

« GREEN IS GREEN... »

Innovation, Croissance Verte, Vision Stratégique

Séminaire-Expédition en Silicon Valley, 27 au 31 octobre 2009



*PRENEZ UNE LONGUEUR D'AVANCE
AVEC LES LEADERS MONDIAUX DE L'INNOVATION,
DU GREEN BUSINESS ET DE L'ENTREPRISE DURABLE EN CALIFORNIE
CINQ JOURS POUR...*

- Accélérer la capacité d'innovation de votre organisation en comprenant pourquoi l'innovation verte et le Green Business sont intégrés dans le développement 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 une stratégie de différenciation par la croissance verte (marketing, communication, opérations)
- Construire une nouvelle vision stratégique de la réussite durable de votre entreprise.
- Obtenir l'alignement des dirigeants de votre entreprise sur les initiatives à mettre en œuvre.



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.

Barack Obama a fait de l'innovation et de la croissance verte deux moteurs essentiels de la réussite de son mandat. À tous les niveaux de la société, un souffle nouveau galvanise les énergies.

Green is Green : c'est en Silicon Valley en particulier que le vert du développement durable et le vert du dollar américain se rejoignent au service de la survie de la planète et de la réussite des entreprises. La Californie trouve depuis quelques années les clés pour faire de l'économie verte et de l'entreprise responsable un nouvel Eldorado.

L'économie verte Californienne a déjà créé 1,5 million d'emplois entre 1977 et 2007. Avec le plan de relance de Barack Obama de (787 milliards de dollars dont 75 à 110 milliards consacrés au climat et à l'énergie) la Californie est à nouveau fer de lance de l'innovation américaine.

L'innovation et la croissance verte ne concernent pas seulement les secteurs de l'énergie, des transports, de l'eau, du bâtiment ou des réseaux intelligents. Elles **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 et la croissance verte se retrouvent aussi dans la **notion de « community »** et de responsabilité sociétale. Communauté de clients et d'utilisateurs mais aussi réseaux sociaux et communauté 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.

Une nouvelle architecture se dessine... un nouveau type d'entreprise à la fois plus performante, plus connectée à son environnement et plus attirante pour les meilleurs talents.

Même si certaines entreprises Européennes ont été pionnières sur le développement durable et ne manquent pas de talents dans ce domaine, elles bénéficient de **l'effet d'accélération incontestable des pratiques business d'innovation, de marketing et de communication** mises en œuvre aujourd'hui par les meilleures entreprises californiennes pour devenir leaders de la croissance verte.

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 Etats-Unis.

CE SÉMINAIRE-EXPÉDITION EST POUR VOUS SI :

- Votre rôle vous conduit à influencer l'avenir de votre entreprise.
- Vous êtes déterminé à faire de la crise actuelle une opportunité majeure d'orientation de votre entreprise 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 verte 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, entreprise responsable et profitabilité sont intimement liés.
- Explorer ce qu'innovation et croissance vertes signifient pour votre entreprise.
- Rencontrer des entreprises et des organisations de réputation mondiale en matière d'intégration profitable et de croissance verte 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 dans le marketing et la communication à des communautés de clients et d'utilisateurs.
- Identifier des opportunités conjointes de croissance et de développement durable pour votre organisation.
- Définir une vision, les conditions idéales et les défis propres à votre organisation en matière d'intégration performante des logiques d'innovation par la croissance verte.
- 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 la responsabilité sociétale et de la croissance verte dans la culture d'entreprise, les fonctions clés et les opérations au quotidien.
- Marketing viral et communautaire.
- Marketing du lien.
- 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.
- Évolution des besoins sociétaux comme opportunités d'innovation et de croissance.
- 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.
- Emplois verts.
- Collaborations avec les associations, les ONG et le secteur social.
- Création de valeurs par des alliances externes.

APPROCHE : LES SEMINAIRES-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 le séminaire-expédition 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 une équipe de direction ou à un groupe de managers 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.

PROGRAMME

| Mardi 27 octobre | Mercredi 28 octobre | Jeudi 29 octobre | Vendredi 30 octobre | Samedi 31 octobre | Dimanche 1 ^{er} novembre |
|--|--|--|---|--|--------------------------------------|
| Départ de Paris | Introduction Clés de l'innovation verte en Californie | Débriefing | Débriefing | Débriefing | |
| Arrivée à San Francisco en début d'après-midi | <u>Grandes Entreprises face à l'innovation</u> Google ou Adobe ou eBay ou Gap ou Levi Strauss | <u>Nouveaux Acteurs</u> Tesla Motors ou New Resource Bank ou Zip Car ou Zimride ou Clif Bar | <u>Autres Acteurs</u> Joie de vivre Hospitality ou Give Something Back ou Delancey Street Foundation ou Kiva.org | VISION II conditions de réussite et prochaines étapes | Arrivée à Paris |
| Découverte de la ville Whole Foods Market ou Trader Joe's | <u>Nouveaux Acteurs de l'innovation verte</u> Green Citizen ou Solarzyme ou Method Ou Adina | <u>Processus d'innovation</u> Ideo ou Laboratoire d'innovation ou Saatchi Sustainability | Rainforest Action Network ou Solar Richmond ou Global Exchange <u>Vision Stratégique</u> VISION I | Temps libre Départ pour Paris | |
| Dîner | Dîner | Cocktail avec des dirigeants de Silicon Valley | Dîner de clôture | | |



ORIENTATION DES VISITES ET RENCONTRES

GOOGLE 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 : 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 : 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 : 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 : 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.

GREEN CITIZEN greencitizen.com : cette startup s'est rapidement hissée à la tête des entreprises offrant des solutions efficaces, sûres et pratiques aux problèmes du recyclage des produits électroniques de tous types. Green Citizen a construit une culture d'entreprise à la hauteur de sa mission et est maintenant un modèle au service de l'environnement et de la planète tout en maintenant ses objectifs de croissance et de réussite matérielle.

METHOD methodhome.com : Method est la 7^e 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 : 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 km. 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 : 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.

BANK OF THE WEST bankofthewest.com : Rencontre d'un établissement financier majeur de la région de San Francisco. Intégration des enjeux du développement

durable dans les financements et investissements. Relations avec les communautés locales et d'origines ethniques diverses.

La Banque of the West s'est investi dans le partenariat avec OPERATION HOPE Inc., une organisation à but non lucratif fondée après les émeutes raciales de 1992 à Los Angeles qui fournit des services financiers à « l'autre Amérique », les communautés délaissées et mal servies par le secteur privé.

ADINA adinaworld.com : Cette entreprise pionnière vise à la fois l'alimentation saine (jus de fruits bio) et la promotion culturelle et artistique des talents musicaux locaux du monde entier. Une bouteille achetée donne ainsi accès au téléchargement d'une chanson d'un artiste africain, sud-américain ou européen. Une approche visionnaire de la responsabilité sociétale de l'entreprise.

HP hp.com : Tout le monde connaît la marque, mais peu savent que HP est aujourd'hui un maître en matière de réinvention. L'expérience de cette grande société informatique est intéressante à plus d'un titre. D'abord parce que HP dispose de l'un des processus de création et de valorisation de l'innovation les plus sophistiqués du monde. Ensuite parce qu'elle dispose de l'une des *supply chain* les plus globales et les plus complexes du secteur informatique et que cette complexité ne pèse nullement sur sa capacité de réinvention. Enfin, HP est l'une des entreprises informatiques les plus innovantes en matière de développement durable. Un réseau de développement durable interne de 550 salariés et l'obligation pour chaque ligne de produit de réduire son empreinte écologique (imprimante biodégradable à base de maïs, recyclage de 1 500 tonnes d'ordinateurs par mois, etc.).

INTEL intel.com : Comment assurer l'innovation et la compétitivité en se concentrant sur des opportunités stratégiques dans des marchés environnementaux et sociaux ? Une des 20 entreprises américaines les plus durables. Une intégration remarquable du développement durable dans la réflexion stratégique, la mise en œuvre, le *reporting* ainsi que dans les pratiques environnementales et sociales qui vaut à Intel d'être incluse dans plus de 50 fonds socialement responsables.

IDEO 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 : 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.

CLIF BAR clifbar.com : Une PME très performante en matière de développement durable. Clif Bar fabrique et distribue des barres sportives biologiques, donne un congé sabbatique de six mois à ses salariés et fonctionne à 100 % à partir d'énergies renouvelables. « People, Community, Environment » sont les trois valeurs d'une entreprise qui ressemble aussi à un club de gym ou une association activiste.

JOIE DE VIVRE HOSPITALITY jdvhotels.com : Une chaîne d'hôtels originaux de la région de San Francisco qui a traversé avec succès la récession des dernières années en Silicon Valley grâce à sa culture qui valorise les clients, les salariés, la collectivité et l'environnement autant que les investisseurs. Pratiques écologiques et d'investissement dans la collectivité.

GIVE SOMETHING BACK 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.

DELANCEY STREET FOUNDATION

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.

KIVA.ORG 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: 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/: 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 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: 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.

VISION, CONDITIONS DE RÉUSSITE ET PROCHAINES ÉTAPES Cette session de synthèse interactive à forte valeur ajoutée permettra au groupe d'arriver à une vision partagée des apprentissages essentiels de la *learning expedition*. Elle permettra à chaque participant de bénéficier des perspectives diverses présentes au sein du groupe et prendra aussi en compte les conditions d'adaptation culturelles optimales. Chaque participant pourra 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



« 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



« 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, Directeur e-Business, Manutan International

« 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, Directeur Développement Durable, 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

Références:

Parmi les références de RealChange: Renault, Bayer, Fondation Gates, Salomon, Veolia, APEC. Camaieu, Carrefour, Gruau Constructeur, EDF, GrDF, Manutan International, Accor.

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

Tarif spécial : 4 950 Euros (une réduction de 28 % sur le tarif normal de 6900 Euros)

Tarif accompagnant : 4 350 Euros* sur la base d'une chambre double

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

MODALITES PRATIQUES

La langue du séminaire 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 un dîner libre 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 France.

Prestations non comprises :

- Vol aérien transatlantique
- dépenses strictement personnelles
- soirée libre
- 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 ci-dessous.

SÉMINAIRE-EXPÉDITION EN CALIFORNIE

BULLETIN D'INSCRIPTION



Je souhaite m'inscrire au séminaire-expédition:

« GREEN IS GREEN »
INNOVATION-CROISSANCE VERTE-VISION STRATÉGIQUE
27 au 31 octobre, Silicon Valley, Californie

| | | |
|------------------------|-------------|----------|
| Nom | Prénom | Fonction |
| Entreprise | | |
| | | |
| Ville | Pays | |
| Téléphone | Télécopieur | Courriel |
| Adresse de facturation | | |
| | | |

Tarif : 4 950 Euros

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)

ETHICITY CONSEIL&ANNONCEURS GREENUNIVERS MFQM WEB AUTRE

Signature et cachet

Date

À retourner par courrier, fax ou email à :

Christian Forthomme
RealChange 10096 Soquel Drive, Suite 10 Aptos, CA 95003 USA
Tel : + 1 831 662-9400 FAX + 1 831 685-1918
Email : rcn@realchange.com

Dès réception de ce formulaire, nous vous transmettrons un contrat et une facture d'acompte d'un montant correspondant à 50 % des frais d'inscription au séminaire-expédition.

Conditions d'annulation.

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

- Pour toute annulation entre le 15 juillet le 1^{er} septembre 2009, 500 Euros seront retenus.
- Pour toute annulation entre le 1^{er} septembre et le 1^{er} octobre, les frais seront de 50 % du total de l'inscription individuelle.
- Pour toute annulation après le 1^{er} 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 réception du règlement de 50 % du séminaire expédition. Les frais d'inscription doivent être réglés avant le 1^{er} septembre 2009.

NOTES : COMMENT CE SEMINAIRE-EXPEDITION PEUT ACCOMPAGNER MES OBJECTIFS