

# INNOVATION // DIGITAL // GREEN

Learning Expedition en Silicon Valley  
du 9 au 13 novembre 2010



***PRENEZ UNE LONGUEUR D'AVANCE  
AVEC LES LEADERS MONDIAUX DE L'INNOVATION,  
DES RÉSEAUX SOCIAUX  
ET DE L'ENTREPRISE DURABLE EN CALIFORNIE***

*CINQ JOURS POUR...*

- Accélérer la capacité d'innovation de votre organisation en comprenant pourquoi l'Innovation, le Digital et le Green sont les leviers de réussite des meilleures entreprises en Silicon Valley.
- Bénéficier d'informations qui enrichissent et décuplent l'impact de votre stratégie de sortie de crise.
- Identifier les pratiques les plus innovantes pour vous différencier.
- Construire une nouvelle vision de la réussite durable de votre entreprise.
- Vous ressourcer en profondeur et inspirer les dirigeants de votre entreprise à mettre en œuvre ces initiatives.

C'est au cœur d'une des crises économiques les plus intenses de leur histoire que les États-Unis et la Californie vivent un virage spectaculaire.

**C'est en Silicon Valley en particulier que la culture d'innovation à tous les niveaux, les réseaux sociaux et le développement durable intégré au business se rejoignent au service de la réussite des entreprises et de la survie de la planète.**

La Californie trouve depuis quelques années les clés pour faire du digital et de l'économie verte un nouvel Eldorado. Ces approches sont intégrées **dans le développement des meilleures entreprises de Silicon Valley** en offrant des opportunités d'économies, de rationalisation, de conception de produits et de services inédits, d'attraction et de fidélisation des meilleurs talents, de réinvention des *business models* et de création de marques durables. C'est une **stratégie remarquablement efficace de rebond face à la crise actuelle.**

L'innovation, les réseaux sociaux et la croissance verte se retrouvent dans les **notions de « community »**, de responsabilité sociétale et de **social commerce**. Communautés de clients et d'utilisateurs mais aussi communautés de citoyens, de fournisseurs et des différentes parties prenantes de l'entreprise. Les entreprises les plus en pointe gèrent ces communautés consciemment en y **apportant du lien, de la relation humaine, du sens** et une valeur ajoutée transcendant la poursuite du profit immédiat.

Ainsi, Google n'est pas seulement le leader de la recherche sur Internet et de l'innovation, c'est aussi une entreprise qui s'est engagée à investir des millions de dollars chaque année afin d'arriver dans quelques années à trouver une solution à l'équation « énergies renouvelables moins chères que le charbon ». Sa fondation, dotée de 1 milliard de dollars, vise à réduire significativement la pauvreté dans le monde.

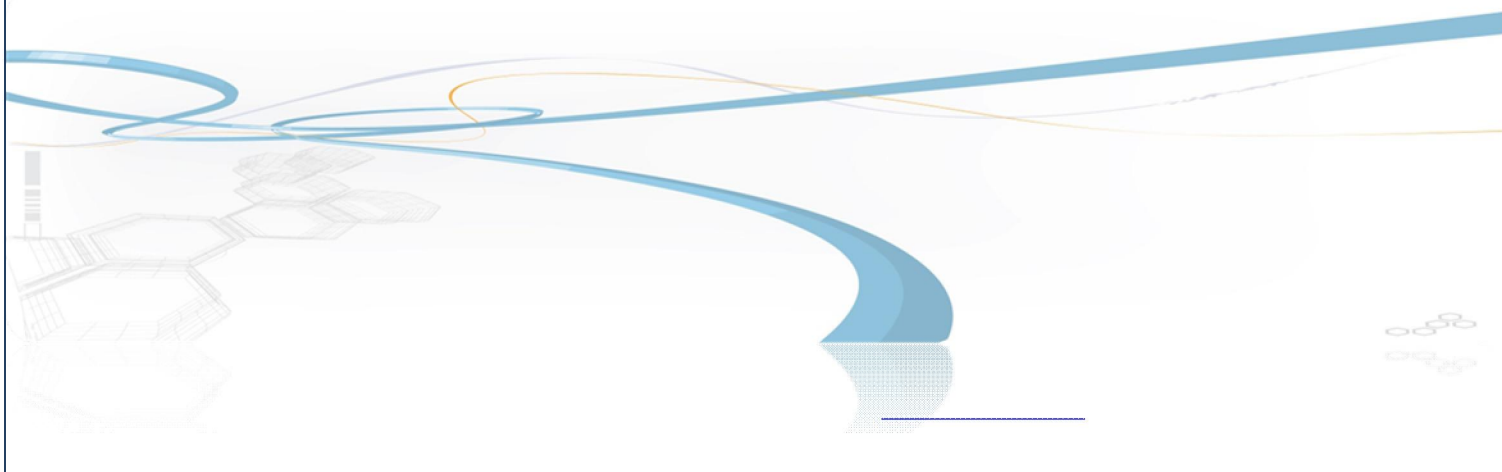
GAP a renouvelé son image et a trouvé un nouveau sens et de nouveaux clients à la suite de sa campagne des produits RED au service de populations défavorisées en Afrique.

**L'esprit pionnier de la Californie s'est réincarné** dans le management de communautés de clients et d'utilisateurs et la participation active à la résolution des problèmes sociétaux. Ce sont ces entreprises qui **réinventent aussi leur communication : numérique, responsable, à forte valeur ajoutée** de lien et de sens.

**Nous vous invitons à découvrir les méthodes d'innovation, de marketing, de communication et d'implication sociétale d'une génération d'entreprises et d'organisations qui préfigurent l'avenir aux États-Unis.**

## **CE SÉMINAIRE-EXPÉDITION EST POUR VOUS SI :**

- Votre rôle vous conduit à influencer l'avenir de votre entreprise ou organisation.
- Vous êtes déterminé à faire de la crise actuelle une opportunité majeure d'orientation de votre organisation sur la création de valeur, l'innovation et la performance durable.
- Vous voulez prendre une longueur d'avance.
- Vous voulez repositionner une activité ou une culture traditionnelle vers la croissance durable.
- Vous êtes en charge d'une organisation qui agit déjà dans la croissance durable et souhaitez démultiplier votre impact.
- Vous souhaitez être inspiré et vous ressourcer en profondeur pour mener votre entreprise à la réussite de sa prochaine étape.



## OBJECTIFS

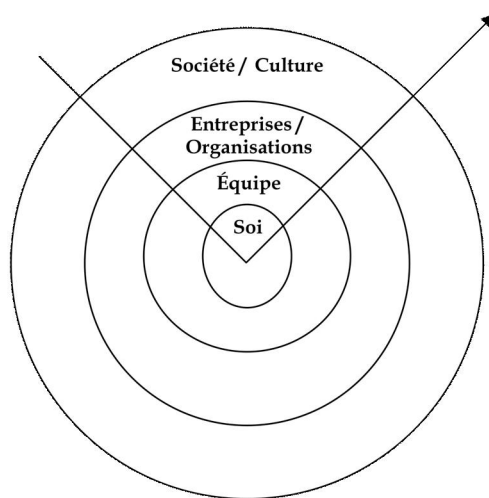
- Comprendre pourquoi aujourd'hui innovation, stratégie social media, entreprise responsable et profitabilité sont intimement liés.
- Rencontrer des entreprises et des organisations de réputation mondiale en matière d'intégration profitable de ces dimensions en Silicon Valley.
- Identifier les stratégies et les pratiques innovantes dans ces domaines qui apportent de la valeur à votre entreprise et à la société.
- Comprendre comment la notion de *Green Business* définit un nouveau contrat profitable entre l'entreprise, ses clients et toutes ses parties prenantes.
- Se familiariser avec les outils et les techniques les plus performants aujourd'hui pour intégrer l'innovation responsable et le digital dans le marketing et la communication à des communautés de clients et d'utilisateurs.
- Définir une vision, les conditions idéales et les défis propres à votre organisation en matière d'intégration performante de ces logiques.
- Bénéficier de l'accompagnement d'experts et de la stimulation de vos pairs dans la mise en œuvre d'initiatives spécifiques.

## THÈMES ABORDÉS

- Intégration de l'innovation, du digital et de la responsabilité sociétale dans la culture d'entreprise, les fonctions clés et les opérations au quotidien.
- Marketing viral et communautaire.
- Marketing du lien. *Social Commerce*.
- Réseaux sociaux. *Social games*.
- Impacts des innovations sur les mobiles.
- Innovation et Communication responsable.
- Communication dans la blogosphère.
- Création de l'engagement des collaborateurs à l'interne et du soutien des partenaires à l'externe dans les initiatives de développement durable.
- La nouvelle génération des leaders de l'entreprise responsable et de la communication numérique.
- Management des réseaux et des communautés de clients et d'utilisateurs.
- Collaborations avec les associations, les ONG et le secteur social.
- Création de valeurs par des alliances externes.

## APPROCHE : LES LEARNING EXPEDITIONS REALCHANGE®

- La méthodologie rigoureuse des *Learning Expeditions* RealChange a prouvé depuis 1996 son efficacité pour multiplier l'impact de vos initiatives de changement.
- Vous rencontrerez non seulement des leaders incontestés en termes d'innovation, de croissance verte et durable, mais **vous aurez aussi l'occasion de définir durant la *Learning Expedition* la vision, les conditions de réussite et les premières étapes** des changements que vous souhaitez mettre en place à la suite de cette expérience.
- Le processus de préparation du Séminaire-Expédition, son accompagnement et son suivi garantissent un retour sur investissement exceptionnel pour vous et pour votre entreprise.
- RealChange offre une approche dynamique et performante qui permet à des responsables d'entreprise ou à une équipe de direction d'accélérer la prise de conscience et l'appropriation des changements nécessaires dans leur environnement en leur donnant la confiance, les outils et la capacité de collaboration pour réussir la mise en œuvre de leur transformation.



*Un grand voyage à travers 4 dimensions d'expérience et de découverte : la culture, les entreprises, le groupe et soi-même au service de l'engagement personnel et collectif*

## PROGRAMME

Mardi 9 novembre	Mercredi 10 novembre	Jeudi 11 novembre	Vendredi 12 novembre	Samedi 13 novembre	Dimanche 14 novembre
Départ de Paris	Introduction	Débriefing	Débriefing	Débriefing	
Arrivée à San Francisco en début d'après-midi	<p>Clés de l'innovation en Californie</p> <p><b>DOMINIQUE PIOTET</b></p> <p><i>Grandes Entreprises face à l'innovation</i></p> <p><b>GOOGLE</b> ou <b>ADOBE</b> ou <b>GAP</b> ou <b>LEVI STRAUSS</b> ou <b>PG&amp;E</b> ou <b>SUNPOWER</b></p>	<p><u>Nouveaux Acteurs du Digital et du Green</u></p> <p><b>CARROTMOB</b> ou <b>PLACECAST</b> ou <b>SHOPPING.COM</b> ou <b>ZIMRIDE</b></p> <p><b>TESLA</b> ou <b>NEW RESOURCE BANK</b> ou <b>ZIPCAR</b> ou <b>1BOG</b></p>	<p><i>Pionniers des organisations de demain et de l'entreprise durable</i></p> <p><b>ORANGE LABS</b> ou <b>IFTF</b> ou <b>GIVE SOMETHING BACK</b> ou <b>KIVA</b> ou <b>RAINFOREST ACTION NETWORK</b> ou <b>GLOBAL EXCHANGE</b></p>	<p><b>VISION II</b></p> <p>Conditions de réussite et prochaines étapes</p> <p>Temps libre</p>	Arrivée à Paris
Découverte de la ville	<p><u>Leaders du Digital et du Green</u></p> <p><b>TWITTER</b> ou <b>AKQA</b> ou <b>YELP</b> ou <b>E-STORM</b></p> <p><b>VPVP</b> ou <b>SOLAZYME</b> ou <b>METHOD</b></p>	<p><u>Processus d'innovation</u></p> <p><b>IDEO</b> ou <b>Laboratoire d'innovation</b> ou <b>SAATCHI SUSTAINABILITY</b> ou <b>SINGULARITY UNIVERSITY</b></p>	<p><b>DELANCEY STREET FOUNDATION</b></p> <p><i>Vision stratégique</i></p> <p><b>VISION I</b></p>	Départ pour Paris	
Dîner	<p>Cocktail avec des dirigeants de Silicon Valley</p> <p>Soirée libre</p>	Soirée libre	Dîner de clôture		

## ORIENTATION DES VISITES ET RENCONTRES

**WHOLE FOODS MARKET** [wholefoods.com](http://wholefoods.com) : Le numéro 1 mondial de l'alimentation naturelle (bio et épicerie fine) qui a révolutionné les habitudes de consommation des américains. Whole Foods est de loin l'enseigne leader avec 180 magasins aux États-Unis et au Canada. Une entreprise qui a tout misé sur le développement durable depuis 1980 et qui en récolte des fruits exceptionnels. Visite d'un magasin. Une des cinq meilleures entreprises pour laquelle travailler aux États-Unis.

**TRADER JOES** [traderjoes.com](http://traderjoes.com) : Cette chaîne de 250 supermarchés alimentaires révolutionne le secteur de la distribution aux États-Unis par la qualité de ses produits, ses prix *hard discount* et sa culture d'entreprise. L'amabilité, la bonne humeur et le sens du service des salariés de Trader Joes sont légendaires.

**BEST BUY** [bestbuy.com](http://bestbuy.com) : Cette enseigne est la plus grande chaîne de magasins électroniques grand public aux USA. La société opère plus de 3 900 magasins à travers l'Amérique du Nord, l'Europe, la Chine, sous la marque Best Buy mais aussi « The Phone House ». En plus de vendre des produits, les magasins offrent des services d'installation et entretien, support technique et abonnements pour téléphones mobiles et services Internet. La superficie moyenne d'un magasin est de 4 000 mètres carrés. Le chiffre d'affaires provient à 75 % des USA, mais l'expansion internationale croît rapidement. Son chiffre d'affaires est de 49,7 milliards de dollars avec 180 000 employés.

**COSTCO** [costco.com](http://costco.com) : Cette centrale de vente en gros est la plus établie aux États-Unis avec plus de 530 magasins-entrepôts desservant plus de 27 millions de membres dans plusieurs pays. La superficie moyenne des COSTCO est de 12 900 mètres carrés. Afin de faire face à une concurrence de plus en plus forte provenant de magasins *discounts*, COSTCO comprend désormais des rayons d'aliments frais et offre de nouveaux services tels que des stations-services essence, la vente d'automobiles, des agences de voyage, du développement de photos et des départements d'optique.

**DOMINIQUE PIOTET** [rebellionlab.com](http://rebellionlab.com) : ancien PDG de l'Atelier BNP Paribas à San Francisco, la cellule de veille et d'innovation de groupe bancaire, Dominique Piotet est l'un des experts les plus reconnus du Web, du Retail 2.0. et des stratégies numériques. Il éduque et démystifie avec brio sur les tendances du web, des réseaux sociaux et sur l'innovation numérique. Il est l'auteur

avec Francis Pisani de « Comment le Web change le monde : l'alchimie des multitudes »

**GOOGLE** [google.com](http://google.com) : Une culture d'innovation hors du commun dont l'un des principes est « don't be evil ». Une relation proche avec les clients, les collaborateurs et la collectivité. Une fondation dotée d'un milliard de dollars pour servir la société. La volonté d'être une entreprise différente. Un nouveau siège social, modèle mondial de gestion écologique et d'intégration dans la collectivité. La meilleure entreprise pour laquelle travailler aux États-Unis suivant le classement 2007 de Fortune.

**ADOBE** [adobe.com](http://adobe.com) : Une entreprise qui représente le meilleur de la Silicon Valley en termes d'intégration réelle de la croissance verte dans les pratiques vis-à-vis des clients, de l'environnement et des partenaires et dans le quotidien des collaborateurs. Un temps minimum d'implication de chaque salarié dans la collectivité chaque année. ADOBE est aussi l'une des entreprises de la Silicon Valley qui a le plus investi sur ses bâtiments « verts ». Les bâtiments d'ADOBE ont un retour sur investissement de 121 %. Une modification d'un logiciel gérant l'évacuation de l'air d'un bâtiment a coûté 100 \$ et génère 66 000 \$ d'économies chaque année.

**eBAY** [ebay.com](http://ebay.com) : La création d'un nouveau concept de vente fondé sur l'écoute profonde du client, des prix bas et la création d'une communauté de partenaires à tous les niveaux. Une fondation dédiée à servir les intérêts des plus défavorisés par le développement de micro-entreprises.

**GAP** [gap.com](http://gap.com) : une entreprise mondiale reconnue pour son leadership en matière de conditions de travail, d'impact environnemental, de soutien à la collectivité et de développement des collaborateurs. L'entreprise a transformé son siège social et ses bâtiments pour en faire des modèles de gestion environnementale (matériaux et bureaux recyclés, jardins sur les toits, utilisation de bois certifié). C'est aussi l'entreprise qui encourage ses salariés à prendre cinq heures payées par mois à être volontaires dans la collectivité et qui, avec Bono, a lancé la campagne mondiale RED qui permet aux populations les plus défavorisées de la planète de bénéficier de l'activité de l'entreprise.

**LEVI STRAUSS** [levistrauss.com](http://levistrauss.com) : Les valeurs de l'entreprise (empathie, originalité, intégrité et courage) sont à la base de la politique d'innovation et d'implication de Levi Strauss dans la société et l'environnement. Le code de conduite, défini dès 1991, fixe les conditions de travail dans les usines gérées par des fabricants

externes. Une entreprise pionnière sur l'innovation responsable.

**PACIFIC GAS & ELECTRIC** [pge.com](http://pge.com) : Cette entreprise du secteur énergétique de 20 000 salariés fournit du gaz naturel et de l'électricité à 15 millions de clients en Californie. PG&E s'est engagée avec succès sur une stratégie de différenciation et d'innovation par le développement durable. Une stratégie marketing et une communication qui visent au développement et à la fidélisation d'une communauté de clients à la recherche d'économies et de participation responsable à la résolution des défis énergétiques et environnementaux de la Californie. Une entreprise leader aux États-Unis dans le domaine de la transformation du secteur énergétique.

**SUNPOWER** [sunpowercorp.com](http://sunpowercorp.com) : Ce leader mondial de l'énergie solaire offre depuis 20 ans des performances exceptionnelles pour les applications de type résidentiel et commercial et pour les fournisseurs d'énergie. Le haut rendement des cellules et des panneaux solaires ainsi que des systèmes SunPower assurent une production d'énergie par unité de surface considérablement supérieure aux solutions concurrentes. SunPower garantit à ses clients une rentabilité supérieure et des émissions de CO<sup>2</sup> moindres. C'est une des entreprises cotées en bourses les plus au cœur de la nouvelle économie verte.

**TWITTER** [twitter.com](http://twitter.com) : Le géant des réseaux sociaux et du micro-blogging est aujourd'hui le grand phénomène de société de la Silicon Valley. Au cœur de cette jeune entreprise, une idée simple : partager avec ses amis et les informer en temps réel depuis son ordinateur ou son téléphone portable. Avec 3 millions de comptes et 5 millions de visiteurs à la fin de 2008, le site est également un puissant instrument d'information et de communication (toutes les grandes sociétés américaines ont créé des comptes et communiquent ainsi chaque jour avec leurs millions de clients).

**YELP** [yelp.com](http://yelp.com) : YELP fait partie des 100 sites Internet les plus populaires aux États-Unis avec 25 millions d'utilisateurs. Le site est un site de « social commerce » qui donne accès à des évaluations d'entreprises par leurs utilisateurs et à des recommandations d'enseignes ou de restaurants à fréquenter.

**e-STORM** [e-storm.com](http://e-storm.com) : Basée à San Francisco avec des bureaux en Asie et en Europe, e-STORM international est une agence de conseil en stratégie et marketing Web. Ses services incluent analyses de concurrence, SEM (*Search Engine Marketing*), SMM

(*Social Media Marketing*), campagnes publicitaires et formation au niveau international.

**VANTAGE POINT VENTURE PARTNERS (VPVP)** [vpvp.com](http://vpvp.com) : Une des plus importantes sociétés de capital-risque au monde avec un portefeuille d'investissements de 4 milliards de dollars. Vantage Point est spécialisée en particulier dans les *Clean Technologies* et compte parmi ses associés de véritables pionniers du développement durable, dont William McDonough, l'architecte écologique de génie. Une perspective exceptionnelle sur le secteur des *CleanTech*.

**CARROTMOB** [carrotmob.org](http://carrotmob.org) : Carrotmob est un réseau de consommateurs qui achètent des produits afin de récompenser les entreprises qui prennent les décisions les plus socialement responsables. Carrotmob est une méthode d'activisme qui accroît le pouvoir du consommateur pour faire les pratiques des affaires les plus socialement responsables et aussi les choix les plus rentables. Les entreprises se concurrencent entre elles pour voir qui peut faire le plus grand bien et puis une foule de grands consommateurs achètent des produits en vue de récompenser n'importe quelle entreprise qui a fait l'engagement le plus fort pour améliorer le monde. C'est l'opposé d'un boycott.

**PLACECAST (1020 Inc.)** [placecast.net](http://placecast.net) : Créée par l'entrepreneuse Anne Bezancon, 1020 Placecast™ propose une solution de marketing et publicité en ligne pour téléphone mobile qui utilise la technologie de géo-localisation. Placecast connecte les marques et les commerces aux consommateurs sur le lieu ou près du lieu d'achat, à partir d'une publicité contextuelle envoyée par texto. L'un des services en mobiles : ShopAlerts a reçu le prix *National Retail Federation Gold Racie Award* cette année. La société 1020 Inc. est le développeur de Placecast™. Elle délivre des audiences à partir d'information de localisation par le Web, le mobile et le Wi-Fi. Ses partenaires principaux sont : NAVTEQ, Alcatel-Lucent et Eventful ; les applications en marketing incluent les sociétés FedEx Office, Avis et Budget Rental Cars, Hyatt Hotels, American Eagle Outfitters et The North Face. Cette nouvelle technologie permet des ciblage d'audience inégalables pour les annonceurs. Très prometteuse!

**1BOG** [1bog.org](http://1bog.org) : L'association/entreprise qui fait beaucoup de bruit en valorisant les réseaux sociaux pour faire passer des quartiers entiers au solaire. Le système crée des communautés de citoyens et négocie des économies majeures sur l'installation de systèmes solaires par des entreprises triées sur le volet. 1BOG apporte une solution efficace aux trois problèmes du

coût, de la complexité technique et de l'identification des meilleurs installateurs.

**METHOD** [methodhome.com](http://methodhome.com) : Method est la 7<sup>e</sup> entreprise américaine à la croissance la plus rapide selon le classement de Inc. Magazine. Method fabrique et distribue des produits de nettoyage pour la maison écologiques et durables. Method fait concurrence avec succès aux géants de l'industrie et a permis de rendre ces produits accessibles au plus grand nombre. L'entreprise est reconnue pour ses innovations de produits et le modèle qu'elle essaie d'être en tant qu'entreprise durable. Method est aujourd'hui neutre en émissions de carbone. Son cofondateur et PDG, Adam Lowry, a été nommé citoyen mondial par Vanity Fair et a été également nommé homme de l'année par la société de protection des animaux (PETA).

**TESLA MOTORS** [teslamotors.com](http://teslamotors.com) : L'entreprise de Silicon Valley qui a mis sur le marché la première voiture 100 % électrique à haute performance. En concurrence directe avec Porsche, la Tesla passe de 0 à 100 km en 4 secondes, a une autonomie de 400 km et ne consomme qu'un demi-centime d'euros en énergie par kilomètre. À un prix de 100 000 \$, le modèle 2008 ne s'obtient que par liste d'attente. Un incontestable succès technologique et auprès du consommateur.

**NEW RESOURCE BANK** [newresourcebank.com](http://newresourcebank.com) : NRB est la toute nouvelle banque à San Francisco fondée par un groupe exceptionnel d'entrepreneurs, de banquiers et de leaders de la région avec la volonté de construire une banque gérée « par les citoyens et pour les citoyens de la communauté ». La banque a pour objectif d'être un acteur majeur du développement durable de la région. Les fondateurs, les membres du conseil d'administration et les clients de NRB ont déjà été associés au passage de la législation californienne sur la réduction des gaz à effet de serre, au financement de bâtiments écologiques ou au lancement de nouveaux fonds d'investissement *CleanTech*.

**IDEO** [ideo.com](http://ideo.com) : L'entreprise de conseils, leader sur le processus d'innovation, qui utilise les principes de design pour créer des changements de stratégie fondés sur l'expérience du client, compte parmi ses succès la souris d'Apple, le Palm et TiVo.

**LABORATOIRE D'INNOVATION** : Une expérience unique qui vous fera vivre directement certaines méthodes d'innovation utilisées par les entreprises rencontrées.

**SAATCHI SUSTAINABILITY** [actnowproductions.com](http://actnowproductions.com) : SAATCHI S (anciennement ACT NOW) est l'agence

maintenant célèbre qui a été engagée par Wal-Mart pour concevoir et mettre en œuvre le programme pour faire de Wal-Mart un leader mondial incontesté du développement durable. ACT NOW a lancé en 2006 un programme engageant l'ensemble des 1,3 million de salariés de Wal-Mart sur un projet personnel de développement durable (Personal Sustainability Plan). SAATCHI S conseille aussi Wal-Mart sur la sélection de produits « verts » et sur la redéfinition de sa chaîne d'approvisionnement en partenariat avec les fournisseurs.

**ORANGE LABS** [orange.com](http://orange.com) : Un des centres majeurs d'innovation de France Telecom se situe à San Francisco en Californie, l'un des épicycles de l'innovation américaine, tant au niveau universitaire que des entreprises. Le laboratoire se compose d'une équipe multidisciplinaire et multinationale d'environ 70 ingénieurs et scientifiques, notamment de développeurs, d'architectes réseau et logiciel, de chercheurs, de sociologues et de spécialistes du marketing. La mission de ce laboratoire est d'anticiper, de développer, d'explorer et de rechercher de nouvelles technologies et de nouveaux modèles économiques dans l'environnement économique de la Silicon Valley. Ce laboratoire travaille en étroite collaboration avec l'écosystème américain local et bénéficie des ressources mondiales du groupe en matière de R&D.

**INSTITUTE FOR THE FUTURE** [www.iff.org](http://www.iff.org) : Créé en 1968 par un groupe d'anciens chercheurs de la Rand Corporation, l'IFF est aujourd'hui l'un des centres de recherches les plus leaders et les plus innovants en matière de prédiction et de perception des grandes tendances technologiques, sociologiques et environnementales du futur. Ses rapports, cartes et même son blog, sont aujourd'hui des lectures obligées des futurologues du monde entier. L'IFF a lancé en 2008 un grand jeu interactif (Superstruct Game) sur le Web appelant tous et toutes à partager leurs solutions pour régler les grandes menaces de demain : supervirus, fin de l'État-nation et dégradation de l'environnement. Le succès est mondial et a préfiguré l'arrivée des *social games* qui sont aujourd'hui une des tendances fortes du digital.

**GIVE SOMETHING BACK** [givesomethingback.com](http://givesomethingback.com) : Cette entreprise de distribution de matériel de bureau donne plus de 50 % de ses profits après impôts à des organisations soutenant la communauté (68 fois plus que la moyenne américaine). Avec 13 000 clients et 3 millions de dollars de donations en 2008, la société est un exemple éloquent du mariage du cœur et des affaires.

**KIVA.ORG** [kiva.org](http://kiva.org) : L'organisation pionnière des prêts individuels aux petits artisans des pays en développement. KIVA a révolutionné l'approche du prêt et offre un système qui permet aux prêteurs de récupérer leurs fonds en moins de 12 mois. Les prêteurs développent une relation de proximité avec les personnes qui bénéficient du prêt.

**RAINFOREST ACTION NETWORK** [ran.org](http://ran.org) : RAN a été surnommée « les agitateurs écologiques les plus efficaces du secteur » par le Wall Street Journal. L'organisation a pour mission de pousser les entreprises à équilibrer le profit et les principes éthiques au service de la construction d'un monde durable en une génération. Une association qui inspire par son professionnalisme confronte Burger King, Home Depot, Boise Cascade ou JP Morgan, et conseille Goldman Sachs et Ford.

**SOLAR RICHMOND** [solarrichmond.org/](http://solarrichmond.org/) : Cette organisation pionnière forme les jeunes sans emploi de Richmond, l'une des villes américaines avec le plus fort taux de criminalité et de chômage, aux métiers d'installateurs de panneaux solaires, les transformant en « col verts ». Ils sont ensuite embauchés par des entreprises locales. Pour réussir, l'économie verte doit en effet donner sa place à tous et en particulier créer des emplois qui permettent une carrière et un niveau de vie suffisant à des personnes de tous secteurs de la société.

**ZIMRIDE** [zimride.com](http://zimride.com) : L'entreprise leader en Amérique du Nord dans le partage de véhicules mettant à profit la puissance des réseaux sociaux. Une révolution sur les campus américains. Trois cent mille personnes utilisent actuellement Zimride.

**GLOBAL EXCHANGE** [globalexchange.org](http://globalexchange.org) : Non pas *free trade* mais *fair trade*! Global Exchange est l'association de défense des droits de l'homme au service des artisans et petites entreprises des pays en développement. Sa force de lobbying auprès d'entreprises comme Starbucks et Nike est réelle. Global Exchange organise des « reality tours » pour rencontrer des citoyens en Irak, à Cuba, en Afghanistan ou au Nigeria. Un exemple remarquable d'intégration de la logique du développement durable.

**DELANCEY STREET FOUNDATION** [delanceystreetfoundation.org](http://delanceystreetfoundation.org) : La dimension humaine de l'innovation et de la réinvention personnelle. Une organisation à but non lucratif totalement autonome qui génère 6 millions USD de chiffre d'affaires par an et dont la mission est d'accueillir des délinquants ou des personnes qui « ont touché le fond », en les formant à

des métiers différents. Cette organisation mondialement reconnue permet d'insérer les bénéficiaires dans le cadre d'entreprises-écoles. Une approche totalement originale pour faire face aux problèmes de la marginalisation, de la réinsertion et de la valorisation des ressources humaines dans le cadre d'une société qui n'abandonne pas les personnes. Une rencontre qui coupe le souffle.

**HI5** ([hi5.com](http://hi5.com)) : Réseau social très populaire dans la communauté latino des États-Unis, ainsi qu'en Amérique latine.

**HEYZAP** ([heyzap.com](http://heyzap.com)) : Le « YouTube » pour les jeux de réseaux sociaux : permet aux sites web d'insérer dans leurs pages des « casual games » comme ils peuvent insérer des vidéos de YouTube. Très intéressant car le marché des « casual games » est en plein essor.

**COGENRA** ([cogenra.com](http://cogenra.com)) : Financée par la célèbre société de capital-risque Khosla Ventures, la société fabrique des systèmes de génération d'électricité solaires « mixtes » photovoltaïques/thermaux

**ECOFACOR** ([ecofactor.com](http://ecofactor.com)) : Gagnant du concours « Cleantech Open » pour 2009 : systèmes de gestion de la consommation d'électricité pour l'air conditionné et le chauffage. Permet de réduire sa consommation très rapidement.

**SPRIDE** ([spride.com](http://spride.com)) : Système de location de voiture de particuliers à particuliers. Beaucoup d'ambitions internationales (notamment en Inde).

**VISIONS I et II, CONDITIONS DE RÉUSSITE ET PROCHAINES ÉTAPES.** Ces sessions de synthèse interactive à forte valeur ajoutée permettront au groupe d'arriver à une vision partagée des apprentissages essentiels de la *learning expedition*. Elles permettront aussi à chaque participant de bénéficier des perspectives diverses présentes au sein du groupe et prendront aussi en compte les conditions d'adaptation culturelles optimales. Chaque participant pourra clarifier sa vision personnelle et définir son plan d'action pour le retour en termes de communication ou d'initiation de projet spécifique.

**Le programme final sera déterminé en fonction du profil des participants et de la disponibilité spécifique des entreprises locales au moment du Séminaire-Expédition.**

## TÉMOIGNAGES

---



*« Au-delà de ces résultats opérationnels, ce séminaire fut également un moment intense, hors du temps, où nous avons réussi à laisser respirer notre imagination, à nous écouter les uns les autres et à nous nourrir de l'énergie de la Silicon Valley. »*

**Pierre-Olivier Brial, Membre du Directoire, Directeur Exécutif Manutan International**



*« Une grande richesse pour la tête, le cœur et les tripes. J'ai vécu intensément ce séminaire qui m'a permis de faire le point, d'intégrer de nouveaux concepts et de prendre conscience du changement que je dois opérer... »*

**Jacques Rocher, Président Fondation Yves Rocher, Groupe YVES ROCHER**



*« Grâce à votre connaissance de la sociologie californienne et vos excellents réseaux, nous avons pu beaucoup avancer dans la compréhension des comportements des « bioneers » et pouvons ainsi mieux appréhender le futur. Nous sommes en train de décortiquer notre voyage et nous rendons compte de sa richesse. »*

**François Lemarchand, Président de Nature et Découvertes**



*« Malgré nos emplois du temps surchargés, quatre jours de voyage d'études que l'on n'a pas le droit de regretter car on en revient avec plein de bonnes idées à mettre en pratique dans son entreprise pour un développement durable concret. La Californie, une région où l'on retrouve aussi pour le développement durable le même engouement que dix ans auparavant pour les NTIC et l'Internet. Cette intensive expédition californienne, pour celui ou celle qui y participe, est, au final, assurément moins un coût qu'un investissement. Cerise sur le gâteau : si l'ambiance est studieuse, elle n'en est pas moins très conviviale, ce qui ne gâte rien. »*

**Patrick Widloecher, Conseiller du Président, Groupe La Poste**



*« Remarquablement organisé, ce séminaire permet une efficace sensibilisation à l'avance prise par la région de San Francisco pour intégrer la dimension environnementale dans l'économie. Le green business n'est pas seulement là-bas une démarche solidaire ou philanthropique mais c'est d'abord l'exploitation d'un gisement de création de valeur: green gets gold ! »*

**Jean Favarel, Directeur Développement Durable, BNP Paribas**

Parmi les références de RealChange: Renault, Accor, Danone, Veolia, Johnson & Johnson, Manutan International, GrDF, Generali, MACSF. Norauto, Total, France Telecom, Alstom, Salomon, APEC. Camaieu, Carrefour, Gruau Constructeur, Bayer, Fondation Gates, EDF.

RealChange au journal de 20h de TF1:

<http://www.realchange.com/fr-ca/fichenouvelle.aspx?infoid=298&catid=11>

Un court aperçu vidéo d'une expédition RealChange en Californie :

<http://www.realchange.com/fr-ca/video.aspx?catid=12>

## TARIF

---

5500 Euros (tarif normal 6900 Euros) par participant.

L'implication de plusieurs participants de votre entreprise dans cette expédition aura un impact considérable dans la mise en œuvre réussie d'initiatives de changement positif au retour.

Les prestations de RealChange réalisées en Amérique du Nord ne sont pas assujetties à la TVA.

Effectif minimum : 12 participants

Effectif maximum : 25 participants

**Date limite d'inscription : 17 septembre.**

## MODALITES PRATIQUES

---

**La langue de la *Learning Expedition* est le français.** La traduction sera assurée durant les visites d'entreprises.

N'oubliez pas de vous assurer au plus tôt de l'obtention d'un visa si la date d'émission de votre passeport le nécessite.

Notre tarif correspond à une prestation globale personnalisée de haute qualité comprenant la préparation, la coordination, l'accompagnement, l'animation et le suivi du Séminaire-Expédition ainsi que les prestations logistiques sur place.

### **Prestations comprises :**

- Préparation et organisation du séminaire, préparation de l'ensemble des visites d'entreprises et expériences, coordination logistique avec l'agence de voyage.
- Prestations de consultants et d'intervenants extérieurs.
- Manuels d'accompagnement du séminaire.
- Animation du séminaire.
- Logement en chambre individuelle du mardi au samedi. Petits déjeuners américains (ou continentaux par exception).
- Tous les repas et boissons, sauf deux dîners libres durant le séminaire.
- Port des bagages aux aéroports et hôtels.
- Transferts aéroports-hôtels.

- Salles de réunion.
- Disposition d'un autocar ou transports terrestres équivalents.
- Préparation en ligne du séminaire.
- Session de suivi du séminaire en ligne.

### **Prestations non comprises :**

- **Vol aérien transatlantique**
- Dépenses strictement personnelles
- Deux dîners et soirées libres
- Assurances appropriées (voyage, responsabilité civile) à contracter par vos soins.

Réservez votre billet d'avion et assurez-vous au plus tôt de l'obtention du visa si la date d'émission de votre passeport le nécessite.

L'effectif des participants étant limité, nous vous invitons à vous inscrire dès maintenant, en nous renvoyant le bulletin de la page suivante.

# LEARNING EXPEDITION EN CALIFORNIE

## BULLETIN D'INSCRIPTION

Je souhaite m'inscrire à la *Learning Expedition* RealChange :

**INNOVATION FOR PEOPLE AND PLANET**  
du 9 au 13 novembre 2010, Silicon Valley, Californie

Nom	Prénom	Fonction
Entreprise		
Ville	Pays	
Téléphone	Télécopieur	Courriel
Adresse de facturation		
Responsable de la facturation		

**Tarif : 5 500 Euros**

**Date limite d'inscription 17 septembre 2010**

Les prestations de RealChange réalisées en Amérique du Nord ne sont pas assujetties à la TVA.

Confirmation : Je confirme que :

- J'ai lu et accepté les conditions d'annulation en bas de cette page.
- Je suis habilité à signer ce document au nom de mon entreprise, indiquée ci-dessus.

J'ai été informé de ce séminaire par : (merci de cocher la case correspondante)

REALCHANGE  ETHICITY  ECOSYS GROUP  MFQM  WEB  AUTRE

Signature et cachet

Date

**À retourner par e-mail, fax ou courrier à :**  
Christian Forthomme  
RealChange 10096 Soquel Drive, Suite 10 Aptos, CA 95003 USA  
FAX + 1 831 685-1918 Tel : + 1 831 662-9400  
Email : [rcn@realchange.com](mailto:rcn@realchange.com)

**Dès réception de ce formulaire, nous vous transmettrons un contrat et une facture correspondant aux frais d'inscription de la Learning Expedition.**

Conditions d'annulation.

Pour une annulation avant le départ, les frais d'annulation par personne sont les suivants :

- § Pour toute annulation entre le 18 septembre et le 15 octobre, les frais seront de 50 % du total de l'inscription individuelle.
- § Pour toute annulation après le 15 octobre, les frais seront de 75 % du montant de total de l'inscription individuelle.
- § Toute annulation doit être communiquée par écrit. Le participant pourra, le cas échéant, se faire remplacer par une autre personne appartenant à son entreprise.

Attention : En raison de l'effectif limité à 25 participants, votre inscription ne sera considérée définitive qu'à la réception du règlement de la *Learning Expedition*.