

Business cases

Ce dossier a pour objectif d'illustrer 3 exemples d'entrepreneurs qui souhaitent lancer leur projet ou revoir le business model de leur entreprise tout en intégrant une réflexion autour des questions de développement durable.

Pour chacun des exemples, vous trouverez :

- Le portrait de chaque personnage et de leur projet d'entreprise
- Leur réflexion autour de chaque case du BMC ODD
- Leur contribution aux ODD ainsi que leur ambition pour l'avenir

1. Exemple de Sarah et son projet « DoubleUShoe »



Tout d'abord Sarah Shoe, 29 ans. Elle habite à Marche et s'est récemment mise en tête de lancer la première marque de chaussures de randonnée belge.

Forte de 7 ans d'expérience dans le secteur bancaire, elle a mis sa carrière en tant qu'employée entre parenthèses afin de se consacrer à ce nouveau projet qui la "botte" énormément. En effet, outre sa passion personnelle pour la randonnée, elle a découvert récemment que son arrière-grand-père maternel d'origine de la campagne anglaise (Yorkshire) était cordonnier spécialisé en chaussures de marche.












Après de premières recherches sur le sujet, Sarah a découvert que sa cible de consommateurs était généralement attentive aux dimensions de durabilité et de respect de la nature. Elle n'a cependant pas trouvé de producteur belge.

De nombreuses questions restent en suspens à ce stade mais elle sait qu'elle veut une chaussure conçue en Belgique, imperméable, assez légère et adaptée à nos reliefs et campagnes souvent boueuses. En hommage au sentier de randonnée traversant sa commune, elle a baptisé (en grande pompe) son premier modèle : "GR 151". La marque quant à elle s'appelle DoubleUShoes © (pour le W de wallon et la double utilité : technique et sociétale).

Elle pense vendre en ligne et via les magasins spécialisés. Elle a de très bons contacts avec de nombreux offices de tourisme locaux.

ODD Business Model Canvas

DoubleUShoes

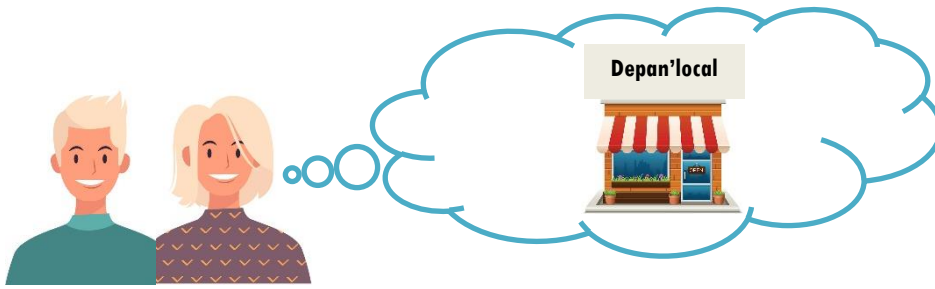
<p>1 Mission – Vision – Raison d’être - Ambition</p>  <p>“Aider les amoureux de la nature à mettre un pas devant l’autre en bonne et pleine conscience”</p>	<p>2 Problème</p>  <p>Les randonneurs “locavores” ne trouvent pas facilement des “chaussures locales et durables à leur pied” ! Des métiers ont disparu du territoire wallon</p>	<p>3 Proposition de valeur</p>  <p>Offrir aux randonneurs amoureux de la nature et locavores la possibilité de marcher l’esprit libre</p> <p>Fonction – Usage</p> <p>Marcher de façon confortable et « efficace » Performance liée au nombre de km avec la même paire</p>	<p>4 Solution</p>  <p>Une paire de chaussures de randonnée fiable techniquement conçue et fabriquée principalement en Wallonie</p>	
<p>6 Alternatives existantes</p>  <p>Marques Berghen et Norm Location chaussures</p>	<p>5 Parties Prenantes</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div data-bbox="658 528 1137 722"> <p>Clients</p> <p>Randonneurs aguerris Locavores</p> </div> <div data-bbox="1144 528 1630 722"> <p>Canaux</p> <p>Magazine et sites Pages de randonnée Crowdfunding</p> </div> </div> <hr/> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div data-bbox="658 727 1137 882"> <p>Partenaires clés</p> <p>Magasins de sport Magasins de chaussures Fabriquant (textile)</p> </div> <div data-bbox="1144 727 1630 882"> <p>Visite sur place Mail + téléphone Contact mail avec organisateurs</p> </div> </div> <hr/> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div data-bbox="658 887 1137 1070"> <p>Autres (écosystème)</p> <p>Office du Tourisme Organisateurs de trails / Adeps Valbiom / Centre de recherches / Incubateurs-Invest wallons</p> </div> <div data-bbox="1144 887 1630 1070"> <p>Démarches en direct Réseaux sociaux Conférence et dossier de presse</p> </div> </div> <p style="text-align: center;">Gouvernance :</p> <p>Implication de l'utilisateur dans les tests et crowdfunding Création d'une coopérative</p>		<p>12 Impacts sociétaux positifs (in)directs</p>  <p>ODD 12-13-15 : Matériaux bas carbone ODD 8 : Emploi local ODD 3 : Pratique sportive en plein air ➔ Voir l'exercice au regard des 17 ODD pour une vision transversale des impacts positifs</p>	
<p>7 Activités clés</p>  <p>Design - production - distribution - ventes - marketing - relations publiques - ...</p>	<p>11 Impacts sociétaux négatifs (in)directs</p>  <p>ODD 13 : Emissions CO2 lors de la production/ et distribution + empreinte numérique ➔ Voir l'exercice au regard des 17 ODD pour une vision transversale des impacts négatifs</p>		<p>10 Revenus & Redistribution €</p>  <p>Marge sur les produits vendus et réparé Dividendes <4% pour coopérateurs Redistribution de 1% for the Planet</p>	
<p>8 Ressources (utilisation – optimisation – usage suivant – dimensions « circulaires »)</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div data-bbox="152 1276 526 1487"> <p> Economies personnelles, banque, crowdfunding, subsides ...</p> <p style="text-align: center;">Financières</p> </div> <div data-bbox="548 1276 896 1487"> <p>Cuir végétalien, liège, caoutchouc, coton biologique, lin, eau, gaz, électricité</p> <p style="text-align: center;">Naturelles – Energétiques</p> </div> <div data-bbox="918 1276 1265 1487"> <p>PET (fabriqué à partir de bouteilles en plastique recyclées), ligne de production, local, ...</p> <p style="text-align: center;">Techniques</p> </div> <div data-bbox="1288 1276 1630 1487"> <p>Eco-designers, vendeurs, couturiers, ...</p> <p style="text-align: center;">Humaines (talents/compétences)</p> </div> </div>				<p>9 Coûts et Investissements €</p>  <p>Matières premières (textile, caoutchouc, ...) Sous-traitance Transport – Emballage Local Véhicule utilitaire Salaires, marchandises diverses</p>

Contribution aux ODD

+ positive, - négative, 0 neutre, ou pas applicable
Dans le coeur de métier – Sous forme de philanthropie – Dans nos ambitions

1	PAS DE PAUVRETÉ		- +	Prix "juste" consommateur et producteur
2	FAIM «ZÉRO»		- +	Soutien proactif à l'agriculture locale et durable (lin, chanvre, cuir végétal)
3	BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE		- +	Promotion d'activités en plein air Pas de produits toxiques dans les composants de la chaussure
4	ÉDUCATION DE QUALITÉ		- +	Promotion du développement durable à travers les magasins Animation autour de cette thématique lors des randonnées et salons
5	ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES		- +	Egalité stricte des salaires hommes/femmes
6	EAU PROPRE ET ASSAINISSEMENT		- +	Meilleure gestion et préservation de l'eau à travers l'agriculture durable (chanvre, lin, ...)
7	ÉNERGIE PROPRE ET D'UN COÛT ABORDABLE		- +	Efficacité énergétique de la ligne de production
8	TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE		- +	Création de jobs locaux avec salaire décent Label "prix juste" / "Fairtrade" Attention portée aux conditions de travail chez les partenaires
9	INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE		- +	Projet par nature innovant vu les matériaux et le peu d'acteurs sur le territoire Élargissement de la gamme grâce à des collaborations territoriales
10	INÉGALITÉS RÉDUITES		- +	Lancement d'une collaboration avec une entreprise de travail adapté ou insertion par le travail. R&D au niveau d'une chaussure adaptée à certains handicaps ?
11	VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES		- +	Optimisation des espaces et les lieux de mixité sociale
12	CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES		- +	Soutien au circuit court, à la production et la consommation responsable, à la prolongation de durée de vie du produit (qualité et réparation)
13	MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES		- +	Choix de matière et production, distribution moins carbonée Réalisation d'un bilan carbone Travail avec un programme de reforestation Belgique / Amazonie
14	VIE AQUATIQUE		- +	Soutien proactif à l'agriculture locale et durable : moins de rejets nocifs dans les rivières Upcycling des plastiques repêchés dans les rivières wallonnes
15	VIE TERRESTRE		- +	Choix de matières plus respectueuses de la biodiversité Réflexion sur une boîte à chaussures compostables ou réutilisable pour retour en fin de vie
16	PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES		- +	Transparence tout au long de la chaîne d'approvisionnement ainsi qu'au niveau de la gouvernance participative du projet
17	PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OBJECTIFS		- +	Collaboration avec acteurs locaux (approvisionnement en matières premières, fabrication, rénovation, ...)

2. Exemple de Marius et Zoé et leur projet « Depan'local »



Marius et Zoé












Zoé, 51 ans, vit à Estaimbourg en Wallonie Picarde. Après avoir travaillé et vécu pendant quelques années à Liège, elle est revenue s'installer dans son village d'origine et a trouvé un emploi à mi-temps en tant qu'assistante sociale dans une association proche de Tournai. Son compagnon Marius travaille aussi à mi-temps dans une entreprise agro-alimentaire.

Tous les deux veulent ouvrir un commerce de proximité qui fera la part belle aux produits locaux alimentaires et rendra "accessibles" des articles de première nécessité non-alimentaires pour dépanner les villageois. Ils privilégient les circuits courts et l'alimentation durable.

La dimension sociale est très importante et ils veulent faire de leur magasin un espace de convivialité et d'échanges afin de retisser des liens sociaux parfois distendus dans les localités rurales.

































ODD Business Model Canvas

Depan' Local

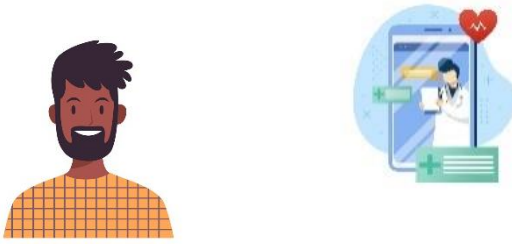
<p>1 Mission – Vision – Raison d'être - Ambition</p>  <p>Amener de la joie dans le cœur des villageois en développant la proximité et le respect entre eux et ce qu'ils consomment</p>	<p>2 Problème</p>  <p>Dans les villages, les commerces deviennent rares ainsi que les lieux de socialisation, créant de l'isolement et obligeant à faire des km pour l'alimentation et les produits de base</p>	<p>3 Proposition de valeur</p>  <p>Recréer du lien local et soutenir les circuits courts alimentaires</p> <p>Fonction – Usage</p> <p>Augmenter le bien-être S'alimenter</p>	<p>4 Solution</p>  <p>Une "épicerie-café" privilégiant le local, le vrac Un lieu d'échange et de partage Des activités créatives et DIY</p>						
<p>6 Alternatives existantes</p>  <p>Prendre sa voiture pour faire ses courses à 10km Participer à des ateliers Boire un verre Inviter des gens chez soi</p>	<p>5 Parties Prenantes</p>  <table border="1"> <tr> <td data-bbox="616 534 1106 726"> <p>Clients</p> <p>Habitants du village, personnes isolées Créateurs, animateurs, producteurs locaux</p> </td> <td data-bbox="1106 534 1606 726"> <p>Canaux</p> <p>Page Facebook Affichage dans Vitrine - devanture la commune Toutes boîtes Newsletter</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="616 726 1106 901"> <p>Partenaires clés</p> <p>Producteurs locaux Artisans locaux Commune</p> </td> <td data-bbox="1106 726 1606 901"> <p>Rencontres personnelles</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="616 901 1106 1070"> <p>Autres (écosystème)</p> <p>Comité des fêtes local Associations locales</p> </td> <td data-bbox="1106 901 1606 1070"> <p>Rencontres personnelles</p> </td> </tr> </table>		<p>Clients</p> <p>Habitants du village, personnes isolées Créateurs, animateurs, producteurs locaux</p>	<p>Canaux</p> <p>Page Facebook Affichage dans Vitrine - devanture la commune Toutes boîtes Newsletter</p>	<p>Partenaires clés</p> <p>Producteurs locaux Artisans locaux Commune</p>	<p>Rencontres personnelles</p>	<p>Autres (écosystème)</p> <p>Comité des fêtes local Associations locales</p>	<p>Rencontres personnelles</p>	<p>12 Impacts sociétaux positifs (in)directs</p>  <p>ODD 3 & 10 : Lien social ODD 2, 8 & 12 : Soutien à l'économie locale durable et associations ODD 6, 13 & 15 : Amélioration de l'empreinte environnementale → Voir l'exercice au regard des ODD</p>
<p>Clients</p> <p>Habitants du village, personnes isolées Créateurs, animateurs, producteurs locaux</p>	<p>Canaux</p> <p>Page Facebook Affichage dans Vitrine - devanture la commune Toutes boîtes Newsletter</p>								
<p>Partenaires clés</p> <p>Producteurs locaux Artisans locaux Commune</p>	<p>Rencontres personnelles</p>								
<p>Autres (écosystème)</p> <p>Comité des fêtes local Associations locales</p>	<p>Rencontres personnelles</p>								
<p>7 Activités clés</p>  <p>Achats auprès des producteurs locaux Initiatives de socialisation Ateliers Logistique (collecte et livraison)</p>	<p>Gouvernance :</p> <p>Depan'Local sera constitué en coopérative (ou en ASBL, encore à déterminer) pour favoriser l'implication des habitants du village dans le développement et l'appropriation du projet</p>		<p>11 Impacts sociétaux négatifs (in)directs</p>  <p>ODD 13 : Transport en camionnette ODD 12 – 15 : Emballage → Voir l'exercice au regard des 17 ODD pour une vision transversale des impacts négatifs</p>						
<p>8 Ressources (utilisation – optimisation – usage suivant – dimensions « circulaires »)</p>  <table border="1"> <tr> <td data-bbox="116 1276 492 1492"> <p>Financières</p> <p>Epargne individuelle Crowdfunding pour les investissements Redistribution de 10% des bénéfices - ASBL</p> </td> <td data-bbox="492 1276 862 1492"> <p>Naturelles – Energétiques</p> <p>Bois : Poêle à accumulation + palettes (mobiliier) Soleil : Panneaux Papier Kraft (emballage) Eau : nettoyage Gaz : Electricité</p> </td> <td data-bbox="862 1276 1232 1492"> <p>Techniques</p> <p>Bâtiment, caisse enregistreuse, ordinateur, camionnette, panneaux photovoltaïques, frigos, congélateur, verres, etc.</p> </td> <td data-bbox="1232 1276 1606 1492"> <p>Humaines (talents/compétences)</p> <p>Développement des compétences personnelles par les ateliers DIY Implications des seniors/pensionnés dans la gestion du "café-papote"</p> </td> </tr> </table>			<p>Financières</p> <p>Epargne individuelle Crowdfunding pour les investissements Redistribution de 10% des bénéfices - ASBL</p>	<p>Naturelles – Energétiques</p> <p>Bois : Poêle à accumulation + palettes (mobiliier) Soleil : Panneaux Papier Kraft (emballage) Eau : nettoyage Gaz : Electricité</p>	<p>Techniques</p> <p>Bâtiment, caisse enregistreuse, ordinateur, camionnette, panneaux photovoltaïques, frigos, congélateur, verres, etc.</p>	<p>Humaines (talents/compétences)</p> <p>Développement des compétences personnelles par les ateliers DIY Implications des seniors/pensionnés dans la gestion du "café-papote"</p>	<p>9 Coûts et Investissements €</p>  <p>Location et aménagement du local, véhicule utilitaire, poêle à accumulation, panneaux solaires Energie et commodité, salaires, marchandises diverses</p>		
<p>Financières</p> <p>Epargne individuelle Crowdfunding pour les investissements Redistribution de 10% des bénéfices - ASBL</p>	<p>Naturelles – Energétiques</p> <p>Bois : Poêle à accumulation + palettes (mobiliier) Soleil : Panneaux Papier Kraft (emballage) Eau : nettoyage Gaz : Electricité</p>	<p>Techniques</p> <p>Bâtiment, caisse enregistreuse, ordinateur, camionnette, panneaux photovoltaïques, frigos, congélateur, verres, etc.</p>	<p>Humaines (talents/compétences)</p> <p>Développement des compétences personnelles par les ateliers DIY Implications des seniors/pensionnés dans la gestion du "café-papote"</p>						

Contribution aux ODD

+ positive, - négative, 0 neutre, ou pas applicable
Dans le cœur de métier – Sous forme de philanthropie – Dans nos ambitions

1 PAS DE PAUVRETÉ			Prix "juste" consommateur et producteur - Tarif "social" Mise à disposition de colis en collaboration avec le CPAS Proposition d'abonnement mensuel de paniers alimentaires
2 FAIM «ZÉRO»			Soutien proactif à l'agriculture locale et durable
3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE			Création de bien-être pour la communauté locale en retissant des liens et en facilitant l'accès à une alimentation saine
4 ÉDUCATION DE QUALITÉ			Promotion du développement durable à travers les ateliers et papotes
5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES			Égalité stricte des salaires hommes/femmes
6 EAU PROPRE ET ASSAINISSEMENT			Meilleure gestion et préservation de l'eau à travers l'agriculture durable Installation d'une citerne d'eau de pluie
7 ÉNERGIE PROPRE ET D'UN COÛT ABORDABLE			Utilisation panneaux photovoltaïques et bois géré durablement
8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE			Juste rémunération des producteurs Soutien à l'emploi local
9 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE			N.A
10 INÉGALITÉS RÉDUITES			A travers l'accueil et le dialogue entre tous Livraison pour personnes dépendantes
11 VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES			Promotion d'un village durable Soutien aux initiatives zéro-déchet
12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES			Soutien au circuit court, à la production et la consommation responsable (vrac, ...)
13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES			Soutien proactif à l'agriculture locale et durable
14 VIE AQUATIQUE			Soutien proactif à l'agriculture locale et durable : moins de rejets nocifs dans les rivières
16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES			Encourager le dialogue et les échanges paisibles au niveau local
17 PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OBJECTIFS			Partenariats avec les associations et autorités locales

3. Exemple de Mehdi et son entreprise « Mehdi'COM »



Enfin, Medhi Comelli (Medhi Com' pour les intimes) d'Aywaille, a créé il y a 10 ans une agence de communication active dans le graphisme et les solutions digitales. Il a jusqu'ici une clientèle diversifiée et cherche à faire évoluer son offre et donner plus de sens à son activité pour lui et ses 4 collaborateurs.














Il est baigné depuis son enfance dans un univers médical : il a été élevé par deux sages femmes, ses oncles sont dentistes et chiropracteurs et il a vu 14 fois l'intégralité des 18 saisons de Grey's Anatomy.

Il souhaite donc se positionner comme partenaire privilégié des professions médicales et paramédicales. Sa proposition de valeur est de « prendre soin de leur communication » dans tous les domaines : print, web, on site, dialogue avec patients

Il a donc une offre classique qu'il veut adapter et cibler exclusivement ces professions.

ODD Business Model Canvas

Mehdi Com'

<p>1 Mission – Vision – Raison d'être - Ambition</p>  <p>Aider les professions médicales pour qu'elles puissent se concentrer au mieux sur leur mission de base : le soin aux personnes</p>	<p>2 Problème</p>  <p>Les professions médicales n'ont pas le temps, ni souvent l'expertise pour trouver les canaux de communication appropriés et d'en générer le contenu.</p>	<p>3 Proposition de valeur</p>  <p>Prendre soin de la communication des professions médicales</p> <p>Fonction – Usage</p> <p>Fournir des informations qualitatives aux bonnes personnes au bon moment</p>	<p>4 Solution</p>  <p>Un ensemble de services de communication pour les professions médicales et paramédicales</p>					
<p>6 Alternatives existantes</p>  <p>Bureau de communication Généralistes Secrétariats médicaux et services en ligne associés</p>	<p>5 Parties Prenantes</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>Clients</p> <p>Professions médicales et paramédicales : personnes physiques et sociétés</p> <p>Partenaires clés</p> <p>Imprimeurs Fournisseurs matériels et services numériques Spécialiste packaging</p> <p>Autres (écosystème)</p> <p>Associations professionnelles actives dans le domaine médical Patients – (« clients finaux ») Juristes (droit communication)</p> </div> <div style="width: 45%; text-align: center;">  <p>Canaux</p> <p>Page Facebook, LinkedIn Site web, SEO</p> <p>Mailing RDV Newsletter</p> <p>Rencontres personnelles</p> <p>Rencontres personnelles Réseaux sociaux</p> </div> </div> <p style="text-align: center;">Gouvernance :</p> <p>SRL existante « classique » Implication des associations professionnelles et autorités locales pour influencer la qualité de la communication</p>		<p>12 Impacts sociétaux positifs (in)directs</p>  <p>ODD 3 & 8 : Meilleure communication envers le patient pour sa santé ODD 10 : Accès à l'information pour tous → Voir l'exercice au regard des 17 ODD pour une vision transversale des impacts positifs</p>					
<p>7 Activités clés</p>  <p>Création de site Impression Création Prospection Veille législative (communication dans ce secteur est réglementée) - ...</p>	<p style="text-align: center;">Gouvernance :</p> <p>SRL existante « classique » Implication des associations professionnelles et autorités locales pour influencer la qualité de la communication</p>		<p>11 Impacts sociétaux négatifs (in)directs</p>  <p>ODD 13 : Empreinte numérique ODD 12 – 15 : Consommation papier, encres, emballage → Voir l'exercice au regard des 17 ODD pour une vision transversale des impacts négatifs</p>					
<p>8 Ressources (utilisation – optimisation – usage suivant – dimensions « circulaires »)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 25%; vertical-align: top;">  <p>Fonds propres Banque Bourses Région Wallonnes (web, com)</p> <p style="text-align: center;">Financières</p> </td> <td style="width: 25%; vertical-align: top;"> <p>Papier (cellulose), Gaz (chauffage) Electricité (local, impression, web, ...) Essence</p> <p style="text-align: center;">Naturelles – Énergétiques</p> </td> <td style="width: 25%; vertical-align: top;"> <p>Bâtiment, ordinateurs, véhicules, PVC (display), carton, imprimantes, serveurs, écrans, ...</p> <p style="text-align: center;">Techniques</p> </td> <td style="width: 25%; vertical-align: top;"> <p>Graphiste, imprimeur, développeur, ...</p> <p style="text-align: center;">Humaines (talents/compétences)</p> </td> </tr> </table>				 <p>Fonds propres Banque Bourses Région Wallonnes (web, com)</p> <p style="text-align: center;">Financières</p>	<p>Papier (cellulose), Gaz (chauffage) Electricité (local, impression, web, ...) Essence</p> <p style="text-align: center;">Naturelles – Énergétiques</p>	<p>Bâtiment, ordinateurs, véhicules, PVC (display), carton, imprimantes, serveurs, écrans, ...</p> <p style="text-align: center;">Techniques</p>	<p>Graphiste, imprimeur, développeur, ...</p> <p style="text-align: center;">Humaines (talents/compétences)</p>	<p>9 Coûts et Investissements €</p>  <p>Location et aménagement de leurs locaux, véhicules, publicité, matériel et services numériques, livraisons, meubles (local), imprimantes, ...</p>
 <p>Fonds propres Banque Bourses Région Wallonnes (web, com)</p> <p style="text-align: center;">Financières</p>	<p>Papier (cellulose), Gaz (chauffage) Electricité (local, impression, web, ...) Essence</p> <p style="text-align: center;">Naturelles – Énergétiques</p>	<p>Bâtiment, ordinateurs, véhicules, PVC (display), carton, imprimantes, serveurs, écrans, ...</p> <p style="text-align: center;">Techniques</p>	<p>Graphiste, imprimeur, développeur, ...</p> <p style="text-align: center;">Humaines (talents/compétences)</p>					

Contribution aux ODD

+ positive, - négative, 0 neutre, ou pas applicable
 Dans le cœur de métier – Sous forme de philanthropie – Dans nos ambitions

1 PAS DE PAUVRETÉ 		 Redistribution de 5% de ses bénéfices à des associations qui facilitent l'accès aux soins des personnes les plus démunies.
2 FAIM «ZÉRO» 		 Développement d'un service de qualité pour les diététicien.nes, naturopathes, ... qui promeuvent une alimentation saine, durable et locale
3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE 		Service qui permet aux professionnels du soin d'être plus « efficaces » auprès des personnes qui en ont besoin
4 ÉDUCATION DE QUALITÉ 		 Sensibilisation au numérique responsable Proposition d'un taux préférentiel aux acteurs de l'éducation inclusive
5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES 		 Egalité stricte des salaires hommes/femmes Soutenir l'intégration des jeunes filles dans le développement informatique
6 EAU PROPRE ET ASSAINISSEMENT 		 Utilisation d'encre végétale Compensation en reversant 1% à travers des associations locales qui veillent aux différents aspects de la biodiversité, en ce compris l'eau
7 ÉNERGIE PROPRE ET D'UN CÔTÉ ABORDABLE 		 Isolation et panneaux solaires Conception de sites plus sobres en consommation énergie
8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE 		Création de jobs et soutien à l'activité de professions « essentielles »
9 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE 		N.A.
10 INÉGALITÉS RÉDUITES 		 Sites webs et support de communication adaptés aux personnes déficientes visuelles et auditives, idem pour autres pathologies
11 VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES 		N.A.
12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES 		 Prolongation de la durée de vie du matériel informatique / bureautique Réutilisation des supports de communication'
13 MESURES RELATIVES A LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES 		 Choisir des partenaires qui ont une politique bas carbone
14 VIE AQUATIQUE 		 Réduire les consommations de plastique dans les supports
15 VIE TERRESTRE 		 Mise en place d'une politique de reforestation nette positive en contribuant via des partenaires à planter plus d'arbres qui ne sont coupés pour les différents supports « papier »
16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES 		N.A.
17 PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OBJECTIFS 		 Utilisation des « logos » des ODD sur les supports de communication. Exemple : diffusion infos sur les écrans des salles d'attente entre deux informations professionnelles