

# Stratégie 2017 - 2021



GOODPLANET.be

Photo cover:  
©Yann Arthus Bertrand/ Altitude  
Barrier reef, Queensland, Australia (16°55' S, 146°03' E)



**GOODPLANET.be**

**GoodPlanet Belgium asbl**

Rue d'Edimbourg 26

1050 Bruxelles

T +32 (0)2 893 08 08

F +32 (0)2 893 08 01

info@goodplanet.be

[www.goodplanet.be](http://www.goodplanet.be)

### Colophon

Rédaction : Ellen De Bock, Séverine Hervé, Peter Hulpiau, Fanny Leroy, Jo Van Cauwenberge, Kris Van Ingelghem, en collaboration avec toute l'équipe de GoodPlanet Belgium

Rédaction finale : Ellen De Bock, Fanny Leroy & Jo Van Cauwenberge

Graphisme : Silke Janssens

Photos : Yann Arthus-Bertrand, Fanny Leroy, Stéphanne Prijot,

Dieter Telemans et autres

Pour toute question ou remarque concernant notre stratégie, contactez :  
Jo Van Cauwenberge, directeur - [j.vancauwenberge@goodplanet.be](mailto:j.vancauwenberge@goodplanet.be)



# Avant-propos

Cher/chère GoodFriend, partenaire, lecteur/trice,

Avant de commencer l'exploration de ce que nous voudrions accomplir avec vous durant ces 5 prochaines années, nous tenons à remercier chaque personne ayant contribué à l'histoire de GoodPlanet. C'est grâce à un groupe aussi diversifié que créatif (partenaires, collaborateurs, membres et administrateurs) que, depuis 1997, GoodPlanet grandit et de ce fait, intensifie son impact, élargit sa vision et précise sa mission. En 2017, notre 20e anniversaire nous offre l'occasion de revenir sur ces 20 années d'impact, de leçons apprises et de partenariats passionnants.

Un 20e anniversaire implique aussi de nouvelles perspectives. Il est temps de penser la société dans laquelle nous opérons, le rôle que nous voulons y jouer et les défis qui s'y présentent. Pour les années à venir, GoodPlanet est plus que jamais déterminé à investir dans de nouveaux partenariats, approfondir sa collaboration avec le secteur privé et développer son offre pour le grand public. Nous vous invitons à vous joindre en tant que 'GoodFriend' à notre réseau d'ambassadeurs qui, avec l'équipe de GoodPlanet, incitent les gens qui les entourent à adopter un mode de vie plus durable, en commençant par vivre eux-mêmes plus durablement. En inspirant les autres par leurs propres actions positives, les GoodFriends font partie intégrante de la famille GoodPlanet.

Notre coopération avec des entreprises et des organisations contribue non seulement à rendre la sphère privée plus durable, mais aussi à sensibiliser les travailleurs sur leur lieu de travail et donc à augmenter encore



Bart Devos



Jo Van Cauwenberge

notre impact. Cette attention particulière accordée à la collaboration avec les entreprises et le grand public ne rompt en rien nos liens avec les jeunes générations. Car ce sont elles que nous voulons encourager, d'une manière positive et à grande échelle, à faire des choix durables. Plus que les sensibiliser, nous voulons aussi leur donner la possibilité d'agir et de participer, entre autres, via des initiatives intergénérationnelles. Même au sein de notre propre organisation, nous traduisons cet état d'esprit.

L'importance de l'éducation au développement durable se doit de croître si nous voulons atteindre les Objectifs de Développement Durable fixés par l'ONU pour l'horizon 2030. L'éducation au développement durable a le potentiel de pouvoir inspirer chaque individu et de mobiliser chacun, à la lumière des défis auxquels nous pourrions faire face grâce à la coopération entre toutes les parties prenantes.

Avec conviction.

**Bart Devos, président**  
et  
**Jo Van Cauwenberge, directeur**

# Table des matières

## Avant-propos

## Table des matières

## Développement d'une stratégie pluriannuelle

### 1. Portrait de GoodPlanet

- 1.1 Mission
- 1.2 Vision
- 1.3 Valeurs fondamentales

### 2. GoodPlanet comme organisation

- 2.1 1997-2017 : 20 ans d'éducation au développement durable
- 2.2 Organisation interne et administrative

### 3. Notre positionnement en 2017-2021

- 3.1 Approche du système
- 3.2 Sustainable Development Goals
- 3.3 Thèmes prioritaires
- 3.4 Thèmes permanents
- 3.5 Axes transversaux
- 3.6 Niveaux d'action et impact escompté
- 3.7 Groupes cibles
- 3.8 Fonctionnement et méthodes par groupe cible

## 4. Objectifs stratégiques et opérationnels 2017-2021

4.1 : Objectif stratégique 1  
GoodPlanet permet aux enfants et aux jeunes, via l'environnement scolaire, de faire des choix éclairés et durables par eux-mêmes et de concrétiser leurs engagements.

4.2 : Objectif stratégique 2  
GoodPlanet inspire et accompagne les travailleurs afin d'accélérer les transitions durables dans le monde du travail.

4.3 : Objectif stratégique 3  
GoodPlanet inspire et motive jeunes et moins jeunes dans leur milieu de vie et durant leur temps libre à coexister durablement les uns avec les autres et avec la nature.

4.4 : Objectif stratégique 4  
GoodPlanet est une organisation reconnue, chaleureuse et en bonne santé financière.

## 5. Financement

# Développement d'une stratégie pluriannuelle

Notre précédent plan stratégique (2010-2015) était en développement permanent, telle une introduction à un nouveau plan pour 2017-2021, adapté à notre organisation en forte croissance : de 3 employés à l'origine en 1997 à 58 employés fin 2016 (44,70 ETP – équivalents temps plein).

Pour répondre à cette croissance de manière efficace et développer davantage l'organisation, il était nécessaire de professionnaliser nos services administratifs, financiers et de gestion du personnel.

GoodPlanet considère que la participation est d'une importance primordiale. Nous voulons adopter cette vision en interne. Fin 2012, nous avons entamé un processus participatif selon la méthode d'*appreciative inquiry* (approche appréciative) avec toute l'équipe et les membres du conseil d'administration. L'objectif : analyser l'organisation dans son ensemble et dans toutes ses dimensions. Des apports de cette journée de brainstorming est né un processus de réorganisation interne comprenant 6 chantiers. Cette réorganisation a été séquencée en suivant un canevas : nous avons établi un plan en étapes et un timing. Le tout a, en outre, été supervisé par un comité de pilotage participatif avec des représentants de différents départements (2 administrateurs, 2 membres du comité de direction, 2 représentants de l'équipe) et présidé par une personne indépendante, à savoir Danny Jacobs, directeur de Bond Beter Leefmilieu.

Ce comité de pilotage a reçu les mandats suivants :

- Désigner un comité d'accompagnement pour l'ensemble des 6 chantiers
- Coordonner les chantiers et apporter du soutien au conseil d'administration

- Regrouper les résultats de tous les chantiers et rédiger un document global comprenant les mission-vision-valeurs-stratégie

## CHANTIER 1 : Administration, ressources humaines et gestion financière

Ce chantier a principalement été porté par le conseil d'administration. A ce niveau, nous avons, en tant qu'organisation, consciemment engagé des administrateurs possédant une expérience utile, par exemple en matière de gestion financière d'entreprises ou d'aspects juridiques. Les résultats concrets ? Légalement, nous ne sommes pas (encore) obligés d'organiser des organes de concertation. Pourtant, nous le faisons de façon proactive. Nous avons notamment constitué un conseil RH. Dans une phase ultérieure du chantier 1, le conseil a élaboré une enquête de satisfaction. Les résultats ont mené à un objectif stratégique spécifique concernant le bien-être au travail.

## CHANTIER 2 : Structure et culture de l'organisation

Nous avons commencé par un rendez-vous de prospection avec Bond Beter Leefmilieu. Ils nous ont conseillés, sur base de leur propre expérience positive, de travailler avec WIVO. Ils sont en effet animés par une philosophie semblable à celle de GoodPlanet : l'idée selon laquelle les employés forment le cœur et la vraie force de l'organisation. Pour le chantier 2, nous avons travaillé en cocréation avec le CFIP (Centre pour la Formation et l'Intervention Psychologique).

## Phase 1 : type d'organisation et structure

Dans une première phase puisant dans la sociologie des organisations, nous avons cherché à savoir quel type d'organisation était GoodPlanet selon le modèle de Quinn. Cet exercice a montré que notre culture d'adhocratie présente une grande force. Par le biais de la réorganisation, nous voulions donc principalement développer les autres types de cultures pour évoluer vers une organisation équilibrée : une structure qui prête attention aussi bien à son image externe qu'à son identité, avec une attitude orientée 'client' pour ses groupes cibles. Mais aussi une organisation qui veut gérer son personnel et ses moyens de manière efficace. Nous ne pensons pas ici uniquement à l'efficacité au jour le jour. Nous allons plus loin et pensons au bien-être de tous les travailleurs à long terme.

La première impulsion de création d'une stratégie pluriannuelle a eu pour résultat un plan récapitulatif. Nous avons analysé la structure de l'organisation et concrétisé nos résultats dans un nouvel organigramme accompagné de notes d'organisation. Toute l'équipe a été impliquée dans la recherche de compétences liées aux diverses fonctions composant l'association. Après l'élaboration des profils de compétences par fonction, les bases pour des descriptions de fonction ont également été posées.

## Phase 2 : culture d'organisation

Dans une deuxième phase, nous avons conclu que nous voulions vraiment aller plus loin par rapport à la culture d'organisation et mieux définir les valeurs internes de notre organisation. Nous avons commencé un trajet participatif pour définir les valeurs et les décrire sur base de comportements concrets qui véhiculent une certaine

valeur ou qui, au contraire, lui sont nuisibles.

Dans cette réflexion, notre équipe a été accompagnée par le coach Pascal Renders, grâce au soutien de la Lunt Foundation. Une fois le parcours terminé, nous avons transposé les valeurs de GoodPlanet en un exercice global concernant nos mission-vision-valeurs-stratégie.

## CHANTIER 3 : Logistique

L'implémentation de l'ICT au sein de GoodPlanet a été optimisée, avec pour objectif une collaboration meilleure et plus efficace. Pour ce faire, nous avons opté pour une transition vers un système accessible (Sharepoint) et des solutions informatiques dans le 'cloud'. Le plus important dans cette transition était avant tout d'uniformiser les différentes parties de notre site web et de mettre en place un système CRM (Customer Relationship Management).

L'espace de stockage et les archives de GoodPlanet ont également été revus afin de maximiser les disponibilités.

## CHANTIER 4 : Communication

Jusqu'au début de l'année 2014, GoodPlanet n'avait pas les moyens de disposer d'une équipe de communication. Le webmaster était le seul à occuper une fonction de communication horizontale. Depuis 2014, une employée néerlandophone à temps partiel a été engagée en communication. Plus tard, cette équipe a été renforcée par une collaboratrice francophone, un collaborateur RP et fundraising, une graphiste et une collaboratrice pour la communication audiovisuelle. Le choix conscient de miser sur la communication et l'ambition de mettre l'organisation et nos projets

en avant se traduisent dans un plan stratégique de communication externe. Cette réflexion a été encadrée par le coach Jean-Marc Petit, grâce au soutien de la Lunt Foundation. L'évolution positive au niveau de la communication externe a également entraîné un renouvellement de la communication interne. Un nouveau concept cocréatif a été mis au point pour les réunions d'équipe mensuelles, avec pour objectif une concertation plus efficace et des échanges optimaux. Nous avons également lancé une « GoodNews », une newsletter interne qui paraît une semaine sur deux et dans laquelle nous communiquons sur notre fonctionnement général (par exemple la communication ou la gestion du personnel) et sur les tenants et aboutissants de nos projets.

#### **CHANTIER 5 + 6 : Reconnaissance publique et collecte de fonds**

Durant l'été 2013, GoodPlanet a consulté des experts en matière de collecte de fonds :

- Médéric Jacottin, fundraiser à la Fondation GoodPlanet (France)
- Cédric du Monceau, directeur général du WWF (France) et président de notre fonds précédent créé sous l'égide de la Fondation Roi Baudouin
- Ludwig Forest, manager philanthropie de la Fondation Roi Baudouin
- Ilja De Coster, senior consultant fundraising
- Etienne Verbist, expert belge en crowdfunding
- Ann Vandenhende, CSR manager chez Spadel, et Philippe Deconink, spécialiste CSR chez Proximus, pour examiner cet élément du point de vue de nos partenaires d'entreprise
- EVPA, European Venture Philanthropy Association

Sur base de cette consultation, nous avons tiré quelques conclusions importantes. En ce qui concerne la collecte de fonds, GoodPlanet souhaite se concentrer à l'avenir sur la collaboration avec des 'venture philanthropes'. A moyen terme, nous voulons développer une politique de donations et de legs. En outre, nous voulons travailler davantage sur de véritables partenariats avec les entreprises : pas de mécénats mais une collaboration win-win à long terme. Enfin, nous voulons continuer à nous concentrer sur le travail avec les autorités locales et compter à nouveau sur des fonds européens.

En ce qui concerne notre structure financière, nous voulons poursuivre des partenariats public-privé. Nous pensons que le cofinancement est également un principe important. À terme, nous souhaitons réunir nos fonds propres et les utiliser à bon escient pour donner une nouvelle impulsion durable à notre société. Notre ambition est de réinvestir les revenus issus de ces collaborations dans des projets ayant une plus-value sociétale.

# 1. 1. Portrait de GoodPlanet

## **1.1 Mission**

GoodPlanet encourage toutes les générations à construire une société durable grâce à la mise en œuvre d'actions positives et au partage d'expertise.

## **1.2 Vision - Ensemble, construisons un avenir durable**

GoodPlanet Belgium soutient avec conviction, l'idée que, grâce à un changement des attitudes et des comportements, nous pouvons tous agir, en conscience, pour garantir aux générations présentes et futures, un développement économiquement efficace, socialement équitable et écologiquement soutenable.

Nous croyons que l'éducation joue un rôle capital dans le processus de transition. L'éducation permet aux gens de comprendre en quoi une certaine transition est nécessaire, quel rôle ils peuvent jouer en ce sens et comment seront implémentés les changements. Plus il y a de sensibilisation, plus il y a de changement dans les comportements, plus l'impact sur la société est important.

Face à nos différents publics cibles, nous adoptons une attitude résolument créative et positive. Grâce à nos projets, nous rendons le concept de développement durable concret et attrayant. Nous nous concentrons sur les solutions et délivrons un message d'espoir. Nous abordons « l'autre » avec une grande ouverture d'esprit. Nous inspirons et encourageons nos publics cibles à mettre en œuvre des actions concrètes, sans perdre de vue l'autonomie et la liberté de choisir de chacun. Ainsi, nous créons une dynamique d'inspiration et d'action avec, pour but final, l'émergence d'un mouvement 'bottom up' pouvant aller jusqu'à influencer la sphère politique.



Nous travaillons principalement avec des enfants et des jeunes dans le milieu scolaire. Nous valorisons cette expertise et nous assurons la continuité de notre message en étendant nos actions de terrain aux adultes sur leur lieu de travail ainsi qu'aux familles.

GoodPlanet est une association chaleureuse avec une structure claire et transparente où les travailleurs s'engagent avec passion et développent leurs talents. Chaque employé est impliqué dans l'organisation et dans la prise de décision. GoodPlanet est, au niveau financier, une organisation saine et indépendante qui respecte son code éthique.

### 1.3 Valeurs fondamentales

Des valeurs partagées forment le noyau de notre culture d'organisation. Elles contribuent à ce que les employés sachent quel comportement est attendu de leur part et rendent claire la position de l'organisation en externe.

#### GoodPlanet crée du lien

Nous croyons à notre pouvoir de faire des choses tous ensemble. La solidarité est un concept très important pour GoodPlanet, aussi bien en ce qui concerne notre fonctionnement interne que notre façon de travailler avec nos publics cibles. Nous ne voulons pas uniquement lier les gens entre eux, mais aussi les reconnecter à la nature.

*“GoodPlanet met en place des synergies avec d'autres collègues issus du secteur environnemental. Notre partenariat avec BOS+ dans le cadre des projets 'De Boom In/Bosquets' et 'Olie drijft boven' en est un exemple concret. Les objectifs, le fonctionnement, le contexte de travail de GoodPlanet et de Bos+ sont différents et donc enrichissants pour l'un et l'autre. Dans le cadre de ce partenariat, nous apportons notre expérience de travail avec le groupe cible, notre connaissance des méthodes pour atteindre celui-ci, notre vaste réseau d'écoles et notre expertise par rapport à la durabilité. BOS+ apporte des connaissances spécifiques concernant le thème de la forêt, comme l'impact de l'extraction de pétrole dans les forêts tropicales par exemple.”*



Sara Stuyck – Project manager

#### GoodPlanet est ouvert d'esprit

GoodPlanet se veut accessible et ouvert au dialogue et à l'échange d'opinion. Nous abordons les « autres » en nous prémunissant de tout jugement ou préjugé. Dans nos relations, nous voulons nous présenter comme une organisation qui considère les « autres » comme des partenaires égaux. Dans cette optique, nous restons modestes et nous ne présentons pas notre avis comme l'unique vérité. Nous stimulons nos publics cibles à mettre en œuvre des actions positives dans la pratique, mais nous ne perdons pas de vue que ce choix leur appartient. Nous pensons qu'il est également important d'évaluer régulièrement nos relations afin d'être pleinement conscients du point de vue des autres.

#### GoodPlanet est positif et orienté vers les solutions

Tout le monde peut apporter du changement et ainsi contribuer à la transition vers une véritable durabilité. A ce sujet, nous sommes ambitieux et pleins d'espoir, mais aussi réalistes. Nous croyons en l'humanité. Nous supposons que – si toutes les conditions sont remplies – les gens choisiront tout naturellement des solutions durables. Nous sommes convaincus que tout le monde a une responsabilité qui pourra être et sera assumée à condition que le contexte idéal soit présent et que le sentiment d'impuissance soit écarté. GoodPlanet veut donc travailler avec ses publics cibles pour un avenir durable et leur faire découvrir de nouvelles idées. Et ce, toujours en adoptant une approche positive dénuée d'un ton moralisateur.

#### GoodPlanet est innovatif et créatif

GoodPlanet est un pionnier dans le secteur et a l'ambition de maintenir cette position. GoodPlanet attache donc beaucoup d'importance à l'innovation. Nous distinguons plusieurs aspects : contenu, thématique, méthodologie,



publics cibles/partenaires, travail de terrain et technologies/médias (y compris les moyens de communication). Un processus innovatif peut avoir lieu du 'top' vers le 'down' (lancé par le comité de direction) ou de manière 'bottom up' (par les collaborateurs) dans notre organisation, qu'il s'agisse ou non d'une collaboration avec d'autres acteurs. Nous voulons soumettre chaque idée innovante à une étude de marché pour tester sa viabilité. Si la réponse est 'oui', alors, nous allons tout mettre en œuvre pour laisser cette idée s'épanouir et devenir un concept et, dans une phase plus lointaine, un projet. Cela exige une capacité d'adaptation et de la flexibilité. Nous voulons également stimuler la créativité de notre public. En tant qu'organisation orientée vers l'action, le focus se situe au niveau du « faire ».

## 2. GoodPlanet comme organisation



*“De 2013 à 2015, dans le cadre d’un processus d’amélioration et de réorganisation interne de GoodPlanet, nous avons fait naître un groupe pilote composé de représentants transversaux de l’organisation. Nous avons veillé à une représentativité au niveau de la fonction, de la langue, de l’âge, de l’ancienneté et du sexe.*”

*La tâche de ce groupe consistait à identifier aussi bien les valeurs existantes que celles qu’il fallait encore développer ou renforcer. Ces valeurs fondamentales ont donc été déterminées en accord avec toute l’équipe et le conseil d’administration. Il est attendu de chaque collaborateur de GoodPlanet qu’il respecte ces valeurs et qu’il les transmette.”*

*Awa Zaré – Management assistant et membre du groupe de travail ‘valeurs fondamentales’*

### 2.1 De 1997 à 2017 : 20 ans d’éducation au développement durable

GoodPlanet est passé de petite organisation composée de trois employés à temps plein en 1997 à un fonctionnement basé sur 30 collaborateurs dix ans plus tard en 2007, pour atteindre 58 collaborateurs et des dizaines de bénévoles en 2017. Au départ, nous avions 2 projets. En 2007, il y en avait déjà 35, et en 2017, ce chiffre a presque doublé pour atteindre une septantaine de projets. Chaque année, les collaborateurs éducatifs sensibilisent 450.000 enfants et jeunes en Belgique. En tant que partenaire d’entreprises qui assument activement leur rôle sociétal et via des actions de sensibilisation pour un large public, nous touchons aussi annuellement 50.000 adultes.

#### Les origines

Dans les années 80, William Stapp, professeur de biologie à l’Université du Michigan (US), a développé une méthode qui permettait aux élèves d’effectuer des mesures de la qualité de l’eau facilement et rapidement dans les rivières. En parallèle, il a réuni des jeunes qui vivaient le long d’un même cours d’eau mais dans des pays différents. Il voulait leur faire prendre conscience de leur identité partagée.

En 1989, des étudiants, des citoyens, des spécialistes de l’eau, des responsables d’ONG, des universitaires, des entreprises et des politiciens de dix-huit pays se sont réunis pour échanger des idées et des expériences sur l’éducation environnementale. ‘L’eau et les cours d’eau comme élément de liaison’ était l’angle d’approche. Au fil des discussions, le réseau international Global Rivers Environmental Education Network, abrégé

GREEN a émergé. Quelques années plus tard, il était actif dans 135 pays. Plus près de chez nous, le professeur Louis De Backer (UCL) s’est également intéressé en 1985 à la qualité de l’eau des nappes phréatiques. De 1987 à 1991, il a ainsi étudié 10.000 sources d’eau avec l’aide de milliers de scouts de Wallonie. Lors d’une excursion test, ils ont mesuré la teneur en nitrates de l’eau. En 1991-1992, Bond Beter Leefmilieu s’est inspiré de cette action et le « Bronnenproject » (« Opération Sources ») a été mis en place avec VVKSM et JNM. Son fonctionnement était si simple qu’en 1993, WWF a décidé de le proposer à toutes les écoles primaires belges. Cette Opération Sources a attiré l’attention du Réseau international GREEN et ses fondateurs ont été invités à mettre en place une conférence européenne sur le sujet avec des établissements scolaires, des ONG, des scientifiques et des représentants politiques de toute l’Europe, du Brésil, des Etats-Unis, du Maroc...

Le professeur Louis De Backer et Jo Van Cauwenberge -qui, en tant que stagiaire pour Bond Beter Leefmilieu, a lancé l’Opération Sources et a ensuite propagé cette action dans les écoles pour WWF- ont fondé l’asbl GREEN Belgium en novembre 1997 avec 21 collègues d’universités belges, d’ONG et d’entreprises. A l’origine, l’association a été fondée pour disposer d’une entité juridique pour l’organisation de la conférence européenne ‘Education for a new water ethics’ prévue en 1998 en Belgique, avec le soutien de l’UNESCO. C’est à partir de là que sont nés les premiers projets GREEN.

**1997 : Global Rivers Environmental Education Network Belgium**, Création de l’asbl Global Rivers Environmental Education Network Belgium, abrégée GREEN Belgium.

La création des statuts de l’asbl faisait déjà référence aux trois piliers du développement durable. La vision systémique de la problématique environnementale était déjà réellement ancrée dans notre ADN.



*“Depuis des temps immémoriaux, les rivières sont considérées comme des lignes de division entre les peuples. Pourtant, je vois l’eau comme un élément essentiel de liaison entre les individus, les communautés et les cultures.”*

*Jo Van Cauwenberge –  
Fondateur de GREEN Belgium et directeur de  
GoodPlanet Belgium*

### 1998 : Conférence internationale GREEN

Dans le Centre flamand d'éducation à la nature et à l'environnement De Helix, se sont réunis 80 professionnels provenant de 20 pays, entre le 23 et le 25 octobre 1998. Ces pays avaient un objectif commun : utiliser l'eau comme thème fédérateur pour l'éducation au développement durable. Un certain nombre de nouvelles idées sont nées de ce réseau et de cette dynamique, dont beaucoup évoluèrent en peu de temps pour devenir des projets à part entière :

- L'eau, un pont entre le Nord et le Sud : programme d'échanges de deux ans au sujet de l'eau dans lequel GREEN Belgium a accompagné 20 écoles belges, 10 écoles burkinabées et 10 écoles sénégalaises en collaboration avec une ONG en développement reconnue.
- Le Manifeste de l'Eau belge : plaidoyer pour la protection de l'eau en tant que bien commun qui donne une place centrale à l'accès à l'eau potable comme droit de l'Homme et relie l'éducation environnementale directement à la problématique Nord-Sud.
- Big Jump : campagne qui encourage tout le monde à agir pour des rivières plus propres en Europe grâce à une action simple et accessible : plonger au même moment dans une rivière ou un cours d'eau d'Europe.



### 1999 : Vivre avec la Meuse et l'Escaut

A partir de l'année scolaire 1998-1999, le projet « Vivre avec la Meuse et l'Escaut » voit le jour. Les élèves du dernier degré de l'enseignement secondaire du bassin hydrographique de ces deux rivières ont travaillé à une recherche-action sur le thème de l'eau locale. 400 jeunes avec des projets les plus inspirants de la Flandre, de la Wallonie, de Bruxelles et des Pays-Bas se sont rencontrés pour échanger leurs expériences concernant la gestion durable de l'eau dans leur bassin hydrographique.

Plus loin de chez nous, dans le Sud de la France, à Espalion, GREEN a organisé le premier Parlement des Jeunes Européens pour l'Eau (sur base d'une idée du Manifeste de l'Eau) avec l'ONG 'Solidarity Water Europe' et 80 jeunes provenant de 15 pays européens. Une importante délégation belge était présente. Pour pouvoir s'investir plus efficacement et poursuivre un certain nombre d'objectifs spécifiques, **3 asbl spin-off** ont été fondées avec chacune un but spécifique.

**NME-Link Bruxelles** : Réseau néerlandophone d'acteurs bruxellois ErE (Education relative à l'Environnement) né à la suite d'une enquête de faisabilité demandée par la Fondation Roi Baudouin pour la création d'un réseau public-privé concernant le secteur de l'Education à la Nature et au Développement Durable en Flandre et à Bruxelles. En Communauté française, cette mission est assurée par le Réseau IDée. En Flandre, les pouvoirs publics ont aussi pris l'initiative en mains. Tous les acteurs bruxellois et un certain nombre d'acteurs flamands se sont joints au réseau.

**Maison de l'Eau et de la Vie** : Avec deux autres acteurs ayant la volonté de lancer des projets éducatifs sur l'eau et l'éthique en Région de Bruxelles-Capitale (Delphus et Planète Vie), une asbl bilingue posant les bases pour un programme éducatif sur la gestion durable de l'eau à Bruxelles voit le jour : des Classes d'Eau doivent transmettre les connaissances et les valeurs nécessaires, le premier Parlement des Jeunes Bruxellois pour l'Eau est préparé.

**Association belge pour le Contrat Mondial de l'Eau** : Un réseau de nombreuses ONG et d'autres acteurs de la société, qui, ensemble et inspirés par le Manifeste de l'Eau de Riccardo Petrella, ont rédigé le Manifeste belge de l'Eau. Le but est de faire connaître autant que possible ce manifeste en Belgique et de récolter un grand nombre de signatures à présenter aux dirigeants du monde entier lors du Sommet international Rio+10. L'asbl est présidée par Sa Majesté le Prince Laurent, le secrétariat est assuré par GREEN.

### 2000 : Millennium Young People's Congress

A l'occasion du changement de millénaire, GREEN devient le partenaire du Millennium Young People's Congress. Avec l'olympiade de biologie et l'IRSNB, GREEN a participé à l'élaboration d'une délégation de 3 jeunes Belges susceptibles de partager leurs idées concernant le développement durable avec les jeunes du monde à Honolulu (Hawaï). Plus de 300 jeunes se sont réunis à l'IRSNB pour une journée de réflexion et d'action pour le développement durable.

### 2001 : De la source à la mer

Lancement d'une première campagne sur l'eau dans les écoles belges : De la source à la mer. Les écoles 'adoptent' un morceau de cours d'eau local, effectuent des recherches sur l'eau, mettent en avant sa beauté et/ou une problématique via l'art, l'échange d'expériences, via une plateforme et une carte digitale. Dans de nombreuses écoles, des 'GREEN-teams' ont été créées.

A Bruxelles, le premier Parlement des Jeunes Bruxellois pour l'Eau a été organisé dans le Parlement bruxellois.

Le deuxième Parlement Européen des Jeunes pour l'Eau a été organisé à Barcs, en Hongrie.

## 2002 : Energie, mobilité et RIO +10

Les changements climatiques se manifestent de façon toujours plus évidente. L'attention portée aux grandes problématiques environnementales augmente. GREEN développe donc de nombreux projets qui répondent à cette préoccupation croissante et prend en compte, depuis 2002, de nouveaux thèmes : l'énergie et le climat, la mobilité, la consommation durable, la gestion des déchets, la nature et l'environnement.

A la demande de l'ANRE (désormais VEA), le premier pack éducatif sur l'énergie pour les écoles primaires est développé. Un support similaire pour l'enseignement secondaire, professionnel et technique a suivi. A la fin de l'année scolaire, les élèves et les enseignants de ces GREEN-teams se sont rassemblés pour échanger leurs expériences. Ils ont demandé à GREEN de collaborer à une gestion plus durable des déchets dans leurs écoles respectives. Cette action est réalisée en collaboration avec la Fondation Nicolas Hulot.

Un projet pilote est lancé à Bruxelles avec pour but de rendre les trajets maison-école plus durables et plus sûrs. Une initiative de NME-Link dans trois quartiers, en collaboration avec des organisations pour la mobilité (Pro Vélo, Cyclo, COREN, BRAL).

Lors du Sommet international Rio+10 à Johannesburg, une conférence est organisée avec les ministères wallon et flamand de l'Environnement. Une pétition rassemblant 200.000 signatures soutenant le Manifeste belge de l'Eau est remise à la présidence sud-africaine et à de nombreuses personnalités présentes dont Nelson Mandela et Willem Alexander, alors Prince des Pays-Bas. L'association belge pour le Contrat Mondial de l'Eau a atteint son paroxysme. Elle a accompli son objectif et cesse ensuite d'exister.

## 2003 : SPLASH

Geel est choisie comme ville-hôte pour les 160 jeunes issus de 29 pays qui ont participé à SPLASH, le troisième Parlement Européen des Jeunes pour l'Eau. La délégation a démarré avec 200 jeunes Belges de la gare de Bruxelles-Luxembourg dans un train spécialement estampillé « Splash train » pour entamer un dialogue avec les Européens et les responsables de la Commission européenne dans l'hémicycle du Parlement Européen.

## 2004 : Animations sur la gestion des déchets dans 904 classes

Dès 2003, débute une concertation entre GREEN, Fost Plus, la Région flamande et les intercommunales de déchets concernant l'élaboration d'un atelier éducatif ayant pour fil rouge 'l'échelle du bon sens', appelé LABO (Leren Afval Beheren Op School). Suite à une phase test, l'atelier est déployé à large échelle à partir de janvier 2004 dans les écoles primaires flamandes. Bilan : à la fin de l'année, 904 classes, soit plus de 18.000 enfants, ont été sensibilisés. Plus tard, le projet est élargi à toute la Belgique avec l'appellation francophone MIR (Module d'Initiation au Recyclage et à la gestion des déchets).

## 2005 : Première Assemblée des Jeunes Wallons pour l'Environnement

L'Assemblée des Jeunes Wallons pour l'Environnement est un processus démocratique qui a commencé durant l'année scolaire 2005-2006 et qui continue à évoluer depuis lors. Une année sur deux, les jeunes se réunissent en une Assemblée décisionnelle, l'année suivante est réservée à la concrétisation des idées liées au développement durable. Ce projet est toujours réalisé en lien avec le ministre compétent. Il aboutit toujours à des réflexions profondes et des propositions concrètes menées par de jeunes adolescents de l'enseignement secondaire du troisième degré.

## 2005 : GREENergy: économie d'énergie à l'école

*De Morgen, 9 juin 2005*

**Dans le Westhoek, des écoles épargnent 139.000 euros sur leur facture d'électricité**

Lorsque l'association environnementale GREEN a présenté un projet éducatif pour l'économie d'énergie, l'Athénée Royal de Veurne a sauté sur l'occasion. L'organisation a pu dégager des moyens du Fonds Electrabel pour démarrer des projets avec les élèves de 22 écoles en Belgique.

Tout comme 21 autres écoles à travers toute la Belgique, les élèves de la classe pionnière de l'Athénée de Veurne ont entrepris de nombreuses autres activités : évaluer le potentiel d'économie d'énergie dans la cuisine, mesurer la consommation 'cachée' des appareils électriques (en veille) à l'école, éteindre les ordinateurs, mener un débat sur l'énergie avec le conseil communal.

Au total, en une année, les écoles de la communauté flamande ont économisé pas moins de 139.000 euros. "Nous avons commencé l'action 'relighting' en 2003 dans les locaux de cours et dans les bureaux de nos écoles", explique le directeur du groupe d'écoles, Ronny Moureaux. "Les luminaires des éclairages néons ont été remplacés par un système à double miroir et un allumage digital afin de pouvoir utiliser des ampoules moins puissantes. Dans d'autres endroits, nous avons mis des ampoules économiques. Economie directe : 38 pourcents. Nous sommes passés à l'acte pour des raisons financières, en effet, de nombreuses écoles rurales de la commune ont des difficultés financières. Mais c'est aussi important pour Kyoto."

## 2006 : Une année de l'eau et de la mobilité

Lors de la Journée mondiale de l'Eau (le 22 mars), l'exposition Troubled Waters a été inaugurée au Sénat, en collaboration avec le photographe Dieter Telemans et l'ONG Protos. L'exposition comprend également un livre (dont 3.000 exemplaires ont été distribués) et un kit pédagogique pour l'enseignement secondaire (diffusé dans toutes les écoles secondaires belges).

Le deuxième dimanche de juillet, le premier Big Jump officiel belge a enfin eu lieu. GMF et BBL sont les premiers à plonger à nos côtés pour une eau plus propre.

En collaboration avec l'administration de Bruxelles Mobilité, nous lançons un programme ambitieux concernant les Plans de déplacements scolaires dans les écoles bruxelloises. 8 ans plus tard, ce concept est intégré dans la politique régionale.

## 2007 : GREEN fête ses 10 ans

Avec la campagne 'Effet de Jeunes contre Effet de Serre' (devenue GoodPlanet Actions puis GoodPlanet Challenges), GREEN a concrétisé le slogan *Act locally, think globally* : des actions simples peuvent faire la différence. Chaque année, des centaines d'écoles relèvent le défi d'inverser le cours des choses au moyen de 5 journées d'action. Ce nom et ce concept sont nés des idées et réflexions des participants de l'Assemblée des Jeunes Wallons pour l'Environnement. En juillet 2007, GREEN déménage de la Rue Royale au Boulevard d'Anvers, dans le cœur de Bruxelles. Parallèlement, la coopérative 'Brussels Sustainable House' est fondée pour préparer l'achat groupé d'un bâtiment à la Porte de Namur. C'est là que GREEN s'installe début 2009. Une première réorganisation en profondeur s'en est suivie et a conduit à fusionner les deux asbl spin off restantes (NME-Link Bruxelles et Maison de l'Eau et de la Vie).

L'année est clôturée par la célébration des 10 ans de GREEN. 10 experts de secteurs divers (entre autres Riccardo Petrella, Nadine Gouzée, Benoit Derenne, Dirk Draulans, Dirk Barrez) évaluent ces 10 années d'impact et partagent leur vision pour les 10 années à venir.

#### 2008 : Iso-Leren

Le projet de l'année fut 'Iso-Leren' (fusion de 'isoler' et 'apprendre'). 30 écoles de l'enseignement en alternance, professionnel et technique à orientation bois et construction se sont engagées à former leurs élèves de dernière année pour en faire des professionnels de l'isolation. Après avoir suivi une formation interne délivrée par VIBE, le Conseil de l'isolation et la Bouwunie, nos collaborateurs éducatifs ont commencé à former ces jeunes aux dernières techniques et matériaux d'isolation. Les élèves, avec leurs enseignants et leur coach GREEN, ont isolé le toit du bâtiment d'une école publique. Plus tard, le projet a été lancé en Wallonie sous le nom 'Iso-Lidaire'.

#### 2009 : Porteurs d'eau

1,1 milliards de personnes n'ont pas accès à l'eau potable. A l'occasion de la Journée mondiale de l'Eau en 2009, GREEN et ses partenaires de toute l'Europe ont lancé une campagne à grande échelle pour remettre ce problème dans les priorités de l'agenda politique et pour reconnaître l'eau comme un droit humain fondamental. Une action symbolique avec plus de 1.000 jeunes a clôturé la journée près de l'Atomium.



#### 2010 : Stratégie 2010-2015

Un processus participatif interne a mené à une nouvelle stratégie, cette fois et pour la première fois, pour une période de 5 ans.

Dans tous nos projets, nous laissons autant que possible les jeunes formuler eux-mêmes les défis. De cette façon, ceux-ci sont plus susceptibles de changer leur comportement.



*“En 2010, je me suis rendu à un débat sur l'eau au Sénat. J'avais alors 17 ans. Le sujet ne me fascinait pas tellement... par contre l'une des participantes m'intéressait énormément. Et avant même d'y avoir pensé, je faisais partie de la délégation belge pour le Forum Mondial de l'Eau à Istanbul. Je suis finalement devenu un grand passionné de l'eau et en 2012, j'ai été élu président du Parlement Mondial de la Jeunesse pour l'Eau. Entre temps, j'ai fondé ma propre organisation qui donne la chance aux jeunes de mettre en place des projets pour l'eau potable dans leur propre région. Ce débat, cette chance unique que j'ai reçue via GoodPlanet a énormément changé ma vie.”*

*Bart Devos - Président de GoodPlanet*

#### 2011 : Fonds GoodPlanet et série de posters Yann Arthus-Bertrand

GREEN et la Fondation GoodPlanet, basée à Paris et fondée par le photographe français Yann Arthus-Bertrand, étaient enthousiastes à l'idée de collaborer et ont créé un fond au sein de la Fondation Roi Baudouin pour donner forme à cette envie commune. Le premier projet a consisté à développer une malle pédagogique de 20 posters photographiques, entre autres de Yann Arthus-Bertrand, sur les thèmes de la forêt, dans le cadre de l'année internationale des forêts. Un projet mis sur pied en partenariat, notamment, avec la Fédération Wallonie-Bruxelles. 9.000 établissements scolaires belges ont reçu cette malle gratuitement.



## 2012 : Premier Parlement Mondial de la Jeunesse pour l'Eau

A l'occasion du 6<sup>e</sup> Forum Mondial de l'Eau à Marseille, le premier Parlement Mondial de la Jeunesse pour l'Eau est organisé en collaboration avec le Secrétariat International de l'Eau et d'autres acteurs internationaux en lien avec l'eau. Des jeunes provenant de plus de 80 pays à travers le monde sont entrés en dialogue avec les leaders mondiaux. Un nouveau réseau international est né.

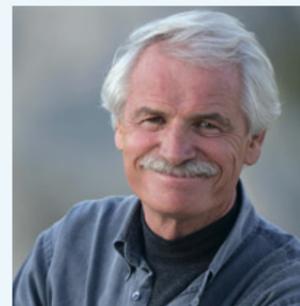
## 2013 : Livre culinaire 'Nos bonnes recettes pour la planète'

Le livre 'Nos bonnes recettes pour la planète' est une compilation de recettes créées par des jeunes eux-mêmes. L'objectif de ce livre est de sensibiliser chacun à l'alimentation durable en proposant une cuisine écologique, saine et savoureuse. Il s'adresse à tous et, plus particulièrement, aux adultes - parents, enseignants, animateurs, cuisiniers d'école - en contact régulier avec des jeunes et des enfants, qu'ils pourront initier à une façon de manger respectueuse de l'homme et de la nature. L'originalité de l'ouvrage tient au fait qu'il a été réalisé avec des jeunes âgés de 10 à 18 ans. Ils ont imaginé, cuisiné et testé les recettes présentes dans le livre.

## 2013 : GREEN devient GoodPlanet, le partenaire belge du réseau international fondé par Yann Arthus-Bertrand, président d'honneur de GoodPlanet Belgium

*"GoodPlanet Belgium a une expérience pédagogique qui est très reconnue par les écoles belges et les autorités. Je suis convaincu que GoodPlanet a trouvé une nouvelle manière de parler aux gens et de leur faire prendre conscience des défis d'aujourd'hui et de demain. De plus, la Fondation GoodPlanet a de l'expérience dans la mise en place de partenariats avec des acteurs économiques et dans le coaching d'entreprises par rapport à la responsabilité sociétale des entreprises. Suite à nos premiers contacts, il est vite devenu évident que l'expertise et l'expérience des deux organisations offraient une forte synergie. Une convention de collaboration par laquelle les deux organisations maintiennent leur identité fut, tout naturellement, l'étape suivante."*

Yann Arthus-Bertrand, Président d'honneur de GoodPlanet Belgium



## 2014 : 10 ans d'ateliers sur la gestion et la prévention des déchets

GoodPlanet célèbre, avec ses partenaires Fost Plus, les intercommunales de gestion des déchets et les Régions wallonne et flamande, les 10 ans de l'atelier éducatif sur les déchets. La 15.500<sup>e</sup> classe reçoit l'atelier MIR/LABO.



*"Nous sommes convaincus que nos liens de collaboration avec Fost Plus et les intercommunales des déchets ont une influence non négligeable sur les taux de recyclage des déchets ménagers. Nous touchons, en direct, des centaines d'enfants et de jeunes 3 fois tout au long de leur parcours scolaire : dès le début en maternelle, une deuxième fois dans l'enseignement primaire, et puis au moment où ils acquièrent leur propre indépendance en secondaire. Via ces ateliers gratuits, nous les encourageons à adopter des méthodes de recyclage efficaces, à s'engager, à réutiliser et à prévenir la production de déchets ('reuse' et 'reduce'). Les demandes dépassent encore l'offre. Chaque année, nous sommes obligés de décevoir des classes. "*

Peter Hulpiau - Coordinateur GoodPlanet

## 2014 : Sustainable Solutions

Le nombre d'appels à projets diminue sensiblement. GoodPlanet tient à être et à rester une organisation en bonne santé financière. La nouvelle stratégie de GoodPlanet inclut une coopération plus étroite avec les entreprises, permettant aussi de sensibiliser le personnel de ces dernières. Tels sont les fondements du programme **Sustainable Solutions**.

## 2015 : WAW 2015

Lors de la Journée Mondiale de l'Eau, plus de 1.000 enfants et jeunes se rassemblent dans le Parc de Bruxelles pour la plus grande 'Walk for Water' dans le cadre de la collaboration 'Wereldwaterdag@school'. 11.900 personnes visitent l'exposition 'Water Awareness 2015' au Sénat et prennent connaissance des 3.981 solutions collectées dans le cadre de cette campagne pour la gestion de l'eau.

## 2016 : GoodPlanet 'recrée' les cours de récréation

La cour de récréation grise, bétonnée et ennuyeuse a eu son temps. Celle d'aujourd'hui se veut désormais colorée, conviviale et qualitative. Tel est l'objectif du projet 'Ose le Vert, recrée ta cour'. Durant l'année scolaire 2016-2017, 141 écoles maternelles et/ou primaires ont participé à la 1<sup>re</sup> édition de la campagne. En 2017, le projet compte s'étendre également à la Région de Bruxelles-Capitale. La Région flamande, sous le nom de 'Pimp je speelplaats' en est, elle, à sa 3<sup>e</sup> édition (25 écoles sont soutenues chaque année).

Concrètement, les écoles sélectionnées reçoivent un coaching et une bourse pour mener à bien leur projet d'aménagement des espaces extérieurs. Naissent alors des scénarios très diversifiés : plantation d'arbres, installation d'une cabane en saule, d'une mare, d'un hôtel à insectes, de nichoirs, d'un potager ou tout simplement d'une zone verte et fleurie. Ramener de la nature à l'école, cela signifie donc stimuler la biodiversité et encourager les pollinisateurs à s'installer sous l'œil curieux des élèves, devenus acteurs de l'aménagement de leur propre cour de récréation. En Wallonie, 'Ose le vert, recrée ta cour' est une campagne créée dans le cadre du Réseau Wallonie Nature du Service Public de Wallonie, portée par GoodPlanet Belgium en partenariat avec Natagora, la coopérative Cera, et soutenue par la Wallonie.

## 2.2 Organisation interne et administrative

GoodPlanet est une organisation qui a une structure chaleureuse, juste, transparente et une vision unifiée. Les employés sont impliqués dans l'organisation et dans la prise de décision. Nos collègues sont fiers de leurs projets, se sentent aussi liés et impliqués dans l'ensemble de l'organisation. Le concept d'*ownership* est donc un concept important, aussi bien au niveau des projets que de l'entreprise en elle-même. Cela implique une certaine responsabilité, par exemple au niveau de la communication ou de la recherche de moyens financiers.

Nos employés s'engagent avec passion pour notre mission et peuvent déployer leurs talents dans l'organisation. C'est à cela que veillent nos talent-managers, une fonction spécifique qui démontre que notre organisation ne veut laisser passer aucune chance à ce niveau.

Pour réaliser tout cela, GoodPlanet attache une grande importance à une bonne gestion des RH, qui prête attention à la diversité, mais aussi à des conditions de travail agréables et saines.

Le noyau de l'équipe GoodPlanet est le groupe des collaborateurs éducatifs. Ils travaillent tous les jours pour inspirer, motiver et activer nos publics cibles. Au cours de cette réorganisation, nous sommes d'ailleurs partis de ce noyau et nous avons essayé de le rendre aussi central que possible afin d'éviter toute bureaucratie inutile. Les bases qui ont découlé de tout cela sont, entre autres, une limitation du nombre de niveaux de management (au niveau de l'organisation) et une prise de décision aussi basse que possible (subsidiarité).

Le conseil d'administration assure la gestion et l'administration de l'organisation elle-même et est, en plus d'un organe de prise de décision, un organe de conseil et de contrôle. Les membres se réunissent au moins 6 fois par an. Les membres de l'assemblée générale sont des personnes de référence qui nous assistent dans notre fonctionnement, chacun sur base de leur propre expertise, expérience et réseau. Ils prennent les décisions prévues par la loi, mais sont avant tout des conseillers qui contribuent activement au développement de l'organisation.

GoodPlanet se veut être une organisation dans laquelle les employés, les administrateurs, les membres de l'assemblée générale et les ambassadeurs sont interconnectés, valorisent et renforcent mutuellement le travail de chacun. Etant donné qu'une partie importante de l'équipe est habituellement sur le terrain et que les collaborateurs se voient peu, nous avons mis en place des réunions d'équipe mensuelles avec toute l'équipe (une session plénière suivie de groupes de travail), des journées d'équipe annuelles, des journées de formation et une fête de Nouvel An pour que tout le monde puisse maintenir le lien et rester connecté avec chaque membre de l'association.



# 3. Notre positionnement en 2017-2021

## 3.1. Approche systémique

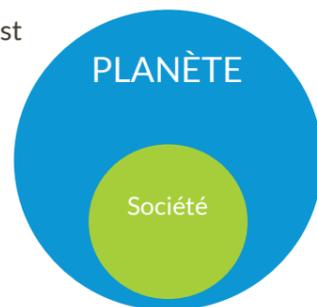
GoodPlanet contribue à la construction d'une société durable. La définition de 3 grands piliers est un point de départ important pour presque toutes les théories concernant le développement durable. Notre modèle se base sur la corrélation entre les différents piliers choisis.

Le premier pilier que nous prenons en compte est celui de la planète. Cela comprend : la planète physique, toute la faune, la flore et le concept d'environnement. Sans notre planète, la biodiversité et les matières premières, nous ne pourrions pas vivre, comme toute autre créature sur Terre. Préserver la viabilité de notre biosphère n'est donc pas un objectif mais une exigence fondamentale.



L'Homme est un être sociable qui s'organise, à travers les siècles, en société. L'objectif d'une société est de dépasser ensemble la lutte pour la survie et de libérer du temps pour le développement culturel.

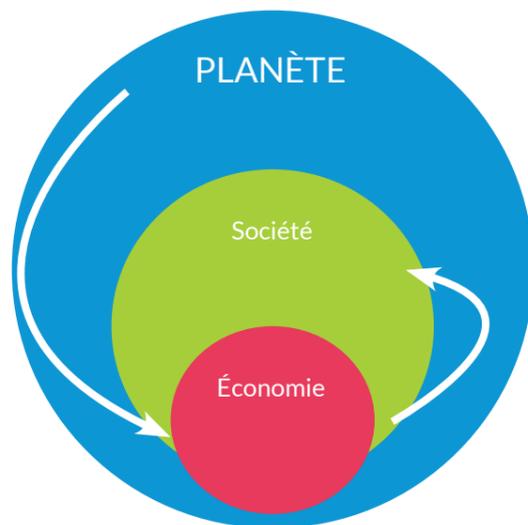
Pour atteindre cet objectif, toute société est responsable de la façon dont elle traite les matières premières et les ressources qui sont à sa portée. C'est à travers un système économique que la société gère les matières premières et les ressources de la planète.



L'économie est en totale dépendance par rapport à la société. Nous nous efforçons d'agir pour une économie qui se met au service de la société et qui respecte les limites de la planète.

Le modèle suivant reformule le modèle des 3 piliers :

Ce modèle, dans lequel l'économie soutient la planète pour amener la société à un plus grand niveau de bien-être, sans pour autant perdre de vue que ces piliers sont liés, est un modèle qui peut apporter un réel développement durable. Il forme donc la base de notre approche globale.



## 3.2. Sustainable Development Goals

**Un programme de transition ambitieux pour le développement durable, basé sur des objectifs internationaux en matière de développement durable et le Global Action Programme**

17 Objectifs de Développement Durable (SDG) ainsi que 169 sous-objectifs y afférant ont été approuvés en 2015 par les Nations Unies. Un plan d'action ambitieux pour l'homme, la planète et la prospérité, qui doit profondément changer le monde d'ici 2030. GoodPlanet se positionne aussi en ce sens.



Le 26 septembre 2016, GoodPlanet a été élu 'SDG Voice' aux côtés de sept autres associations et entreprises exemplaires. Un jury professionnel a désigné, à l'initiative de The Shift et de l'Institut fédéral pour le Développement Durable (IFDD), huit porte-paroles belges de ces Objectifs de Développement Durable. A l'annonce de cette nomination, GoodPlanet a eu à cœur d'honorer sa mission : faire connaître, pendant un an et auprès de ses publics cibles, les SDG, leurs implications et leurs actions. Devenir SDG Voice nous a fait prendre conscience que nous avons déjà intégré les 17 Objectifs dans notre ADN. Ceux-ci se retrouvent en effet dans la diversité de nos projets et programmes. Une large stratégie de communication a donc été mise en place pour établir le lien entre notre travail de terrain et le concept des SDG afin de clarifier ces notions essentielles au bien-être de tous et de la planète.

Le **Global Action Programme (GAP)** trouve également un cadre au sein des Sustainable Development Goals. Aussi bien au niveau national qu'international, nous basons notre façon de travailler sur le GAP de l'Unesco. Ce plan d'action succède à la période 2005-2014, nommée "décennie pour l'éducation au service du développement durable" par les Nations Unies. Etant donné notre ambition de donner forme à cette stratégie en 2016, nous demandons une accréditation aussi bien auprès des Nations Unies qu'auprès de l'Unesco.



### 3.3 Thèmes prioritaires

Jusqu'en 2021, nous nous focalisons, dans notre vaste contexte de fonctionnement, sur 3 thèmes prioritaires.

- Alimentation durable : du champ à l'assiette
- Reconnexion à la nature
- Économie circulaire et gestion des ressources

Nous mettons ces thèmes en avant dès que la possibilité se présente et nous cherchons activement d'autres moyens de nous investir davantage. Pour chaque thème prioritaire, nous formulons un ambitieux objectif qui aspire à un impact sur 3 niveaux d'action : individu, groupe et société.

#### Alimentation durable : du champ à l'assiette



L'alimentation est un besoin primaire. De plus, l'alimentation s'associe à d'importants aspects culturels et sociaux.

Tous les jours, nous devons décider de ce que nous allons mettre dans notre assiette, et ce choix revêt aussi une dimension éthique : santé, impact sur l'environnement, bien-être animal, répartition équitable, etc.

#### Contexte sociétal

La première révolution agricole a, au cours du temps, permis aux humains de produire et cultiver leur propre nourriture animale et végétale. Une étape qui a eu un énorme impact aux niveaux socio-culturel, économique et politique. Cette transition a poussé l'humanité dans une direction bien déterminée, mais l'a aussi amené à subir de nombreuses conséquences négatives.

La révolution industrielle est une autre étape importante pour notre alimentation. La disponibilité massive de combustibles fossiles et de nouvelles technologies (comme les machines, les additifs chimiques et les cultures chauffées) a permis à l'industrie alimentaire d'être de plus en plus efficace dans le transport, le stockage et le traitement, dans des domaines comme l'agriculture, l'horticulture et la pêche. Parallèlement, l'impact sur l'environnement (exploitation de la terre et de la mer, qualité de l'eau, des sols et de l'air, substances persistantes, pertes de phosphates, érosion, diminution de la biodiversité, climat, énergie, destruction des fonds marins), l'économie (mondialisation, évolution des prix, surproduction, mono ou oligopolisation) et le tissu social (mondialisation, propriété foncière, domination des mers, vulnérabilité des producteurs alimentaires) a incroyablement augmenté.



#### Où voulons-nous aller ?

L'alimentation comme droit de base. GoodPlanet est convaincu que la population croissante peut être alimentée de façon durable. Nous pensons que la faim fait partie du passé et que la sécurité alimentaire devient un fait. Tout cela est, entre autres possible, si la consommation de viande et de poisson est ajustée. Circuits courts, offre de saison, culture respectueuse de l'environnement vont ici de pair avec des prix

équitable, afin que les producteurs puissent travailler de manière rentable. L'impact sur les différents niveaux cités ci-dessus peut être limité grâce à une industrie alimentaire adaptée, une distribution et un fonctionnement revus (entre autres via la lutte contre la détérioration de la qualité et le gaspillage). Nous combattons les monopoles alimentaires afin d'éviter la perte de diversité (aussi sur le plan génétique) due à des investissements unilatéraux dans les monocultures et produits agricoles non-transformés. Le principe de précaution est appliqué en ce qui concerne la manipulation génétique et l'utilisation d'additifs.

Le Belge devrait donc, autant que possible, tenir compte des critères suivants dans ses choix alimentaires, pour notre propre santé et celle de la planète :

- Vlees en vis minderen (moins de viande et de poisson)
- Lokaal en lekker (local et savoureux)
- Ecologisch geteeld in een gezonde bodem (culture respectueuse de l'environnement sur des sols sains)
- Eerlijke prijzen, hier en elders (prix équitables, ici et ailleurs)
- Seizoensgebonden (de saison)

#### Notre programme jusqu'en 2021

Promouvoir les liens entre le public, la production alimentaire et les producteurs est un important moyen d'amener chacun à faire des choix conscients en matière de nourriture. Prendre connaissance des impacts environnementaux et sociétaux de l'alimentation, de l'existence d'alternatives durables permet de poser des choix éclairés. Se rassembler autour de l'alimentation (groupes d'achats partagés, cuisiner ensemble, manger ensemble) a aussi une grande plus-value sociale.

GoodPlanet et ses groupes cibles recherchent les solutions à apporter à la problématique alimentaire et notamment à l'exploitation disproportionnée, aussi bien aux niveaux écologique et socio-culturel qu'économique et politique. Nous tenons compte de la complexité du thème. En collaboration avec d'autres partenaires, nous adoptons une démarche particulière durant les prochaines années : l'objectif est d'amener toutes les cantines scolaires à cuisiner de façon durable et de développer un programme éducatif sur l'alimentation durable. Nous réalisons cet objectif à l'aide de projets pilotes forts et en collaboration avec d'autres organisations : Fairtrade Belgium, Inter-Environnement Wallonie, Bond Beter Leefmilieu et Vredeseilanden.

De plus, nous sensibilisons le grand public pour qu'il pose des choix alimentaires durables et sains, que ce soit à la maison, au travail ou ailleurs. Notre prédilection pour ce thème résulte également d'un intérêt et d'une expertise qui se développe depuis des années au sein de l'équipe et du conseil d'administration. C'est un sujet proche des gens. Chacun à sa manière est en effet concerné par la nourriture et se sent donc automatiquement impliqué. Nous voulons également établir un lien clair entre l'alimentation et la santé.

## Reconnexion avec la nature

### Contexte sociétal

Les enfants d'aujourd'hui sont de moins en moins familiarisés avec la nature. Ils ne jouent que peu souvent dehors, ne vont que très rarement, voire jamais, dans les bois et ne connaissent pas grand-chose à ce sujet. "Les légumes? Ca vient du supermarché, non?" Le fossé entre l'enfant et la nature environnante se creuse de plus en plus. Pourtant, les bois sont l'endroit idéal pour jouer tout en apprenant. Les enfants jouant souvent dans les bois et dans la nature de façon générale s'avèrent être plus sains, aussi bien au niveau physique que psychique. Apprendre et jouer dehors, dans la nature, stimule l'imagination, la créativité et l'esprit d'initiative. Les enfants sont souvent émerveillés, découvrent et appréhendent d'eux-mêmes les enjeux écologiques. En pensant de façon systématique (liens) et en faisant eux-mêmes l'expérience de la nature, les enfants perçoivent mieux cette réalité complexe.

### Où voulons-nous aller?

Nous souhaitons que les gens se sentent (à nouveau) plus en relation avec la nature et ce, dès leur plus jeune âge. Mais encore qu'ils se rendent compte que la nature est plus qu'un endroit agréable à vivre. La biodiversité nous rend d'énormes services qui sont vitaux pour notre vie et notre bien-être. C'est pourquoi petits et grands rêvent d'endroits où la nature puisse s'épanouir et fleurir sans dérangement aucun de la part de l'homme. De plus en plus de gens trouvent important de protéger la biodiversité locale et de se bouger en s'investissant pour plus de nature à proximité de tous.



## Notre programme jusqu'en 2021

GoodPlanet investit dans l'aménagement d'espaces extérieurs verts de qualité, avec une attention particulière pour le bien-être de chacun. Au fil des années, nous avons construit en interne une expertise unique à propos du jeu "vert", du lien avec la nature et l'expérience de la nature, aussi bien en contexte scolaire qu'extra-scolaire. En donnant l'exemple et accompagné d'autres acteurs du domaine, nous voulons intégrer de façon automatique les principes de la nature comme endroit pour jouer et apprendre, dans le cadre du (ré)aménagement des cours de récré et des espaces extérieurs dans les structures d'accueil et crèches. Sur le long terme, nous voulons que des projets comme 'Ose le vert, recrée ta cour' soient portés et imposés par la politique. Nous stimulons également les entreprises, les PME et maisons de repos à aménager des terrains verts et des espaces extérieurs à l'aide d'éléments qui favorisent aussi bien la 'verdurisation' que le bien-être des travailleurs et habitants du coin. Ensuite, nous organisons, avec les jeunes et les moins jeunes, des animations, projets et événements pour donner le goût des activités qui expérimentent la nature. Ainsi, la nature serait placée au centre des préoccupations et serait plus qu'un décor pour jouer. On met la nature en avant dans les villes et on inspire les gens à organiser eux-mêmes des activités en leur montrant les différentes possibilités qu'offre la nature. Dans les années à venir, nous voulons nous investir concrètement en faveur des projets intergénérationnels et des activités de teambuilding.

## Économie circulaire et gestion des ressources

### Contexte sociétal

Après la révolution industrielle, la nature des déchets produits par l'humanité a changé. L'homme a réussi à exploiter les minéraux et d'autres ressources fossiles à un rythme de plus en plus soutenu. Les cycles géologiques pendant lesquels ces ressources fossiles se forment restent, quant à eux, lents. Les matières renouvelables sont également exploitées plus rapidement qu'elles ne sont produites. De plus, les années post Seconde Guerre mondiale ont vu naître un consumérisme effréné dans notre monde occidental. La nature des déchets a également évolué : d'organique à anorganique. Avec, qui plus est, une croissance exponentielle de ces déchets anorganiques sous forme de matières synthétiques (emballages et objets d'usage courant). Les innovations technologiques en augmentation sont allées de paire avec une augmentation de produits résiduels complexes et dangereux. Toute cette évolution industrielle a provoqué une utilisation d'eau et d'énergie énorme tout en produisant une quantité astronomique de déchets. L'intérêt croissant, ainsi que la recherche et les expériences en matière de méthodes alternatives de consommation et de production, constituent une base de travail pour GoodPlanet. A partir de ces réalités, nous pouvons nous adresser à nos différents groupes cibles, les inspirer et les faire évoluer vers ces initiatives, afin de stimuler leur développement.



### Où voulons-nous aller ?

Des tas d'initiatives voient le jour dans le but de diminuer l'utilisation et l'exploitation des matières premières. Des programmes des autorités et des organisations non-gouvernementales actives dans le domaine de la durabilité visent l'économie circulaire. Celles-ci se battent contre un consumérisme effrené, bien intégré chez nous et en pleine progression dans d'autres endroits du monde. GoodPlanet souhaite montrer des initiatives positives aux consommateurs, dès le plus jeune âge. L'idée est de leur raconter une histoire... celle-ci débute avec les modèles de production classiques, des matières premières jusqu'aux déchets, de l'obsolescence programmée et du marketing qui essaie d'influencer nos besoins, et se conclut par le concept d'économie circulaire, avec des circuits techniques et biologiques fermés et la durabilité des produits dans le sens premier du mot. Nous croyons en l'action du consommateur et en son pouvoir. Ce dont il n'a pas besoin, l'économie le produira de moins en moins.

Le "consommateur" devient "l'utilisateur". Tout tourne autour de la fonction d'un objet, le "bien" est abordé comme un "service". De cette manière, le système de production est mis sous pression de revoir la conception des objets, de façon à ce qu'ils durent plus longtemps, soient réutilisables et recyclables uniquement en dernière instance.

Autrement dit, GoodPlanet entend stimuler cette transition vers une économie circulaire (un système économique destiné à maximaliser la réutilisation des produits et matières premières et à minimaliser la diminution de valeur) en travaillant sur le comportement du consommateur et l'envie des citoyens. D'un côté, nous découvrons ensemble comment, en tant que consommateurs, stimuler ces autres formes de production. D'un autre côté, nous découvrons ensemble les conséquences néfastes des déchets sans nouveau but économique : ces déchets sont souvent persistants, ont une influence néfaste sur notre environnement et notre santé et ont des coûts financiers et sociétaux énormes.

### Notre programme jusqu'en 2021

En collaboration avec Fost Plus, les intercommunales de déchets et les trois Régions, GoodPlanet gère un programme dédié au monde scolaire composé de workshops sur la problématique des déchets (dès la maternelle et jusqu'en secondaire). Celui-ci existe depuis plus de 10 ans. Nous continuons à miser sur notre savoir-faire construit au fil du temps et les résultats obtenus en optimisant continuellement cette offre fortement demandée et en renforçant son impact. Concrètement, cela signifie : viser à atteindre 100% d'écoles propres où l'on trie (de correctement à parfaitement) et où l'on développe une attention particulière pour que la prévention de déchets soit intégrée dans le règlement de l'école. Depuis 2007, en plus de la connaissance et des compétences en ce qui concerne la stratégie européenne des déchets (recycle, reuse, reduce), nous nous mobilisons également pour des choix durables dans nos animations avec les adolescents de l'enseignement secondaire. La force de ces programmes est de mettre les élèves au défi (à leur niveau), afin d'arriver à mettre en place d'autres solutions.

Les laisser parvenir eux-mêmes à des solutions contribue à encourager une citoyenneté active et annule le rejet de leur propre responsabilité. De ce processus, une vision nouvelle d'une autre façon de consommer apparaît. A partir de diverses problématiques (au niveau macro, meso et micro) à propos des déchets, nous mettons nos groupes cibles au défi d'explorer et d'adopter d'autres scénarios possibles.

Nous nous concentrons sur le processus dans son entièreté, de la fin de l'utilisation du produit en passant par toutes les étapes préliminaires. Nous allons à la recherche des causes de l'utilisation non-équilibrée des matières premières d'un point de vue écologique, économique et politique. Nous analysons l'impact que cela a sur l'environnement, le climat, la société et l'économie. Et, enfin, nous transmettons les outils nécessaires à une recherche efficace de solutions concrètes.

### 3.4 Thèmes permanents

En plus de ces trois thèmes prioritaires, GoodPlanet travaille aussi sur cinq thèmes permanents et sur les défis sociétaux qui y sont liés.

1. Eau
2. Energie
3. Mobilité et sécurité routière
4. Changements climatiques
5. Mers et océans

#### Eau

Une gestion intégrée de l'eau et une consommation d'eau durable doivent nous mener à une amélioration significative des eaux souterraines et de surface, chez nous comme ailleurs. Tout le monde doit avoir accès à l'eau potable, à des sanitaires de qualité et abordables.

Dans nos projets autour du thème de l'eau, des animations jusqu'au Parlement des Jeunes, nous transmettons des connaissances sur les réalités de l'eau dans le monde, nous expliquons les principes de la gestion intégrée de l'eau et nous apprenons aux gens à voir comment ils peuvent eux-mêmes être acteurs de cette amélioration de la qualité et la quantité de l'eau en Belgique (par exemple, via une consommation rationnelle de l'eau, l'infiltration de l'eau de pluie, les toits verts, etc.). Nous les incitons à montrer plus de solidarité internationale et à diminuer leur empreinte de consommation d'eau.

Pour une sensibilisation plus en profondeur à propos de la problématique de l'eau, nous mettons l'accent sur le grand public, via, entre autres, la continuation du Big Jump (un programme pour l'amélioration de la qualité de l'eau de nos rivières à travers lequel nous voulons établir des partenariats durables avec des autorités locales), la reprise du projet 'Blue Flag' de la Foundation for Environmental Education (programme pour un

développement durable des plages et ports de plaisance par le biais de critères stricts au niveau de la qualité de l'eau, la gestion de l'environnement, la sécurité et l'éducation à l'environnement) et un nouveau programme 'Wild Rivers' (un programme européen dont le but est de se prémunir de la dégradation des rares cours d'eau qui sont déjà d'une très bonne qualité).

Nous organisons et participons à des projets transfrontaliers autour du thème de l'eau qui encouragent la participation de la jeunesse au niveau international, par exemple en soutenant et accueillant le 'World Youth Parliament for Water', ou, pour prendre un exemple plus proche de chez nous, en organisant le Parlement des Jeunes de l'Escaut et de la Meuse.

Par le biais de la spin-off 'Young Water Solutions,' que nous soutenons afin qu'elle se développe pour devenir une asbl internationale, nous nous lançons à la recherche de moyens qui puissent donner une chance aux jeunes du monde d'améliorer leur accès à l'eau et aux sanitaires dans leur propre région.

### Energie

A l'aide du triangle de l'énergie ('trias energetica'), nous promovons la consommation rationnelle de l'énergie (URE). Ce modèle comprend trois étapes. Lors de la première étape, il s'agit d'utiliser l'énergie de façon économe et d'en limiter sa consommation au maximum (éteindre la lampe quand on quitte une pièce, régler correctement ses installations, isoler, etc.). La deuxième étape consiste à opter le plus possible pour des sources d'énergie renouvelables durables (courant vert, panneaux photovoltaïques ou boiler solaire,...). Lors de la dernière étape, il s'agit d'opter pour des appareils économiques (lampes économiques, éclairage LED).

Par le biais de programmes accompagnés dans les écoles et sur le lieu de travail, nous souhaitons que davantage de personnes adoptent le triangle de l'énergie et réfléchissent à des actions concrètes pour adapter ce modèle. Nous saisissons les possibilités de mettre sur pied des trajets qui intègrent ces principes dans le cadre de formations dans le secteur de la construction durable, offrant ainsi un maximum de chances aux jeunes de l'enseignement technique et professionnel à trouver un emploi au sein du marché du travail 'vert'. Via des campagnes, nous encourageons nos groupes cibles à utiliser l'énergie de façon rationnelle, grâce à des gestes simples, et à investir autant que possible dans des sources d'énergie durables et dans l'efficacité énergétique.

Disposer d'énergie nous semble être un droit de base, et nous portons une attention particulière au recul de la précarité énergétique. En plus de tout cela, nous souhaitons soutenir les initiatives de travaux d'infrastructures pour des sources d'énergie durables et alternatives.

### Mobilité et sécurité routière

La première étape consiste à limiter le nombre de kilomètres. Ensuite, nous appliquons le principe du STOP: "Stappen - Trappen - Openbaar vervoer - Privévervoer" (Marche - Vélo - Transports en commun - Transport privé). Tout comme la stratégie européenne des 3 R sur laquelle nous nous basons pour nos projets autour du thème de l'économie circulaire, ce modèle propose une hiérarchie en ce qui concerne les différents moyens de transport. La marche constitue le moyen de transport à privilégier, le transport privé, le moins désirable. Nous souhaitons que plus de gens choisissent leur moyen de transport sur base du principe du STOP. Au sein d'un même trajet, il est déjà possible de combiner plusieurs formes de mobilité, en fonction des possibilités et du contexte. De cette manière, il est possible d'atteindre un mix réfléchi de mobilité avec une certaine attention pour l'impact sur l'environnement, la viabilité et l'utilisation de l'espace.

Nous accompagnons les écoles pour atteindre une mobilité multimodale et sécurisante dans l'environnement scolaire et sensibilisons les employés à opter pour la forme de transport la plus durable possible pour leurs trajets domicile-travail. Nous établissons alors le lien avec une bonne santé et l'importance de bouger. Dans le cadre d'activités et événements pour le grand public, nous motivons également les gens à se déplacer de façon durable. Dans le cas où le transport privé s'avère être la seule et unique solution, nous promovons le co-voiturage, le partage de voitures et l'utilisation de véhicules roulant à l'énergie renouvelable.





### Changements climatiques

Le climat change. Et chacun de nous a son rôle à jouer : ce que nous mangeons et buvons, ce que nous portons, la façon dont nous nous déplaçons, ce que nous achetons pour ensuite nous en débarrasser, la façon dont nous construisons nos maisons et aménageons nos jardins, etc. Une bonne nouvelle tout de même: chacun d'entre nous peut agir pour inverser la situation. C'est sur ce point que nous nous concentrons lors de notre travail à propos du climat. De plus, nous établissons le lien qu'entretiennent les hommes avec leur environnement à d'autres endroits de

la planète. Nos choix journaliers ont d'ailleurs bien souvent un impact loin de chez nous. Et ce sont justement ces personnes qui se retrouvent dès à présent confrontées à des problèmes dûs aux changements climatiques.

Par le biais d'animations, de matériel didactique, d'expositions et de campagnes, nous mettons en avant des gestes simples qui, individuellement, demandent peu d'efforts mais ont un impact énorme si nous nous y mettons tous ensemble.

### Mers et océans

Plus de 70% de la surface de la Terre est composée d'eau. Les mers et océans ne sont pas seulement une source de vie : ils la définissent dans bien des domaines. Les zones aquatiques sont des écosystèmes fantastiques, des lieux d'absorption du CO<sub>2</sub>, des sources de nourriture riche, des moyens de transport, des lieux de récréation, etc. Mais l'homme est toujours à la recherche de pétrole et de réserves de gaz dans les fonds marins et

océaniques. Cet intérêt ne pourrait être plus contrasté avec l'intérêt sociétal et éducatif que nous avons pour les mers et les océans.

Afin de laisser en héritage aux générations futures des mers et des océans viables, les écosystèmes maritimes doivent être protégés de toute urgence et la pollution diminuée. Plus que jamais, il nous semble primordial de mieux informer le public concernant l'impact de nos choix actuels sur les mers et les océans mais aussi montrer les conséquences que cela pourrait avoir pour le futur. Une éducation à la consommation durable des poissons ou à une attitude respectueuse des zones de baignade (eau de mer et plages) peut, entre autres, donner lieu à des perspectives d'actions concrètes. Nous établissons un lien entre la qualité de l'eau des rivières et la qualité de l'eau de mer (Blue Flag), mais aussi entre notre gestion des déchets et celle des systèmes maritimes. Notre but ultime est de faire croître les mouvements de soutien qui oeuvrent pour un meilleur soin des mers et des océans, menant ainsi à des choix politiques et économiques plus durables.

### 3.5 Axes transversaux

Les 4 axes transversaux suivants sont communs à tous les thèmes, à tous les publics cibles. Ils s'immiscent dans chacun de nos projets et en constituent la trame sous-jacente.

#### Pilier social du développement durable

Nous nous engageons plus que jamais au niveau du pilier social du développement durable : entreprendre des actions ensemble pour mieux vivre ensemble. Une thématique essentielle inhérente à l'entièreté de notre programme.

#### Vivre Ensemble

Par le biais de nos projets, nous stimulons et intensifions le sentiment de

fraternité, de solidarité et de compréhension mutuelle. Parce que nous voulons que chacun d'entre nous puisse se contruire une vie agréable, ici et ailleurs, et puisse faire partie de la société de manière positive. Nous rendons cela aussi concret que possible en travaillant nous-mêmes avec d'autres acteurs, afin d'atteindre les buts cités plus haut. Dans ce 'vivre ensemble', s'intègrent naturellement la lutte contre la pauvreté et l'égalité des genres. Car diminuer la précarité, offrir des opportunités à chacun est un axe essentiel pour rendre notre société plus juste et durable.

#### Égalité des genres

GoodPlanet s'attèle à cette dimension dans nombre de ses projets. Eradiquer la pauvreté sous toutes ses formes reste l'un des plus grands défis auquel l'humanité doit faire face aujourd'hui. Des centaines de millions de personnes dans le monde luttent chaque jour pour répondre aux besoins les plus élémentaires. En Belgique, le problème ne nous est pas non plus inconnu. Nombreuses sont les personnes à vivre dans des situations de vulnérabilité.

#### Lutte contre la pauvreté

Au quotidien aussi se manifeste encore des déséquilibres hommes-femmes. Aujourd'hui, l'attention à ce respect d'équité doit être constante pour le bien-être de tous. GoodPlanet veille à intégrer cette dimension dans nombreux de ces projets. Quelquefois, celle-ci est mise complètement à l'honneur. En 2016, lors de la Journée Internationale des Droits de la Femme, un débat composé de politiques, de personnalités de la société civile et de jeunes s'est focalisé sur la dimension 'Gender' au sein du Sénat fédéral. Mettre fin à toutes les formes de discrimination envers les femmes et les filles constitue, non seulement, un droit humain fondamental, mais contribue également à accélérer le développement durable et la dimension du 'vivre ensemble'.

### Emplois durables

Stimuler la croissance économique durable et proposer un emploi digne pour tout un chacun. GoodPlanet développe et promeut l'emploi, en partant du principe de la *blue & green economy*. Ainsi, via un trajet accompagné, nous avons intégré des techniques d'isolation durable et un entraînement à la communication dans l'option professionnelle de la construction. GoodPlanet a également accompagné d'autres trajets dans des écoles bruxelloises autour du thème 'construire durablement', en collaboration avec Tracé Brussel. De cette façon, nous offrons une chance aux jeunes de donner une place aux défis qu'amène le développement durable dans leur formation professionnelle et dans leur épanouissement personnel. En 2016, GoodPlanet a décerné le Young Talent Award aux jeunes entrepreneurs de 'Do Eat'. Cet award est un prix spécifique, destiné à la jeunesse au sein du Belgian Business Award for the Environment de la Fédération des Entreprises de Belgique (FEB).

### Villes durables

Le processus d'urbanisation ne cesse de croître, rendant énorme l'impact possible des initiatives positives en termes de développement durable dans les villes. GoodPlante renforce cet impact en mettant en avant ces projets, initiatives ou entreprises. Ces dernières années, parmi les citoyens, administrations communales, entrepreneurs et autres personnes créatives, on voit naître de plus en plus d'initiatives innovantes grâce auxquelles une évolution vers des villes plus durables est possible. En se concentrant sur des solutions répondant aux défis urbains et en les mettant sous le feu des projecteurs, GoodPlanet sensibilise les citoyens à des villes plus durables, résilientes et contribue ainsi à leur évolution.

## Santé

GoodPlanet attache une grande importance au concept de connexion, que ce soit entre nous ou avec la nature. Ces relations dépendent de chaque individu, de sa manière de fonctionner. Aussi, veiller à son propre bien-être global est essentiel. Ne dit-on pas un esprit sain dans un corps sain ? En se préoccupant de notre santé, de notre mode de vie, nous entretenons aussi des relations plus saines avec les autres et avec la planète. En d'autres termes, un fonctionnement sain favorise une relation durable avec autrui et avec notre planète. Poser des choix raisonnés permet aussi de prendre soin de notre propre santé. Lesquels ? Acheter des produits locaux et de saison, veiller à diminuer les déchets, consommer des denrées cultivées ou produites dans le respect de l'environnement sont autant d'actions de premier plan. Prendre le vélo, marcher mais aussi choisir des sources d'énergie renouvelable s'ajoutent à la liste. Une vie plus verte en ville, à l'école, à la maison, au bureau n'a que des avantages pour soi, pour les autres, pour la planète.

### Un choix conscient pour une approche multithématique



*“GoodPlanet a une approche multithématique car le développement durable est un sujet complexe imbriquant plusieurs thèmes dans un contexte écologique, économique et social donné. Cette diversité représente la force de GoodPlanet.”*

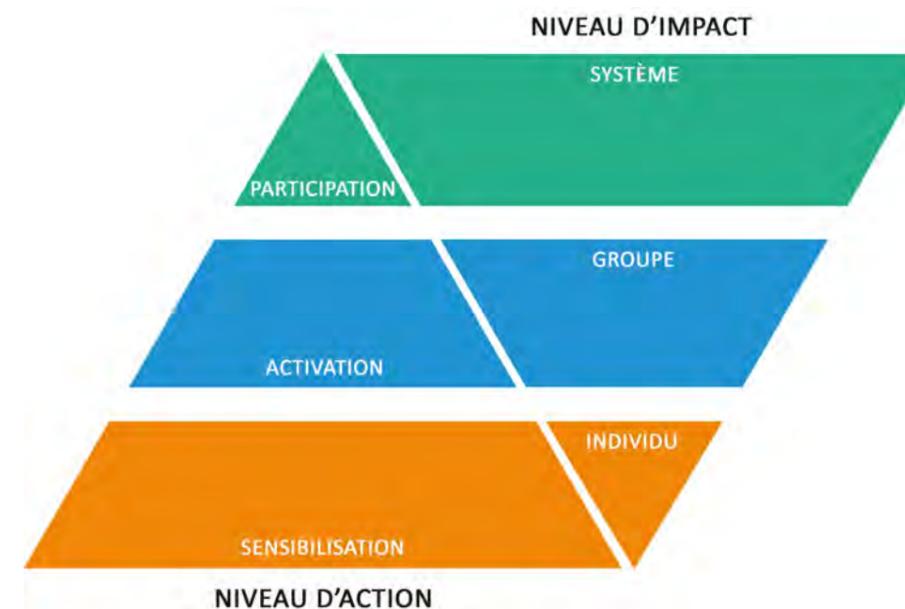
*Nous avons une équipe très hétérogène, avec des personnes issues de milieux et de formations diverses, ayant toutes des connaissances, compétences, intérêts, rêves et talents différents.”*

*Kris Van Ingelghem – Expert senior GoodPlanet*

### 3.6 Niveaux d'action et impact escompté

GoodPlanet est une organisation principalement active sur le terrain et qui travaille en étroite collaboration avec ses groupes cibles afin de contribuer à un objectif de transition plus large, via des projets concrets orientés 'solutions'.

A l'aide du schéma ci-dessous, nous voulons clarifier les niveaux auxquels nous travaillons avec nos groupes cibles et quel est l'impact escompté pour chaque niveau d'action.



### GoodPlanet inspire

Avec nos actions de sensibilisation, nous touchons un public large et diversifié et nous visons un changement de comportement au niveau individuel. De cette manière, par exemple, grâce à nos animations sur les déchets dans les enseignements maternel, primaire et secondaire, nos collaborateurs motivent chaque jour plus de 500 enfants et jeunes à prévenir les déchets, réutiliser et trier de manière correcte. Chaque année, environ 200.000 enfants et jeunes prennent par exemple part à notre campagne GoodPlanet Challenges en créant tous ensemble un monde meilleur, par le biais d'actions simples, comme le fait de manger une pomme locale en guise de collation.

### GoodPlanet active

L'étape d'après consiste à entreprendre des actions concrètes avec plusieurs acteurs d'une même communauté, dans le but d'amener un changement au sein d'un groupe plus étendu. Ainsi, par exemple, nous avons accompagné plusieurs équipes "énergie" créées au sein de différents bâtiments des pouvoirs publics, principalement des prisons. L'intention de telles 'GreenTeams' est qu'un certain nombre de travailleurs s'engagent de façon volontaire et active pour un environnement de travail plus durable au sein du bâtiment. Dans le cadre du projet "Ose le vert, recrée ta cour", nos collaborateurs accompagnent des équipes scolaires lors de l'aménagement de leur cour de récréation, pour plus de nature et pour le bien-être de chacun des enfants.

### GoodPlanet fait changer le système

Enfin, nous voulons ancrer ces engagements dans la société à l'aide de projets participatifs. Dans le cadre de ces projets, nous travaillons de façon intensive avec un groupe de personnes relativement restreint, mais nous visons un résultat final plus conséquent et plus global.



*“Depuis 2014, les écoles bruxelloises sont sous obligation légale de faire l’inventaire de la manière dont les enfants se déplacent pour aller à l’école. Ce résultat est une confirmation du travail et des efforts fournis par GoodPlanet et les écoles ayant participé au projet ‘Plans de déplacements scolaires’. Le premier pas vers une conscientisation et des actions concrètes pour une mobilité multimodale, durable et sécurisante fait maintenant partie intégrante de la législation bruxelloise.”*

Julie Godart – Project manager GoodPlanet

*“Pour l’eau belge de SPA, un partenariat nous semblait évident, car les thèmes abordés par GoodPlanet, comme la gestion durable des bois, de l’eau et de la biodiversité correspondent à 100% à notre mission. En tant qu’entreprise, nous voulons protéger la nature qui nous offre tant, à savoir de l’eau naturelle, pour nous aujourd’hui, mais aussi pour les générations futures.”*



Ann Vandenhende, Manager RSE Spadel

### 3.7 Groupes cibles

GoodPlanet s’adresse en premier lieu **aux enfants et aux jeunes**. Nous les atteignons de préférence via l’école, car c’est là qu’ils passent la majeure partie de leur temps. C’est pourquoi les écoles représentent notre point d’accès primordial et essentiel pour toucher les jeunes et les préparer à une citoyenneté active. C’est pour cette raison que nous nous concentrons principalement sur ce groupe cible, même si nous allons plus loin et continuons à sensibiliser les gens tout au long de leur vie. GoodPlanet est donc également partenaire des entreprises qui prennent à cœur leur rôle sociétal. Les recettes que nous réalisons via ces partenariats et activités avec les **travailleurs** sont ensuite réinvesties dans des projets porteurs d’une plus-value sociétale.

Via des actions de sensibilisation, GoodPlanet touche également **un large public en dehors des heures d’école et de travail**. Nous ne nous adressons donc pas uniquement aux enfants et aux jeunes, mais aussi aux familles.

Nous ne nous contentons pas de prendre le chemin le plus facile, mais nous nous adressons surtout aux **groupes cibles dont le style de vie est loin d’être écologique**. Nous préférons faire un petit pas en avant avec beaucoup de monde qu’un grand pas en avant avec un petit groupe de convaincus (comparable au *early & late majority* dans le modèle du *technology adoption life cycle*). En plus de cet impact considérable tant au niveau de l’individu que du groupe (entreprises, écoles, associations et pouvoirs publics), GoodPlanet a également comme ambition d’avoir un impact plus structurel sur notre société. Les idées créatives de GoodPlanet ont déjà inspiré plus d’un décideur politique.

Nous abordons ces trois groupes cibles de manière holistique. Les élèves ont des parents, les travailleurs ont des enfants, les enseignants visitent également de temps à autre une exposition pendant leur temps libre. C’est pourquoi nos activités sont centrées sur une rencontre autour de nos thèmes et notre message : la rencontre entre jeunes et moins jeunes, allochtones et autochtones, pauvres et riches, citoyens et personnes vivant dans des zones rurales, ...

*“Notre partenaire Umicore encourage ses employés à opter pour une voiture de société respectueuse du climat. Ce choix permet d’économiser du CO2 mais réduit les frais aussi pour l’entreprise. La différence de coût entre cette option et la voiture à laquelle l’employé a droit dans son package salarial, le département RH d’Umicore la verse à GoodPlanet. Grâce à ces dons, notre équipe éducative peut développer des projets pour les jeunes et les enfants autour du thème durable choisi par l’école.”*

Clément Magos – Collaborateur GoodPlanet



### 3.8 Fonctionnement et méthodes par groupe cible

#### Les enfants et les jeunes à l’école

GoodPlanet propose une large gamme de formations aux écoles. Nous nous déplaçons dans les écoles pour nos animations, mais nous sommes parfois aussi invités, par exemple par des centres culturels, qui convient à leur tour des écoles pour un programme autour d’une certaine thématique. Ensuite, nous développons aussi des campagnes et du matériel didactique, que nous proposons essentiellement en ligne. Nous les promovons via nos propres canaux et nos collaborateurs qui se rendent quotidiennement dans les écoles, mais aussi via nos partenaires du réseau de l’enseignement (comme le magazine PROF, les éditions Averbode), les foires provinciales ou les conférences pour enseignants. Les écoles désireuses d’aller un peu plus loin peuvent s’inscrire à de nombreux programmes bénéficiant d’un accompagnement. Cela peut se faire au niveau de la classe ou de l’école. Dans le cadre d’un projet global au niveau de l’école, nous travaillons souvent avec une ou plusieurs classes pionnières. Nous connectons les élèves, l’équipe scolaire et éventuellement aussi d’autres intervenants externes dans le but de réaliser des actions concrètes et de les intégrer dans le fonctionnement de la classe ou de l’école. Quand cela s’avère possible, nous allons encore plus loin et rassemblons les enfants et jeunes de plusieurs écoles pour formuler des recommandations politiques tous ensemble. D’autre part, le Global Action Programme de l’Unesco (stratégie pour l’éducation au développement durable) forme aussi un cadre de référence pour notre travail avec les enfants et les jeunes.

### Les employés sur leur lieu de travail

Par le biais de nos actions en collaboration avec les entreprises, nous avons un impact sur le fonctionnement même de l'entreprise ainsi que sur les travailleurs en tant qu'individus. Nous analysons toujours la manière dont nous pouvons intégrer nos activités pour coller au mieux au fonctionnement de l'entreprise et correspondre à leur stratégie ou programme de responsabilité sociétale des entreprises. Pour ce faire, nous travaillons avec les équipes de management des différents départements, comme la RSE, les RH ou la communication. Nous organisons des activités sur le lieu de travail, comme un stand d'informations incluant des activités dynamiques ludiques ou du teambuilding, afin de sensibiliser les employés. Ces activités sont souvent prolongées par d'autres événements de l'entreprise pour un plus grand public composé de clients, de familles des travailleurs et d'autres parties intéressées. Nous développons également des programmes ayant pour but la mise en place de mesures durables concrètes sur le lieu de travail et accompagnons les travailleurs tout au long de ce processus d'activation et de communication.

### Le grand public dans la sphère du temps libre

Nos activités touchent également un large public en-dehors des heures d'école et de travail. Nous mettons en avant une image attirante d'une société durable en nous concentrant sur les liens avec la nature et les gens entre eux. Nous faisons cela grâce à des activités où l'on expérimente la nature et des événements promouvant le jeu en plein air et en pleine nature, mais aussi via des expositions qui montrent la beauté de la nature, et donc la nécessité d'une société durable. Pour cela, en tant que partenaire belge exclusif de la Fondation GoodPlanet, nous pouvons disposer d'une large gamme d'images d'archives du célèbre photographe et cinéaste Yann Arthus-Bertrand. Nous véhiculons toujours un message positif, par exemple en inspirant les gens à l'aide de solutions et bons exemples pratiques. La collaboration avec des partenaires représente un vrai fil rouge dans notre programme afin de toucher le public le plus large possible.



*“Avec la campagne Water Awareness 2015 Solutions, nous avons rassemblé près de 4.000 petites et grandes solutions concernant la problématique de l'eau chez nous et ailleurs. Ces histoires positives de “héros de l'eau” ont été mises en évidence pour en faire une exposition itinérante chez nous et à l'étranger.”*

*Elke Lambrechts - Project manager GoodPlanet*



## 4. Objectifs stratégiques et opérationnels 2017-2021

### 4.1 Objectif stratégique 1

**GoodPlanet permet aux enfants et aux jeunes, via l'environnement scolaire, de poser eux-mêmes des choix éclairés, durables et de les traduire en action.**

Nous élargissons le cadre de référence des enfants et des jeunes en donnant une place centrale à l'éducation au développement durable via une approche systématique dans nos activités et projets. En partant d'une perspective globale (Unesco, EDO, SDG), nous découvrons avec tous les acteurs de l'enseignement (enseignants, direction, parents, comités de parents et réseaux d'enseignement) des nouvelles perspectives d'action pour un développement durable et nous consolidons leurs idées pré-existantes. En collaboration avec d'autres acteurs, nous contribuons au développement de la politique d'éducation au développement durable, via notre expérience sur le terrain.

**OS 1.1 GoodPlanet transmet des connaissances et des compétences pour que les enfants et les jeunes acquièrent de nouveaux points de vue et découvrent des perspectives pour agir durablement.**

Grâce à une transmission de connaissances et compétences, les enfants et les jeunes découvrent de nouvelles perspectives. Pour cela, nous employons différentes méthodes de travail, en gardant toujours certaines valeurs essentielles à l'esprit. Ces nouveaux points de vue offrent de nouvelles perspectives d'action. En découlent des choix conscients ou des changements de comportement. Nous sommes conscients que les plus jeunes enfants ne sont pas encore capables de prendre des décisions par eux-mêmes. Cependant, nous faisons en sorte qu'ils transmettent le message à leur tour, notamment auprès de leurs parents.

### Key Performance Indicators (KPI) :

- Chaque année, nous travaillons avec 25% des institutions scolaires autour des thèmes liés à l'éducation au développement durable.

- Entre 2017 et 2021, nous sommes actifs dans 60% des écoles belges.
- OS 1.2 GoodPlanet soutient les établissements scolaires pour ancrer les piliers du développement durable dans leurs trois rôles.**

L'école assume prioritairement un rôle pédagogique. La qualité de l'enseignement et des processus d'apprentissage occupe une place centrale. L'école est également un organisme, une sorte de 'petite entreprise'. Mais l'école a aussi un rôle sociétal plus large. Il s'agit en réalité d'une école de vie. Nous ne voulons pas uniquement que les écoles fassent de l'éducation à l'environnement, mais également qu'elles ancrent, transmettent et rendent visibles les piliers du développement durable. C'est pourquoi nous voulons créer un environnement scolaire durable qui contribue à atteindre nos objectifs stratégiques en collaboration avec notre groupe cible d'enfants et jeunes. En 2021, GoodPlanet investit dans des projets qui relient les différents acteurs du secteur scolaire entre eux et qui aboutissent à un impact concret au sein de la communauté scolaire.

### KPI :

- En 2017, nous disposons d'une base de données de contacts découlant de nos différents projets éducatifs.
- En 2018, nous rendons visible l'engagement de nos groupes cibles dans nos projets via un outil online (carte interactive), dans le but d'échanger les expériences vécues.
- De 2019 à 2021, nous nous concentrons sur l'échange et l'interaction avec les écoles dans notre réseau et les soutenons quand il s'agit de relier différents projets et thèmes.
- D'ici 2021, 10% des écoles s'inscrivent à plusieurs projets de GoodPlanet.

### **OS 1.3 GoodPlanet permet aux enfants et aux jeunes de participer au niveau politique.**

Via une participation 'bottom-up' et sur base de nos propres connaissances et expertise, nous participons à l'élaboration de politiques concernant nos thèmes, aussi bien au niveau local que communautaire, fédéral ou international.

#### **KPI :**

- Chaque année, nous mettons en place au moins un projet participatif avec des enfants et des jeunes.
- Le nombre de processus participatifs a pour but d'augmenter l'influence au niveau politique.
- Nous allons activement à la recherche de techniques participatives innovantes.

### **OS 1.4 En collaboration avec d'autres acteurs, nous agissons pour que davantage d'écoles aient des cours de récréation plus vertes, prêtent attention au bien-être de tous, aient une cantine saine pour l'homme et pour l'environnement ainsi qu'une bonne gestion des déchets.**

Entre aujourd'hui et 2021, nous voulons, en collaboration avec les écoles de notre réseau, nous investir en faveur de nos thèmes prioritaires, à savoir la nature, l'alimentation durable et les matières premières. Nous voulons atteindre cet objectif ambitieux en collaboration avec des partenaires.

#### **KPI :**

- D'ici 2021, nous 'verdurisons' la cour de récré d'au moins 100 écoles et donnons une place centrale au bien-être de l'enfant.
- D'ici 2021, au moins 100 écoles transmettent les principes d'une alimentation durable, entre autres, via l'offre de la cantine.
- D'ici 2021, en collaboration avec les intercommunales, nous allons à la recherche de solutions pour une meilleure gestion de déchets dans le cadre de la stratégie européenne de 3R, et ce avec, au minimum, 100 écoles.

## **4.2 Objectif stratégique 2**

### **GoodPlanet inspire et accompagne les travailleurs afin d'accélérer les transitions durables dans le monde du travail.**

Nous contruisons des partenariats durables avec des entreprises à la recherche de *shared values* en proposant, via leurs produits et services, une solution aux défis sociaux, éthiques et environnementaux et ayant un impact positif sur la société.

La collaboration a lieu à la demande des entreprises elles-mêmes. Dans le cadre de cette collaboration, notre expertise ne veut pas se concentrer sur la transition en soi. Les activités de notre programme 'Sustainable Solutions' pour l'environnement de travail et la communication créent et augmentent le soutien pour les politiques de RSE et propulsent le processus de transition au sein de l'entreprise. Pour pouvoir atteindre cette transition de façon fructueuse, il est d'une extrême importance que les travailleurs se sentent impliqués, soient correctement informés des changements à venir, y travaillent et y contribuent et, à terme, donnent une impulsion au sein même de leur équipe. Nous assistons les managers RSE avec de nombreux conseils et actions pendant ce processus de transition.

### **OS 2.1 Nous organisons des activités avec les employés pour étendre et approfondir le mouvement d'opinion en faveur des transitions durables dans les entreprises.**

D'ici 2021, nous organisons diverses activités en collaboration avec différentes entreprises, petites comme grandes : workshops et stands d'infos sur le lieu de travail, mais aussi teambuildings et expositions. Il nous semble toujours d'une importance cruciale de collaborer de façon optimale avec les travailleurs. Nous apportons le contenu et, ensemble, nous établissons le lien avec la gestion et analysons quelle activité utiliser et comment la mettre en place pour correspondre à leur fonctionnement de travail au quotidien.

#### **KPI :**

- D'ici 2021, le programme Sustainable Solutions touche chaque année 10.000 travailleurs.

### **OS 2.2 Nous entraînons et coachons des équipes d'employés à l'initiation et l'implémentation d'initiatives durables imposées par le gouvernement ou encouragées en interne.**

D'ici 2021, nous développons plusieurs projets ayant pour but d'oeuvrer ensemble pour un changement durable et concret. Les initiatives peuvent venir des travailleurs eux-mêmes, être imposées par le management ou par les autorités (comme dans le cas des règles de tri).

#### **KPI :**

- Nous avons pour objectif de collaborer à ce niveau chaque année avec 5 entreprises d'ici 2021.

### **OS 2.3 Nous conseillons les entreprises en vue de donner forme à leur politique de RSE sur base de notre expertise au niveau du contenu et de la méthodologie.**

En 2021, nous sommes connus et reconnus par davantage de managers RSE en raison de notre expertise et de nos partenariats existants fructueux. Nous transmettons nos expériences et nos méthodes aux managers RSE, afin qu'ils puissent traduire les décisions ou défis dans le cadre de la politique RSE auprès des travailleurs.

#### **KPI :**

- D'aujourd'hui à 2021, nous élargissons chaque année notre réseau de partenariats avec deux importantes entreprises.

## **4.3 Objectif stratégique 3**

### **GoodPlanet inspire et motive jeunes et moins jeunes dans leur cadre de vie et durant leur temps libre à coexister durablement les uns avec les autres et avec la nature.**

Nous connectons les gens entre eux et avec la nature également en-dehors des heures d'école et de travail. Nous faisons cela en nous efforçant de mettre en avant et d'accentuer la beauté de l'homme et de la nature. Par le biais d'images inspirantes, nous laissons entrevoir le besoin crucial d'une société durable. Nous insistons alors sur le fait que construire une société durable n'est pas nécessairement difficile. Que chaque geste durable, aussi simple soit-il, vaut quelque chose et que chacun peut y arriver. Un petit geste tout simple a un impact considérable si nous le faisons tous ensemble. C'est pourquoi GoodPlanet a mis en place un réseau de GoodFriends : des gens qui en inspirent d'autres (et s'inspirent aussi entre eux) pour une société durable, via des petits gestes simples pouvant avoir un impact important si nous les réalisons tous ensemble.

### **OS 3.1 Nous encourageons les gens à réfléchir à la nécessité et aux opportunités d'une coexistence durable par le biais d'images.**

D'ici à 2021, nous établissons un certain nombre de collaborations avec des partenaires, principalement dans le secteur culturel. Dans nos projets, la dimension artistique, qu'elle soit visuelle ou audiovisuelle, est essentielle. En donnant une voix à la nature et aux gens partout dans le monde via des projets filmés et photographiques, davantage de gens perçoivent l'importance et la nécessité du développement durable.

**KPI :**

- Chaque année, nous organisons au minimum un évènement cinématographique ou une exposition pour, au moins, 500 personnes.
- Nous diffusons chaque nouveau projet film ou photos de notre Président d'honneur, Yann Arthus-Bertrand, via des activités en Belgique.
- D'ici 2021, nous disposons également d'archives professionnelles photos et vidéos concernant nos différents thèmes.

**OS 3.2 Nous encourageons les gens à vivre de manière durable par le biais d'actions/activités/alternatives simples.**

D'ici à 2021, nous développons quelques grandes campagnes visant un large public via notre propre réseau et celui de nos partenaires (membres, clients, collaborateurs et familles...).

**KPI :**

- Chaque année, nous mettons sur pied au moins une campagne grand public.
- D'ici 2021, nous avons stimulé au moins 300.000 personnes à entreprendre des actions.

**OS 3.3 Nous connectons, nous activons et nous soutenons les personnes qui agissent pour une société durable.**

D'ici à 2021, nous réussissons à construire un réseau de GoodFriends qui tentent d'atteindre, avec nous, notre mission. Chacun ayant sa propre expertise, ses capacités et son réseau.

**KPI :**

- D'ici 2021, 15.000 personnes entrent en action et deviennent porte-paroles de notre message en s'inscrivant comme GoodFriend.
- D'ici 2021, nous disposons d'une offre durable attrayante pour les gens qui décident de s'engager en tant que GoodFriend.



*“Pour des projets éducatifs de GoodPlanet, je photographie notamment la problématique de l'eau à travers le monde. Nous avons, entre autres, travaillé ensemble à l'exposition Troubled Waters. Les images ont touché les visiteurs. On nous a souvent posé la question 'Comment puis-je moi-même apporter une partie de la solution?'. De là, est née l'idée d'une exposition qui mette en avant les solutions et idées des 'héros de l'eau' partout dans le monde. L'expo Water Awareness 2015 Solutions voyage toujours à travers le monde pour inspirer les gens.”*

*Dieter Telemans - photographe et ambassadeur GoodPlanet*

**4.4 Objectif stratégique 4****GoodPlanet est une organisation reconnue, chaleureuse et en bonne santé financière.**

Composée essentiellement de projets, notre organisation n'en a pas moins un positionnement clair et fort. Dans le passé, GoodPlanet a surtout mis ses projets en avant. Nous voulons qu'à l'avenir, nos groupes cibles et nos partenaires sachent qui nous sommes, qu'ils connaissent les valeurs que nous défendons et ce que nous faisons. Nous souhaitons lier les gens à notre organisation, de façon à ce que nous puissions atteindre nos objectifs ensemble. Nous visons d'être une organisation qui soit connue et reconnue grâce à un fort soutien des gens afin d'avoir plus d'impact, et ce dans des domaines différents.

C'est pourquoi nous investissons dans notre équipe. Nous voulons que chacun se sente concerné par l'organisation et nous voulons investir pour que GoodPlanet ne cesse d'apprendre grâce à l'échange de connaissances et de compétences. Il n'est en effet pas imaginable d'espérer un impact et un changement de comportement auprès du public cible si le 'porteur du message' ne se sent pas lui-même bien dans sa peau. A partir de notre valeur centrale qui nous unifie tous, nous voulons optimiser le bien-être des travailleurs, des bénévoles, des administrateurs et des membres.

En-dehors de cet accent mis sur le capital humain, nous sommes une organisation en bonne santé financière, autonome et indépendante. Nous continuons à nous battre pour plus de diversification de nos moyens financiers afin d'être aussi indépendant que possible à ce niveau. Nous faisons cependant toujours cela dans le respect de notre code éthique interne. Les bénéfices réalisés sont réinvestis dans les projets pour les

enfants et les jeunes. De cette façon, nous voulons être une organisation stable, qui, de ce fait, peut aussi vite réagir aux besoins sociétaux actuels.

**OS 4.1 Nous nous investissons pour l'engagement et le bien-être de tout le personnel, des bénévoles, des administrateurs, des membres et pour l'échange de connaissances, de méthodes et d'expériences.**

*Practice what you preach* : nous voulons également continuer à créer du lien entre les gens et à nous investir pour plus de participation en interne. D'ici 2021, l'échange entre collaborateurs, bénévoles, administrateurs et membres est encore plus ancré dans notre fonctionnement. Nous entendons l'échange au sens large : pas seulement d'un point de vue contenu, mais aussi au niveau des méthodes, des aspects financiers, de la communication, des compétences ICT, des talents,...

**KPI :**

- 95% des employés se sentent bien dans leur fonction.
- Nous organisons chaque année au moins 10 moments d'échanges entre collaborateurs et 2 moments rassemblant l'équipe au complet (collaborateurs, bénévoles, administrateurs, membres et ambassadeurs).
- Nous continuons à investir dans le bon fonctionnement du conseil RH et dans le développement des fonctions de talent managers, conseiller en prévention (service interne pour la prévention et la protection) et personnes de confiance.

**OS 4.2 Nous profitons des opportunités et cherchons des occasions pour faire connaître GoodPlanet en tant qu'organisation.**

D'aujourd'hui à 2021, nous accordons plus d'attention à la communication corporate. Via nos partenariats, nous allons à la recherche de possibilités de faire connaître notre organisation et notre message à un public aussi large que possible, et ce de façon proactive.

**KPI :**

- Chaque année, nous développons notre communication corporate par l'intermédiaire d'au minimum deux organisations ou entreprises partenaires.
- En 2021, 2 fois plus de Belges connaissent GoodPlanet (en comparaison avec les mesures prises fin 2015). 90% des gens qui nous connaissent ont une image positive de l'organisation GoodPlanet.

**OS 4.3 Nous développons un programme afin de récolter des revenus indépendants.**

D'ici à 2021, nous assurons les étapes nécessaires à la diversification de nos revenus et nous en voyons déjà les premiers résultats concrets.

**KPI :**

- D'ici 2021, le programme Sustainable Solutions rapporte chaque année 150.000 euros net.
- Entre 2017 et 2021, nous triplons le budget récolté par les dons et donations.
- D'ici 2021, notre fonds social passif a évolué de 800.000 euros, allant ainsi dans la direction d'une réserve financière saine, en fonction de notre personnel.
- D'ici 2021, nous récoltons chaque année 10% de notre budget annuel via des revenus indépendants.

## 5. Financement

La politique financière de GoodPlanet est déterminée par le conseil d'administration et préparée par le comité de direction. Nous avons donc opté pour un principe de "4 yeux" : comptable, contrôleur, trésorier et réviseur d'entreprises-commissaire (externe).

### Recettes 2016



### Dépenses 2016



### Dépenses et recettes

GoodPlanet consacre ses dépenses à l'exécution de son plan d'action. L'éducation au développement durable par le biais d'actions concrètes demande beaucoup de travail, ce qui explique qu'environ 75% de nos dépenses aillent aux salaires. Viennent ensuite les frais de projets et les frais de fonctionnement (environ 7%). Un pourcentage limité (2 à 4%) est consacré au développement de l'organisation.

Les recettes sont diverses. Subsides liés aux projets, appels d'offre et partenariats avec les entreprises représentent la plus grande source de nos revenus. Ensuite, viennent le sponsoring, les dons, les revenus propres (comme les animations payantes), les subsides structurels (LNE, VGC et Leefmilieu Brussel) et les subventions salariales (Maribel et Vlaamse Ondersteuningspremie). Les subsides structurels ne représentent, eux, que 7%.

Depuis 2001, GoodPlanet est reconnu par le SPF Finances pour allouer des attestations fiscales suite à la réception de dons.

Pour le financement des années à venir, nous avons élaboré une stratégie basée sur les piliers suivants : établir plus de partenariats avec les entreprises, réinvestir en tant que partenaire dans des projets européens, développer la 'venture philanthropie', mettre en place une politique de dons et de legs et travailler pour plus de collaboration avec les pouvoirs locaux.



Ensemble, faisons  
de cette planète une  
**GoodPlanet.**