



# GREEN FACTOR

Eco and entrepreneurial pathways to boost young people's factor of change

KA220-YOU-FE45FE92



## STIAMO LANCIANDO IL PRIMO RISULTATO DEL NOSTRO PROGETTO!

**Il progetto GREEN Factor mira a creare strumenti e opportunità per istruire e coinvolgere i giovani cittadini europei, allo scopo di sviluppare una nuova mentalità che possa generare comportamenti, scelte e idee più sostenibili, per esercitare un impatto sul breve e sul lungo periodo.**

La prima fase del progetto si è concretizzata nell'elaborazione del Percorso GREEN Factor per i cambiamenti comportamentali e la consapevolezza ecologica e delle sfide ambientali dei giovani europei, come previsto anche dal Green Deal europeo.

Il cambiamento comportamentale dei giovani cittadini europei rappresenterà per loro il punto di svolta, per diventare cittadini più consapevoli e potenziali imprenditori ben informati, grazie all'acquisizione di conoscenze pratiche sui comportamenti sostenibili nella loro vita quotidiana.



Co-funded by  
the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Il **PR1** comprende un **Catalogo di Buone Pratiche**, basato sulla raccolta di buone pratiche in Europa e nei paesi partner relative ai comportamenti più sostenibili a livello ambientale, con l'obiettivo di promuovere un cambiamento comportamentale tra i giovani cittadini. Per sviluppare il Catalogo, sono state condotte delle indagini per identificare le più rilevanti lacune comportamentali dei giovani nella loro vita quotidiana, in modo tale da poter ottenere un impatto efficace e a lungo termine (ad esempio, spreco di cibo, acquisti, cosmetici, riduzione del consumo di energia, smaltimento dei rifiuti, ecc.).

Potremo vedere le buone pratiche su:



Also related to...



Impact information

The impact of this type of communication on brand image is well known: according to the Denjean & Associés survey, for 67% of French people, a positive CSR policy improves their perception of a company that they do not like at first.



Focus on the benefits of sustainable initiatives and communicate them!

Additional link

La seconda parte del PR1 si concentra sulle Sfide Ambientali, analizzando le attuali tendenze dell'imprenditoria green e la sua diffusione in Europa, con un focus particolare riservato ai paesi partner. Il Report si basa su ricerche e interviste a focus group condotte a livello nazionale.

Country	Challenge	Resources
Czech Republic	<p><b>Consumption habits</b></p> <p>CHALLENGE: Increase the interest in green food (delivery and the origin of food products)</p> <p>PROBLEMS FOUND: According to the survey, the origin of packaging is the thought that led the most participants. Only 11% consider the origin and 4% the packaging as the second important factor.</p> <p>RESOURCES:                     <ul style="list-style-type: none"> <li>articles that present a list of organic food items: <a href="https://www.vlada.cz/cz/organic-energy-and-organic-products1">https://www.vlada.cz/cz/organic-energy-and-organic-products1</a></li> <li>Raise awareness about fast fashion and its environmental impact.</li> </ul> </p> <p>CHALLENGE: Raise awareness about fast fashion and its environmental impact.</p> <p>PROBLEMS FOUND: Most participants to the survey tend to purchase dresses and leggings (64%) when buying clothes, closely followed by the general (34%).</p> <p>RESOURCES: Some brands in Czech mainly focus on sustainable fashion: <a href="https://www.slovefashion.com/">https://www.slovefashion.com/</a></p>	
France	<p><b>Clean Transportation</b></p> <p>CHALLENGE: Increase the use of clean and existing urban paths in cities and countryside.</p> <p>PROBLEMS FOUND: According to the focus group discussion and other interviews with the general public in the city of Paris, the biggest challenge developed relates to organic waste. The optimal organic waste.</p> <p>RESOURCES: The following clean and public mobility plans were identified by the French government. The goal is to improve the accessibility of biking and roller skis (one of the economic energies of the country, combined with public transport lines for organic diversity: <a href="http://www.ecologie.gouv.fr/web-40-marche">http://www.ecologie.gouv.fr/web-40-marche</a></p>	
Italy	<p><b>Bottled Water Consumption</b></p> <p>CHALLENGE: Set up efficient campaigns to raise young people awareness of the issue. Make people confident about consuming water from the domestic water system. Improve the water systems in all the Italian cities to reach this practice could be universal in the country.</p> <p>PROBLEMS FOUND: Every day Italians use 30 million plastic bottles and 7 of glass, with the result that in a year 11.6 billion tonnes of plastic waste is generated. The quantity of tap water in Italy is among the best in Europe, yet 52% of households (Growth) prefer bottled water consumption.</p> <p>RESOURCES: <a href="http://www.altretrasmissioni.it/ricerca/acqua-it-italiani-secoli-11-milioni-contestano-di-quella-bottiglia">http://www.altretrasmissioni.it/ricerca/acqua-it-italiani-secoli-11-milioni-contestano-di-quella-bottiglia</a></p>	
Greece	<p><b>Air Protection</b></p> <p>CHALLENGE: Decrease air pollution.</p> <p>PROBLEMS FOUND: Air pollution is one of the biggest environmental problems, affecting human and animal health, the environment and tourism and businesses. More than 80% of air pollution in Greece is caused by the unnecessary use of cars, especially by the heavy commercial vehicles, the use of which has been considerably reduced in recent years, and most people use private cars.</p> <p>CHALLENGE: Reduce of energy consumption.</p> <p>PROBLEMS FOUND: The building sector, which is consisting of the residential and business sector, consumed 44% of the final energy in Greece in 2019. This is almost half of energy consumption in Greece comes from households and businesses.</p> <p>RESOURCES: <a href="https://www.epdgree.com/wp-content/uploads/2021/03/13forma_pannello_46-16204-020-120000-energia.pdf">https://www.epdgree.com/wp-content/uploads/2021/03/13forma_pannello_46-16204-020-120000-energia.pdf</a></p>	
España	<p><b>Clean Transportation</b></p> <p>CHALLENGE: Increase clean transportation use.</p> <p>PROBLEMS FOUND: Clean transportation modes are favoured by many or not comfort able.</p> <p><b>Energy</b></p> <p>CHALLENGE: Decrease energy consumption.</p> <p>PROBLEMS FOUND: Cost of electricity is increasing. Common efficiency energy practices are not generalized.</p> <p><b>Green Activism</b></p> <p>CHALLENGE: Increase awareness about the main problems that the society is facing.</p> <p>PROBLEMS FOUND: There is not much knowledge about green initiatives among young people in Spain. Young people tend to climate change the first reason. Only 10% of a young people engaged participate in some green actions. Lack of trust and information are the most mentioned reasons. According to the Youth in Spain report only 10% of young people take part in.</p> <p>RESOURCES: <a href="https://www.gobierno.es/medioambiente/temas/2021/03/13forma_pannello_46-16204-020-120000-energia.pdf">https://www.gobierno.es/medioambiente/temas/2021/03/13forma_pannello_46-16204-020-120000-energia.pdf</a></p>	

# IL MEETING DEL PROGETTO



Il **primo meeting transnazionale del progetto GREEN Factor** si è svolto a Parigi lo scorso novembre, riunendo partner provenienti da Italia, Spagna, Grecia, Repubblica Ceca e Francia. Il meeting è stato ospitato dal coordinatore eJuniors, presso la propria sede, situata nel 20° arrondissement della città.

Durante l'incontro, i partner hanno discusso sui principali risultati del progetto, sugli obiettivi futuri e sulle risorse che ciascuno di loro dovrà produrre.

Primo oggetto di discussione, la finalizzazione dei contenuti del percorso Green Factor (Green Factor Pathway), il primo risultato (PR1) del nostro progetto, guidato da KVELOCE R&D&I (Spagna).

## Video tutorial Green Factor (PR2)

Questa serie di video tutorial verrà sviluppata per conferire istruzioni pratiche e suggerimenti per influenzare la mentalità, lo stile di vita e le scelte quotidiane dei giovani cittadini. Il nostro principale obiettivo è quello di dimostrare ai giovani che loro possono essere parte attiva del cambiamento. Spolek Pelican, il nostro partner della Repubblica Ceca, coordinerà la realizzazione dei video, ma ognuno dei partner dovrà produrre dei video specifici per diversi temi, che sono: divulgazione e trasporto (eJuniors), gestione dei rifiuti (Pelican), risparmio idrico e abitudini di consumo (KVELOCE), iniziative green (Permacultura Cantabria), risparmio energetico (JO Consulting), imprenditoria green (IED).

## Corso Virtuale Gamificato (PR3) di Green Factor, che sarà composto da cinque moduli:

- Modulo 1 – Abilità da sviluppare per diventare un imprenditore, sviluppato da Pelican
- Modulo 2 – Come scrivere un business plan, sviluppato da eJuniors
- Modulo 3 – Marketing e Comunicazione, sviluppato da KVELOCE
- Modulo 4 – Pianificazione degli investimenti, sviluppato da IED
- Modulo 5 – Ideazione di un'idea progettuale, sviluppato da Permacultura Cantabria

Infine, durante il meeting, Permacultura Cantabria ha presentato il programma per il **training** dedicato a 12 giovani cittadini europei, che si terrà a Penagos (Spagna) dal 30 maggio al 6 giugno 2023.



**Seguici per scoprire tutti i risultati del progetto!**



Co-funded by  
the European Union

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione Europea. L'autore è il solo responsabile di questo sito web e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in esso contenute.