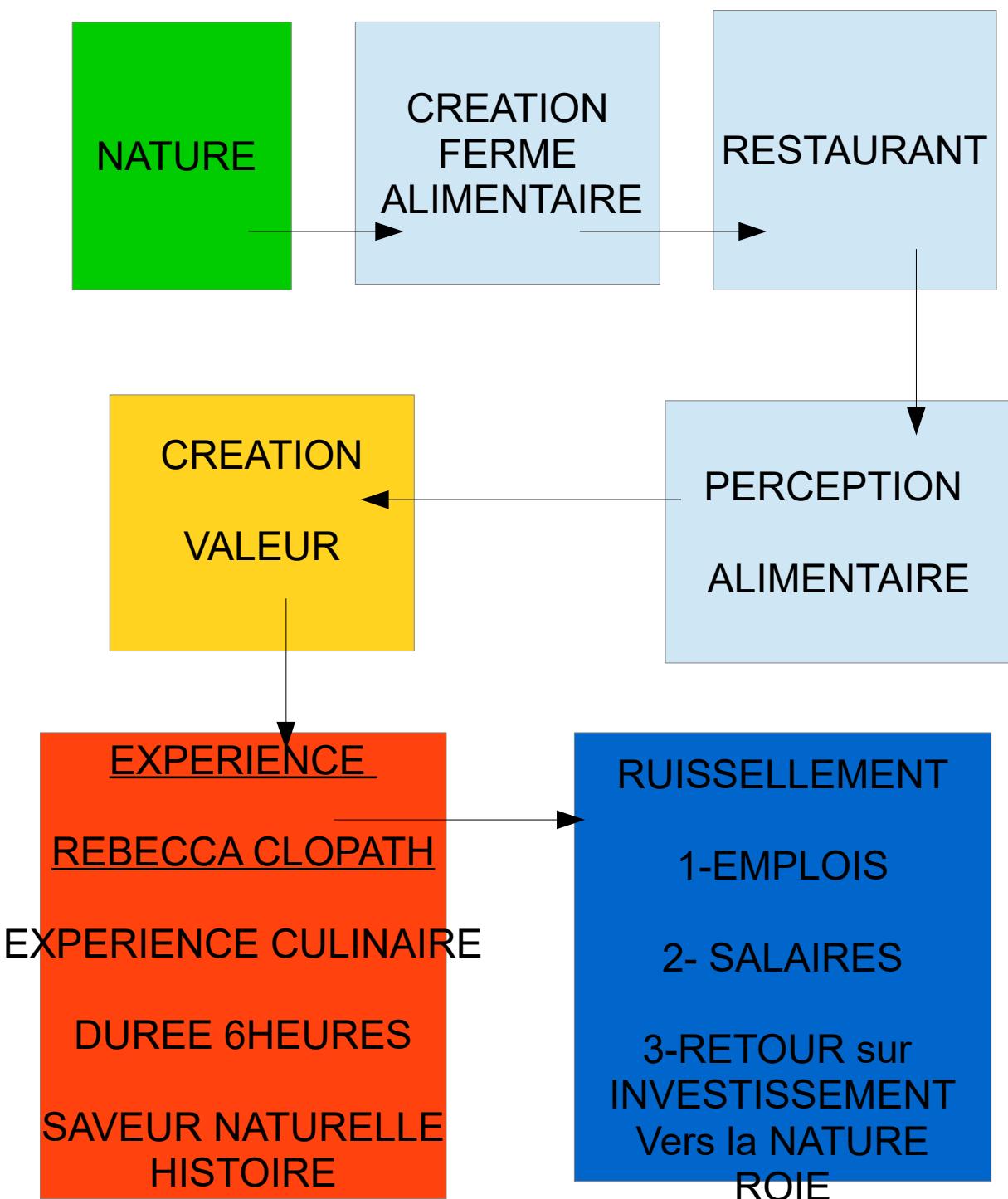
1- Produits de **SOIN**

2-**SAVEURS**

3-SITUATIONS GEOGRAPHIQUES

4-SAINEMENT

5-SIMPLICITE



LA FERME URBAINE

« CHANTS DE CAILLE «

PROFESSIONNELS + CITOYENS

1-CITOYENS

EPICERIE PARTICIPATIVE
ECOPATURAGE
JARDIN COLLECTIF
MARAICHAGE
PROJET PEDAGOGIQUE

2- CONSOMMATEURS

EPICERIE
PRODUITS LAITIERS
AUTO COLLECTE AROMATIQUES -LEGUMES
VIANDE AGNEAU

3-DISTRIBUTION .

A-ABONNEMENT(CASH) EPICERIE

B- DISTRIBUTEUR SU PLACE

C- LIVRAISON

i- LE PATRIMOINE VERT.

j- LES JARDINS en ville
ESPACE PUBLIC NATUREL-BIEN

j1- L HABITAT
l'immobilier dans les quartiers verts calme et résidentiel pour les familles

IMMOBILIER COTATION	PRIX CALME BRUIT VUE NATURE MONTAGNE MER
HQE	ABCDE.. ECO - BATIMENT ISOLATION ECON ENERGIE
ECO QUARTIER	MARCHE VELO TRANSPORT COMMUNS
	NATURE= CAPITAL SANTE
	FAMILLE

10/ LA VILLE VERTE, quelle société pour DEMAIN.= bien être

Bataille pour le droit à la lumière du jour à Londres

Quand le "droit à la lumière", en anglais "Right to light", ralenti la construction de la tour 22 Bishopsgate. Le Bâtiment a du souci à se faire en Angleterre ?

Dans la skyline de Londres, la plus grande tour de la City de 62 étages, **22 Bishopsgate**, a bien risqué rester dans les cartons, encore une fois. En effet, le projet de 1 milliard de Livres sterling s'est heurté, ces deux derniers mois, à un « droit à la lumière » des propriétaires voisins.

Droit à la lumière, une règle de 1920

Cette règle du « droit à la lumière », en anglais « **Right to light** », date des années 1920. Elle fut utilisée comme étalon par l'expert de la lumière Percy Waldram qui a décidé que les propriétaires des appartements devaient avoir assez de lumière naturelle pour être capables de lire un article du journal **The Time** avec un niveau minimum de un foot-candel comme éclairage, soit l'équivalent de 10,7 lux moyen.

Même si aujourd'hui cette loi porte à discussion, comme on peut le lire dans un article du Building paru en 2008 « **Is it time to review Percy Waldram's daylight calculations?** », elle s'applique à tous les nouveaux bâtiments à Londres.

Point de vue de l'association **SAVE Britain's Heritage**

Clem Cecil de l'association pour la protection du patrimoine britannique **SAVE Britain's Heritage** a déclaré en mars 2016 : « il y a un réel danger que de vastes zones de Londres soient dans l'obscurité une grande partie de la journée ».

« C'est un vrai problème pour les gens qui ne doit pas être contourné par le système de planification urbaine ».

<https://twitter.com/Puddy2011/status/673894594443141121>

« Je pense que les gens commencent seulement à se réveiller du fait que leur environnement va être fortement affectée par la perte de lumière et qu'ils peuvent s'y opposer ».

17 des 90 propriétaires voisins avaient signé une demande d'application du « droit à la lumière », d'après l'article paru dans le quotidien **Evening Standard, par Mark Blunden, Jonathan Prynn, The City's tallest ever tower under threat in row over daylight, le 9 mars 2016.**

Point de vue du développeur Lipton Rogers

Les développeurs de cette tour, **Lipton Rogers Development** et **AXA Investment Managers – Real Assets**, et l'architecte **PLP Architecture** se sont battus pour conserver leur édifice en impliquant la ville de Londres.

Lipton Rogers était tellement préoccupé qu'il a demandé en mars 2016 à la ville de Londres d'utiliser en urgence l'article 237 de la Loi sur l'aménagement du territoire « Town and Country Planning Act ». Objectif : passer outre les droits des autres propriétaires fonciers à bloquer le système au tribunal. En effet, c'est bien un recours en justice inattendu que risquait l'équipe du projet. Les experts immobiliers estiment que les conflits liés au droit à la lumière deviendront probablement de plus en plus courants et férolement contestés alors que les promoteurs demandent le consentement pour des immeubles plus hauts afin de répondre au besoin de plus de maisons et de bureaux. Un deuxième droit de la ville à allumer une dispute sur un développement au 120 Moorgate a été réglé cette semaine après que les développeurs ont conclu un accord sur une compensation avec un propriétaire foncier local.

F0- L 'ECOLE DES NORDIQUES dans la FORET

LA FORET - EDUCATION

LA FORET apporte le BIEN ETRE SANTE

Milieu URBAIN

EDUCATION dans la FORET apporte
une prise de conscience
De la nature.
NOUVEAU MODELE

LES FOREST SCHOOLS créent dans les années 1920
Aux USA- et chez les pays nordiques en réaction au modèle
Industriel du 20 me siècle.

C'est un système éducatif qui ne prend pas en contenu
La politique.

Cours en plein air
Environnement NATURE
TRAVAIL en TEMPS PARTIEL

COMPETENCES

Créativité
Imaginaire
Modèle de développement
Temps partiel
CONSCIENCE de la NATURE

AVORIAZ VILLE VERTE SANS VOITURE.

La station d'Avoriaz, en Haute Savoie, est ouverte depuis plus de 50 ans, et est piétonne depuis ses débuts. Une exception, et un succès qui ne se dément pas à l'heure du développement durable. Pour vivre sans voiture, touristes et commerçants doivent toutefois s'organiser.

Située à 1 800 mètres d'altitude, Avoriaz (Haute-Savoie) a une particularité : les voitures y sont interdites. On y circule à pied, à skis ou en traineau. Les agents d'accueil s'activent afin de répartir ceux qui arrivent dans des chenillettes, ou à bord de traîneaux tirés par des chevaux. "*Le cheval par lui-même, c'est l'écologie dont tout le monde rêve*", dit Fabien Gaydon, cocher à Avoriaz. Toutes les deux à trois heures, chaque cocher change de monture, pour ne pas fatiguer les animaux. 20 cochers assurent au total le service taxi, avec 100 chevaux.

Des livreurs en chenillettes

"*Tout est géolocalisé pour savoir où, avec une centrale d'appels qui repartit, un peu comme des taxis dans une grande ville*", explique Sébastien Mérignargues, directeur de l'Office de tourisme d'Avoriaz. Pour livrer les commerces, les livreurs utilisent des chenillettes. "*C'est super pratique, parce qu'on peut se faire livrer au moins deux fois par semaine, au minimum, et de la veille pour le lendemain*", se réjouit Maxime Gendre, barman aux "Fontaines Blanches". À Avoriaz, même les pompiers et les gendarmes ont dû s'adapter.

F1- LA FORET -LA NATURE = LE CAPITAL SANTE

FORET =CAPITAL SANTE

CAPITAL SANTE =
1- PHYSIQUE -
2-PSYCHOLOGIQUE-
3-PSYCHIQUE

SYLVIE CULTURE-la science du bain de foret.

- 1- diminue la pression artérielle -rythme cardiaque
- 2- diminue le taux de glycémie
- 3-renforce le système immunitaire
- 4- accroît protéines anticancer
- 5-donne de l énergie
- 6-améliore le sommeil
- 7- facilite la perte de poids

EFFETS POSITIFS

- 1- la foret crée des PHYTOCITES
- 2- ETE- les arbres gardent des températures fraîches
 - 3-AIR -riche en oxygène
 - 4- monde végétal apaise

13- LA COMMUNICATION de l'économie verte.

- A- social learning
- B- sport = triathlon-le cyclisme-le surf.
- C- L ART -LA PEINTURE -LE CINEMA

LE SOCIAL LEARNING **= le MBA Américain- la NBA -la MTA.**

MBA -PE est un maître du football avec un très haut niveau en éducation.
Il est professionnel sur le terrain, à l'entraînement – dans les médias et les sponsors.
Il s'engage dans la société à travers l'éducation du football auprès des jeunes.

Le MBA est un concept à 50-000 euros vendu par les américains dans les écoles de commerce du monde entier. Cette formation est intéressante mais parfois en décalage avec la réalité.
Les élites sont -elles compétentes avec un diplôme?
LE MBA c'est l'influence du modèle américain avec les normes d'entreprises.
Nous devons garder l'identité française et européenne.
Après des influences trop bureaucratiques comme les cabinets d'audit Arthur andersen- les travailleurs finissent par manquer de raisonnement. Il faut mieux penser l'économie.
Les universités d'économie nordique et à Rotterdam Erasmus posent des questions de société.
En Europe nous sommes sous influence économique des américains.
Ils sont nos amis mais aussi nos concurrents.

Le SOCIAL LEARNING c'est l'influence sur le plan culturel pour transformer les citoyens en consommateur pour faire gagner les entreprises.
Les individus adoptent un réflexe PAVLOV pour consommer les produits et les services.
Nous adoptons les normes socio-culturelles- psychologiques- mentales conditionnées par le marketing. Après un MBA devons- nous manger des BIG MAC -boire du coca cola devant un film d'action américain simple – partout dans le monde ?
Après les guerres territoriales-idéologiques-nous entrons dans une guerre économique.
La CIA utilise HOLLYWOOD pour influer sur la lutte contre le communisme.
Nous devons être coopératif et dans le partage.

Le SOCIAL LEARNING passe par la langue- éducation-la culture-LE SPORT.
Le NBA propose un modèle de sport universel sur le travail et le talent.
Ce spectacle sportif est devenu une culture mondiale qui séduit l'Afrique.
NBA est un succès éducatif- sportif-marketing-communication et économique.
Aux USA – la NBA combattent les discriminations .

Cependant nous devons pas consommer le sport tous les week end.

A la MTA -www.marcqtennisacademie.com – on défend le modèle de l'excellence du sport et de l'éducation. A la MTA on travaille le tennis à MARCQ et on joue à la Baule l'été. On cultive un ART de vivre à française.

A-TRIATHLON, les valeurs.

vecteur de communication de développement durable. ODD ONU.

FFT- »sport pour tous »-sport citoyen responsable.

Le triathlète véhicule l'image sportif fort et complet du 21 ème siècle.

Ce sport peut se définir par l'**effort**, le **dépassemement** et l'**humilité**.

La silhouette musclée il apparaît comme une icône Dieu de la Grèce Antique.

Cette image de la **performance** sportive s'associe à la **vitesse** .

L'homme sculpte son corps et maîtrise la technique athlétique pour communier avec la nature.
Un pur moment d'adrénaline dans la baie d'OSLO ou à MALIBU.

Cette discipline est devenue **OLYMPIQUE en 2000 gagne** en **notoriété** avec la retransmission des événements à la télévision.

L'exposition médiatique crée des vocations , le nombre de pratiquants et de licenciés FFT connaît une croissance exponentielle.

D'un point point de **vue sociologique**, les athlètes sont un modèle de **BEAUTE**.

Il présente un corps en bonne **SANTE et de Bien ETRE**.

A la télévision, le spectacle dans les **villes vertes** donnent envie de vivre en harmonie avec l'environnement. On nage dans la TAMISE comme dans l'océan à MELBOURNE.

L'homme respecte **la Nature**.

L'**ORGANISATION** des épreuves est basée sur une gouvernance paritaire avec une équipe de bénévoles citoyens qui communiquent sur l'environnement.

LES COURSES sont OUVERTES à la **PARITE HOMME-FEMME** comme au PARALYMPIQUE.

LA COMMUNICATION est **ECO-RESPONSABLE** pour limiter l'empreinte carbone des courses./

ODD 17 points =3-4-5-7-11-14-15

Les EVENEMENTS SPECTACLES recherchent **un impact économique positif, social et environnement**.

B- le vélo- le cyclisme les valeurs.

Le vélo a un impact positif sur le climat, souligne l'ONU.

TRANSPORT -SIMPLE-ABORDABLE-ECOLOGIQUE-ECONOMIQUE-

IMPACT POSITIF sur le climat

. Et la synergie entre le vélo et le cycliste suscite une prise de conscience plus intime et immédiate de l'environnement local.

PARTAGEONS LA ROUTE et LES PIETONS-SECURITE ROUTIERE

« tout en réduisant les risques de cardiopathie, d'accident vasculaire cérébral, de certains cancers, de diabète et même de mort ».

Le siège des Nations Unies à New York a marqué la Journée par un événement en plein air lundi 3 juin. La Présidente de l'Assemblée générale, María Fernanda Espinosa, a observé que nous sommes « arrivés à un moment crucial », car il ne reste que 11 ans pour « éviter les pires impacts du changement climatique ».

t par l'amélioration de la connectivité rurale et l'autonomisation des femmes et des filles, le vélo peut apporter une contribution essentielle », a-t-elle déclaré.

Les transports constituent la troisième source de CO2 dans le monde. Si 10% seulement des déplacements en ville étaient effectués à vélo, les émissions des transports urbains diminueraient de 7%, a expliqué María Fernanda Espinosa.

« Cela contribuerait également à réduire la pollution de l'air - thème de la Journée mondiale de l'environnement de cette année - et à sauver la vie de quelque 7 millions de personnes par an », a-t-elle souligné.

« Nous devons donc faire davantage pour intégrer le vélo dans la planification, les infrastructures et le design urbains et ruraux », a-t-elle exhorté.

« Et nous devons investir dans l'éducation pour promouvoir les multiples avantages du cyclisme ».

FFS-ECO SURF

La Fédération Française de Surf a mis en place Ecosurf afin de faire prendre conscience à chacun de nous l'importance d'un comportement responsable face à notre planète

Eduquer et sensibiliser

- Réalisation de projets environnementaux
- Economie sportive et développement durable
- Par la formation des futurs moniteurs éducateurs, intégrant un module reprenant les principes fondamentaux d'Ecosurf.
L'objectif est, que tous se sentent concernés et en mesure de sensibiliser et transmettre les bons gestes à leur tour
- Les structures affiliées et labellisées bénéficient d'aide à la diffusion d'actions de sensibilisation à la protection de l'environnement
- Lors de grands rassemblements sportifs, nous mettons en place des animations Ecosurf, afin de toujours toucher un plus large public

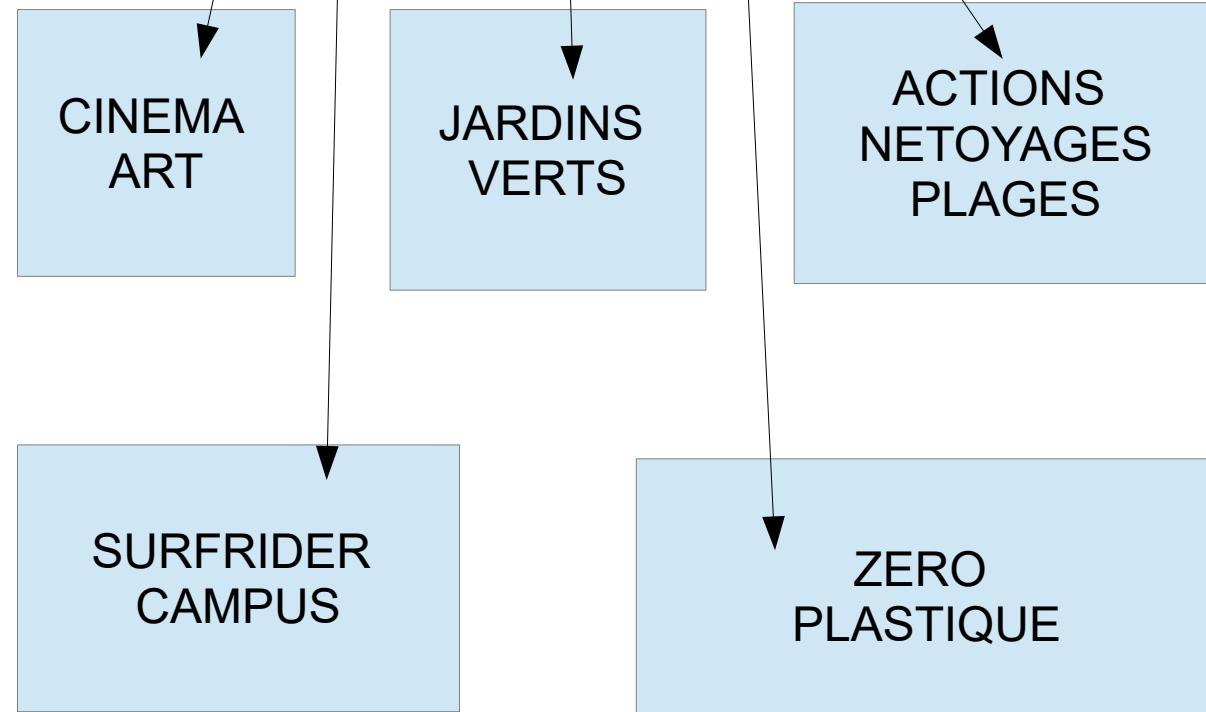
SURFRIDER FONDATIONS

2000 BENEVOLES dans 12 pays EUROPA
TRANSMETTRE une OCEAN PROPRE
Aux générations futures
MESSAGE POSITIF

VALEURS=1-PASSION 2-PARTAGE-3-RESPECT

ACTIONS 1- CITOYENS-2- PRIVES-3- PUBLICS

EDUCATION



D- L'ART communication de la NATURE I E CLIMAT.

CLIMAT	Quoi de mieux que l'art, un langage universel, pour aborder le sujet ?
1. Weather Project d'Olafur Eliasson	Au-delà de l'expérience sensorielle, <i>Weather Project</i> reproduit ici le soleil, un élément naturel connu de tous, pour rapprocher l'homme de la nature.
2. I don't believe in global warming de Banksy	qu'il défend, on retrouve la sensibilisation face au réchauffement climatique.
3- Pollution Pods de Michael Pinsky	Dans la cour du Somerset House à Londres, le premier dôme reproduit l'air pur de Tautra en Norvège, le second celui de la capitale britannique, le troisième de New Delhi, le quatrième de Pékin et le dernier de Sao Paulo. <i>Pour un résident de New Delhi, la pollution pourrait réduire son espérance de vie d'environ 4 ans »</i>
4-Orta	<i>l'Antarctica World Passport.</i> Avec le plus grand désert de glace du monde

	et ses glaciers contenant 70% de l'eau douce de la planète, l'Antarctique possède un écosystème unique gravement menacé par le réchauffement climatique.
8. Ring, Sing and Drink for Trespassing de Laure Prouvost	Laure Prouvost s'est inspirée du réchauffement climatique et des conséquences tragiques de l'activité humaine sur la nature, en proposant par exemple une version Tchernobyl du jardin d'Éden.
-9-Angelika Markul	Angelika Markul a projeté son film <i>La Mémoire des glaciers</i> qui montre directement l'accélération du processus de la fonte.
7. Nymphéas Post Déluge II de Noël Dolla	Cette version contemporaine du déluge et réinterprétation d'un chef-d'œuvre de l'histoire de l'art pourrait également faire penser au continent de plastique situé dans l'océan Pacifique, peuplé de déchets produits par l'activité humaine, qui s'étend sur environ 1,6 million de kilomètres.

CONCLUSION=

**PROTEGER LE PATRIMOINE HUMAIN DE LA NATURE-
INVESTIR DANS LE CAPITAL VERT—FINANCE VERT-
POUR SAUVER LE CAPITAL NATUREL**

ENERGIE -TRANSPORT -HABITATION

GREEN BOND SNCF 150 euros par an par habitant pendant 10 ans
100 milliards sur 10 anss

La norme sociale

Le changement de la société passe ^par un vecteur rationnel économique
sur la réflexion de la balance commerciale et l'inflation liée à la montée des prix de l'énergie.

Le changement de la norme sociale de la consommation matérielle
par le vecteur de la rationalité vers la résilience de l'épargne verte pour l'énergie neutre en carbone.

L'épargne est une privation de consommation de plaisir.

HABITUS BOURDIEU – SENS CRITIQUE
LE ZERO CARBONE la nouvelle norme sociale en 2050

VALEUR
CAPITAL
PATRIMOINE

VALEUR
SOCIALE
=
RSE

VALEUR
SOCIETALE
= 17 points
DEVELOPPEMENT
DURABLE

VALEUR
CLIENT
=
TEMPS
CROISSANCE

VALEUR
ETAT
= KARL
SCHMIDT=
Création
individu

VALEUR
TECHNOLOGIE

VALEUR
FINANCIERE
= ACTION
DIVIDENDE +
FINANCE VERTE

VALEUR
SANTE

CAPITAL NATUREL=
HYDROGENE-ENERGIE
OXYGENE-FORET
TERRE =PRODUITS AGRICOLES-COGNAC
EAU
AIR
SOLEIL

TERRE SPECULATION

STOCK RENOUVABLE

STOCK NON RENOUVALBLE

ANNEE 0= prix fond de la TERRE + RENTE FRUCTUS

ANNEE 0= 100+ 5= 105

ANNEE 1= 130 + 5= 135

ANNEE 20= 90+4= 94

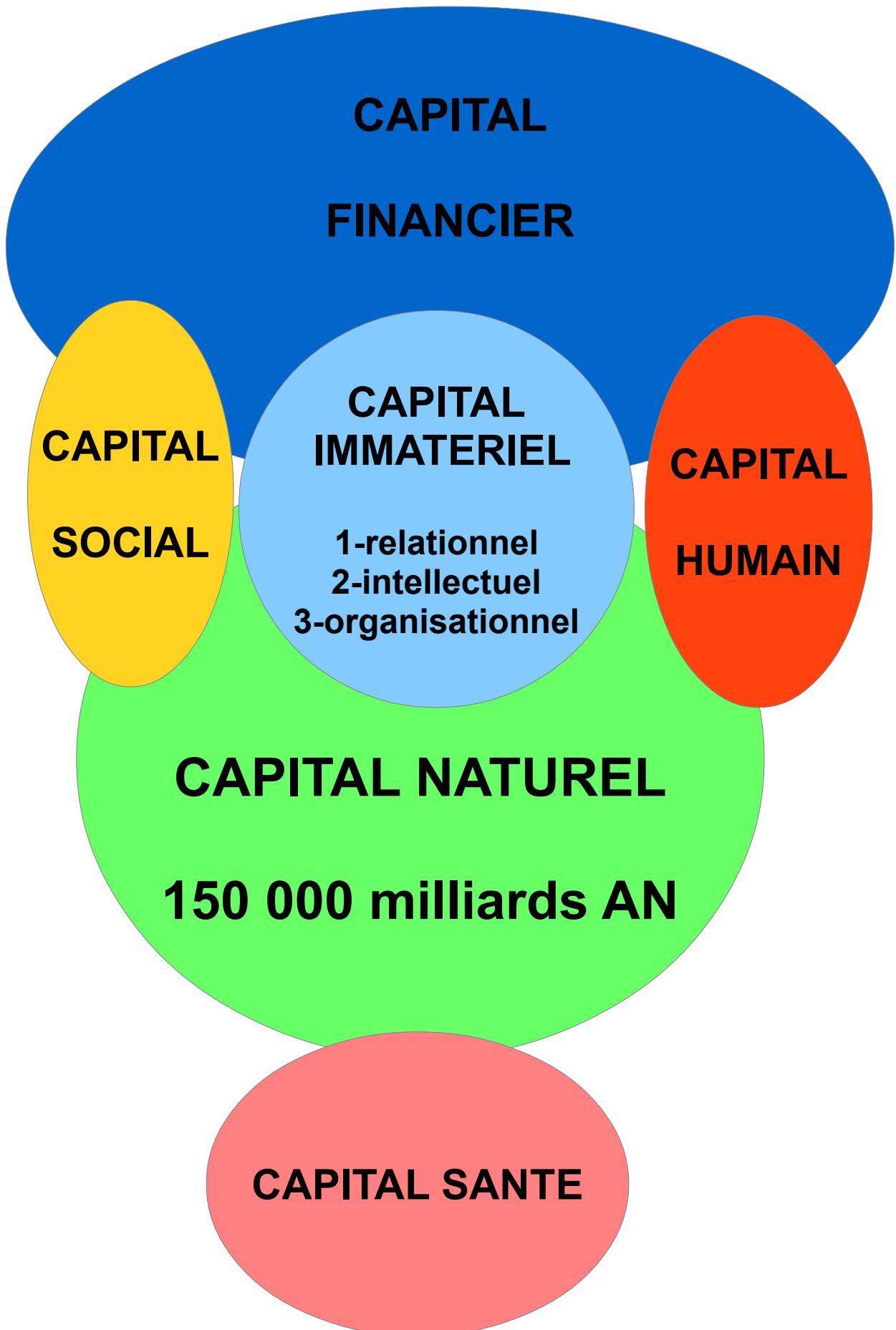
AVEC L EPUISEMENT DE LA NATURE

le fonds du capital naturel diminue chaque N=100

le stock de poisson diminue dans la mer

LE PATRIMOINE GLOBAL NON RENOUVABLE DIMINUE

LES FRUITS EGALEMENT



CONCLUSION

ECONOMIE BIEN ETRE

CAPITAL SANTE = BONHEUR

**le bonheur du particulier passe aussi par l'interet general
avec la crise climatique**

**la planete devrait passer avant les interets prives sinon nous aurons
50 degres a PARIS en 2100**

Émirats arabes unis : un ministère du Bonheur pour faire évoluer la société

TAUX CROISSANCE =3%-PIB =40-000 dollars- 4em PRODUCTEUR OPEP

HYDROCARBURE = 30%PIB-MULTICULTURALISME

ECONOMIE =

tourisme, finance, services, immobilier, transport aérien et commerce international

EAU MODERNE = une femme ministre du bonheur en février 2016.

90% des salaries dans la fonction publique

« le bien-être social et la satisfaction »

créer un environnement de travail positif

« *World Happiness Report* », l

créer un centre pour la recherche sur le bonheur.

**professeur Jeffrey Sachs de l'université de Columbia a été nommé à la tête du
Conseil mondial du Bonheur avec pour principale mission de rédiger un rapport
annuel (*Global Happiness Report*).**

Le World Happiness Report classe 155 pays en fonction de sept critères principaux :

l'aide sociale, la liberté, la générosité, l'honnêteté, l'espérance de vie, le PIB par habitant et la confiance accordée aux dirigeants.

Le critère de la qualité des déplacements devrait être pris en compte.

TOP 5-les PAYS NORDICS

Le BONHEUR en ECONOMIE.

Le produit intérieur brut-**PIB** et le produit national brut **PNB** sont des indicateurs de richesse économique.

Au BOUTAN, on a inventé le BONHEUR NATIONAL BRUT-**BNB** pour mesurer le bonheur des habitants en-dehors de la vie matérielle.

IDH est l'indicateur de développement humain qui prend en compte l'évolution d'un pays.

OMS définit **le capital santé** comme la valeur bien être physique-psychique-social de la personne.

En Philosophie, Épicure dans son traité sur le bonheur intitulé Lettre à Mécénee- il évoque un état complet de **satisfaction**. On recherche le **Bien**, « **summum bonum .** »

Chez KANT, le bonheur est un idéal de l'imagination.

Le Bonheur publicitaire est un concept marketing idéalisant une vie hédonique californienne à travers des films hollywoodiens =beauté-richesse-célébrité et signes extérieurs de richesse.

Les téléviseurs vendent des modes déjà démodées- comme le nouvel eldorado des influenceurs de DUBAI qui vendent de la chirurgie esthétique aux adolescents dans un monde virtuel.

L'économie imaginée dans le monde virtuel est en déconnexion avec les questions du 21 ème siècle.

Le BIEN ETRE économique, c'est bien vivre et bien manger dans un environnement vert.

Il faut avant tout respecter l'agriculture- *on ne va pas manger un téléphone portable ?*

Avec **BENTHAM** , on pense le bien être collectif de l'utilité sociale.

On pense au bien être de la société.

SEN intègre **l'éthique** dans l'économie et souligne l'importance de **l'éducation** pour les individus

LE SYSTEME ECONOMIQUE VERT

BASE SUR LA CONNAISSANCE.

VALEUR
CONNAISSANCE

VALEUR MORALE-
ETHIQUE

RSE-VALEUR SOCIALE

ONU-DD-17 points
VALEUR SOCIETALE

VALEURS ECONOMIQUES
1- MATERIELLE
2- IMMATERIELLE
3-CIRCULAIRE

VALEURS DROIT
1- INDIVIDU
2-FISCALITE ENVIRONNEMENT

VALEURS FINANCIERES

CAPITAL
NATUREL

CAPITAL
SANTE

INFRASTRUCTURE
ZERO
CARBONE

CAPITALISME COGNITIF

COMMERCE TRADITIONEL
EGYPTE= céréales- artisans

CAPITALISME MARCHAND=
M-Age= métaux-laines-bois-
alimentaires

CAPITALISME INDUSTRIEL =
R-INDUSTRIEL-PRODUCTION
Bien matériel

CAPITALISME FINANCIER
Bourse wall street

CAPITALISME COGNITIF
= information-NTIC
connaissance- **IMMATERIEL**
ESTHETIQUE=
Publicite-marketing-
communication

CAPITALISME VERT

AGRICULTURE-CREATION VALEUR
TOURISME VERT
ENERGIE NEUTRE CARBONE
ETHIQUE -DURABLE

BILLIOGAPHIE.

ARISTOTE - L ETHIQUE a NICOMAQUE

ARISTOTE - L ECONOMIQUE-

XENOPHON - L ECONOMIQUE

SEN - L ETHIQUE

**JEVONS - THE COAL QUESTION
PRINCIPES ECONOMIQUES.**

HANS JONAS - RESPONSABILITÉ

KANT -

WEBER - L ETHIQUE .

SMITH - LA RICHESSE DES NATIONS

PUEL L ETHIQUE

PARETO - LE PRINCIPE D ECONOMIE.

SEARLE L INTENTIONALITE

HUSSERL

BERGSON

ARROW INDIVIDUALS VALUE

EPICURE

THALER -	NUDGES
KARL-	KARL SCHMIDT
RICARDO -	PRINCIPE DE L IMPOT
NORDHAUS -	LE CASINO CLIMATIQUE
RIFKIN	LA RESILIENCE
PEARCE	THE BLUE PRINT
LE CORBUSIER	
BLANQUE	TRACTATUS ECONOMIQUE
ORLEAN André	L EMPIRE DE LA VALEUR
RICARDO	VALEUR ABSOLUE VALEUR D ECHANGE
LES THEORIES DE LA VALEUR	
BLANQUE	LA VALEUR
BLANQUE	LA VALEUR et TEMPS
VUIBERT-	LA CREATION DE LA VALEUR dans le temps
TALON	CREATION de VALEUR
Gollier	le climat apres la fin du mois
georg simmel	Philosophie de l'argent
jean BOISSINOT	LA FINANCE VERTE
Leon WALRAS	L ECONOMIE politique et la justice

LAZARUS

L epreuve de l argent

De coninck

BANQUIERS PHILANTHROPES

alain TESTART MONNAIE

LAZARUS

SOCIOLOGIE ARGENT

STANLEY

LA MONNAIE et le mecanisme de l'échange

MAUSS -

LE DON