



**Ecole Nationale Supérieure de Journalisme et des
Sciences de l'Information.**

Thème :

L'entrepreneuriat vert au prisme de la presse électronique Algérienne :
Analyse de la couverture médiatique du journal en ligne EL WATAN durant
l'année 2023.

Mémoire de Master en Sciences de l'Information et de la communication.

Spécialité : Journalisme scientifique et environnemental.

Réalisé par :

BEN ABDESSELAM IKRAM.

Sous la direction de :

Mme K.MENOUERI

Jury :

Président : Pr Laalaoui Khaled.

Encadrant : Mme Menoueri Karima.

Examineur : Chouikrat Boukhalfa.

Année universitaire : 2023-2024.

الموضوع :

ريادة الأعمال الخضراء من منظور الصحافة الإلكترونية الجزائرية: تحليل التغطية الإعلامية لجريدة الوطن الإلكترونية خلال سنة 2023.

مذكرة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال .
تخصص: صحافة علمية و بيئية.

تحت إشراف الأستاذة
منويري . ك

من إعداد الطالبة:
بن عبد السلام إكرام

اعضاء لجنة المناقشة

الرئيس :اد. لعلاوي خالد .
المشرف :استاذة منويري كريمة .
المناقش :استاذ شويكرات بوخلفة .

السنة الجامعية : 2023-2024.

Sommaire

Introduction Générale

Première partie : Cadre méthodologique.	1
Chapitre 01: Analyse conceptuelle	4
1. Problématique	4
2. Questionnement	5
3. Les hypothèses.....	5
4. Objectifs de recherche.....	5
5. Choix du thème de recherche.....	6
6. Définition des concepts clés	6
Chapitre 02 : Démarche Méthodologique	10
1. Approche théorique.....	10
2. Méthode de recherche	16
3. Outil de recherche	16
4. Echantillon de l'étude.....	19
5. Les études antérieures	19
Deuxième partie : Cadre théorique.	3
Chapitre 01 : Genèse de l'entrepreneuriat vert dans le monde	24
Introduction	24
Section 01:La place de l'environnement dans l'économie contemporaine	24
1. vers une économie durable initiatives et dynamiques globales	24
Section 02 :L'entrepreneuriat vert à la croisée du développement durable, l'économie circulaire, la responsabilité sociale des entreprises.	32
1. Concepts de base sur l'entrepreneuriat vert	32
Section 03 : Les expériences d'entrepreneuriat vert à travers le monde.	37
1.L'Afrique.....	37
2.L'Europe	39
3.L'Asie.....	40
4.L'Amérique	42

Chapitre 02 : L'entrepreneuriat vert en Algérie et lien avec actions durables dans les pays émergents .	44
Introduction	44
Section 01 : Les Initiatives Vertes en Amérique Latine et en Afrique : Catalyseurs du Développement Durable dans les Pays en Voie de développement.	44
1. L'Afrique :	45
2. Amérique latine :	45
Section 02 : L'entreprise et la protection de l'environnement en Algérie.	47
1. Lois et dispositifs juridiques :	48
2. Les principaux Acteurs :	50
3. Exemples des projets d'entrepreneuriat vert en Algérie.....	54
Section03:La responsabilité sociale des entreprises dans le contexte vert en Algérie.	60
1. Engagement exemplaire des leaders agroalimentaires en Algérie en matière de Responsabilité Sociale des Entreprises :	61
Chapitre 03: L'effet des medias sur la mise en place des projets verts en Algérie	63
Section 01:L'importance des média dans l'éducation environnementale.	63
1. Vers une reconnaissance journalistique de l'environnement :	64
Section 02 : Médias et communication organisationnelle dans la promotion des projets verts	71
1. La Communication dans les Entreprises Éco-Responsables	71
2. Les stratégies de communication efficace pour les entrepreneurs verts.....	73
3. Le rôle des médias dans la promotion du développement durable.....	76
Section 03 : L'évolution de la presse électronique en Algérie : Son rôle dans la promotion des projets d'entrepreneuriat vert.	78
1.Évolution de la presse électronique en Algérie.....	78
2-Théorie de communication et de l'influence médiatique	81
Troisième partie : Cadre pratique.	24

Chapitre 01 : Analyse de la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert par le journal en ligne EL WATAN durant l'année 2023	85
Introduction	85
Section 01 : présentation du site web « EL WATAN.DZ »	86
1. Fiche Technique du Site EL WATAN.DZ	86
2. Analyse descriptive La page principale d'"El Watan"	87
3. Analyse de la présentation visuelle des articles sur l'entrepreneuriat vert sur EL WATAN.DZ	90
Section 02 : Analyse de contenu quantitative.	93
1. Analyse Quantitative du Traitement Médiatique de l'Entrepreneuriat Vert	93
Section 03: Analyse des entretiens.....	117
1. Exploration des Perspectives Médiatiques sur l'Entrepreneuriat Vert : Entretiens et Synthèse.....	117
Liste des figures et tableaux	
Bibliographie	
Liste des abréviations	
Annexes	

Remerciements :

Je tiens à exprimer ma profonde gratitude à tous ceux qui ont contribué à la réalisation de ce mémoire.

En premier lieu, je remercie sincèrement mon encadrante Mme K.Menoueri, pour son soutien indéfectible et son orientation tout au long de mon étude. Non seulement elle m'a guidée, mais elle a également été présente pour m'encourager et me motiver lors des moments de difficulté. Ses paroles ont été une source d'inspiration et de détermination pour moi. Merci pour tout.

Je tiens également à remercier chaleureusement Monsieur Chouikrat Boukhalfa. Dès le début, lors du choix des thèmes, il a pris le temps de s'intéresser à mon sujet et me témoigner son total soutien. Depuis ma première année, il a été bien plus qu'un simple professeur pour nous, jouant un rôle quasi paternel à l'école. Son aide et son soutien ont été inestimables.

Je remercie également les membres du jury pour leur présence, leur lecture attentive de ce mémoire et leurs remarques constructives. Leurs observations et leurs conseils seront grandement appréciés.

Enfin, je remercie ma famille, mes amis et tous ceux qui m'ont soutenu de près ou de loin durant ce travail universitaire. Leurs encouragements ont été d'un grand apport dans la réalisation de ce mémoire.

Merci à tous.

Dédicace :

-Avant tout, je rends grâce à Allah qui m'a accordé la santé, le courage et la patience pour accomplir ce modeste travail. Sa facilitation a été essentielle pour mener à bien cette réalisation.

Alhamdulillah.

-À mes parents, les piliers de ma vie et les gardiens de mes rêves.

- À toi, maman, source de force et de douceur. C'est grâce à toi que je suis ce que je suis aujourd'hui. Toujours à mes côtés, tu m'as enseigné les valeurs essentielles de la vie. Tu as été mon guide, ma confidente. Ton écoute attentive, tes encouragements constants, et ta patience infinie ont nourri mes aspirations et ont fait de mes rêves une réalité. Merci pour ton amour infini et ta présence réconfortante.
- À toi, papa, dont les conseils sont des trésors inestimables. Depuis mes premiers pas, tu as été là, te levant avant l'aube pour m'accompagner à l'école. Ton dévouement sans faille et ta sagesse infinie ont tracé le chemin de ma réussite. Chaque mot prononcé est une lumière dans mon obscurité, chaque geste un exemple à suivre. Merci pour ton soutien constant et ton amour sans limite.

Ce mémoire est le témoignage de votre amour immense et de votre soutien constant. Je vous dédie ces mots avec toute ma gratitude et mon affection éternelle.

-À mes sœurs, Ahlam et Zhira, et à mon frère, Said, merci pour votre présence, votre encouragement constant et votre foi en moi.

-À mes amis, Anais et Hadil, pour votre amitié précieuse, votre soutien indéfectible et vos encouragements inestimables.

Du fond de mon cœur,

Merci.

Résumé :

Ce mémoire montre comment l'entrepreneuriat vert est traité par la presse électronique algérienne, en prenant comme cas d'étude le journal « El Watan-DZ » durant l'année 2023. L'étude utilise les théories de la diffusion des idées et des innovations ainsi que de la dépendance aux médias pour analyser cette couverture. En combinant analyse de contenu et entretiens avec des journalistes et des experts du ministère de l'Environnement, nous formulons des hypothèses sur les thèmes abordés, la variation de la fréquence de la couverture et les défis de la médiatisation.

Les résultats révèlent une médiatisation limitée de l'entrepreneuriat vert via la presse électronique, avec seulement 33 articles en 2023. Les thèmes principaux incluent la gestion des déchets, l'agriculture biologique et les énergies renouvelables. La couverture varie en fonction de l'actualité, confirmant en partie nos hypothèses. Les défis identifiés comprennent la concurrence médiatique et la complexité des sujets, cependant des opportunités de collaboration entre médias et acteurs de l'entrepreneuriat vert. Nous avons également analysé les résultats d'entretiens, qui ont fourni des perspectives précieuses sur les motivations et les obstacles rencontrés par les journalistes dans la couverture de l'entrepreneuriat vert.

Cette étude met en lumière l'importance de comprendre les mécanismes de diffusion des idées et appelle à une collaboration accrue entre médias, institutions gouvernementales et société civile pour une couverture plus équilibrée et approfondie de l'entrepreneuriat vert en Algérie. Pour approfondir cette recherche, il serait pertinent d'explorer les facteurs influençant la couverture médiatique, tels que les préférences des lecteurs et les contraintes éditoriales, ainsi que de comparer avec d'autres journaux électroniques en Algérie et ailleurs.

Mots-clés : entrepreneuriat vert, presse électronique, El Watan, Algérie, développement durable.

ملخص:

هذا البحث يوضح كيفية تناول ريادة الأعمال الخضراء في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، من خلال دراسة حالة صحيفة "DZ-الوطن" عام 2023. تستخدم الدراسة نظريات انتشار الأفكار والابتكارات وكذلك نظرية الاعتماد على وسائل "DZ-الوطن" للإعلام لتحليل هذا التغطية. من خلال الجمع بين تحليل المحتوى والمقابلات مع الصحفيين والخبراء من وزارة البيئة، نقوم بصياغة فرضيات حول الموضوعات التي تم تناولها، وتغيرات وتيرة التغطية، والتحديات التي تواجه عملية الإعلام

تكشف النتائج عن تغطية إعلامية محدودة لريادة الأعمال الخضراء عبر الصحافة الإلكترونية، حيث تم نشر 33 مقالا فقط في عام 2023. تشمل الموضوعات الرئيسية إدارة النفايات، الزراعة العضوية، والطاقة المتجددة. تتفاوت التغطية بحسب الأحداث الجارية، مما يؤكد جزئيا فرضياتنا. تشمل التحديات التي تم تحديدها التنافس الإعلامي وتعقيد الموضوعات، إلا أن هناك فرصا للتعاون بين وسائل الإعلام والفاعلين في ريادة الأعمال الخضراء. قمنا أيضا بتحليل نتائج المقابلات، والتي قدمت رؤى قيمة حول الدوافع والعوائق التي يواجهها الصحفيون في تغطية ريادة الأعمال الخضراء

تسلط هذه الدراسة الضوء على أهمية فهم آليات نشر الأفكار وتدعو إلى زيادة التعاون بين وسائل الإعلام، المؤسسات الحكومية والمجتمع المدني لتحقيق تغطية أكثر توازناً وعمقاً لريادة الأعمال الخضراء في الجزائر. لتعميق هذه الأبحاث، سيكون من المفيد استكشاف العوامل المؤثرة على التغطية الإعلامية، مثل تفضيلات القراء والقيود التحريرية، وكذلك المقارنة مع صحف إلكترونية أخرى في الجزائر وفي أماكن أخرى

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال الخضراء، الصحافة الإلكترونية، الوطن، الجزائر، التنمية المستدامة

Introduction Générale

Dans le paysage médiatique algérien, "El Watan.DZ" est un média bien établi, reconnu pour sa couverture des événements nationaux et internationaux. La présence de ce média sur la scène journalistique électronique en Algérie en fait une source d'information pour de nombreux lecteurs. Afin de comprendre la manière dont "El Watan.DZ" aborde la thématique de l'entrepreneuriat vert, il est nécessaire de réaliser une analyse rigoureuse

C'est dans cette perspective que s'inscrit notre étude, qui vise à explorer le traitement médiatique de l'entrepreneuriat vert par "El Watan.DZ" tout au long de l'année 2023. Utilisant une approche méthodologique combinant analyse de contenu et entretiens, notre recherche s'appuie sur deux approches théoriques majeures : la théorie de la diffusion des idées et des innovations ainsi que la théorie de la dépendance aux médias. Ces cadres théoriques nous permettent de comprendre comment les nouvelles idées et les innovations en matière d'entrepreneuriat vert sont diffusées et perçues par le public à travers les médias.

Nos hypothèses orientent notre analyse et notre investigation sur cette question : quelle importance octroie la presse électronique algérienne à l'entrepreneuriat vert dans son contenu durant l'année 2023 ? . Nous envisageons que les thèmes principaux abordés dans la couverture médiatique des projets d'entrepreneuriat vert en Algérie pourraient englober un large éventail de sujets tels que les énergies renouvelables, la gestion des déchets et le recyclage, parmi d'autres. Par ailleurs, nous prévoyons qu'il existe une probabilité de variation significative dans la fréquence de cette couverture médiatique, influencée par l'actualité, les événements majeurs ou les campagnes de sensibilisation en cours. Enfin, nous considérons que les défis liés à la médiatisation des projets d'entrepreneuriat vert pourraient découler de la complexité inhérente des sujets traités et de la concurrence médiatique avec d'autres sujets prioritaires. Cependant, nous envisageons également que des opportunités émergentes de collaborations renforcées entre les médias et les acteurs de l'entrepreneuriat vert.

Les entreprises, conscientes des défis environnementaux contemporains, ont commencé à intégrer des pratiques durables dans leurs activités, ouvrant ainsi la voie à une économie plus respectueuse de l'environnement. Ce mouvement, porteur de promesses et de défis, a naturellement attiré l'attention des médias, devenus des relais essentiels dans la diffusion des initiatives et des enjeux de l'entrepreneuriat vert.

Notre objectif principal est de comprendre en profondeur la manière dont ce sujet est abordé dans les médias, en examinant notamment la fréquence de la couverture médiatique, les thèmes prédominants et les défis rencontrés par les journalistes dans la médiatisation de cette thématique. À travers cette étude, nous espérons contribuer à une meilleure compréhension du rôle des médias dans la promotion d'une économie durable en Algérie, tout en fournissant des insights précieux pour les praticiens des médias, les décideurs politiques et les acteurs de l'entrepreneuriat vert.

Pour structurer notre analyse, ce mémoire est divisé en trois parties principales. La première partie présente le cadre conceptuel et méthodologique, en abordant l'analyse conceptuelle et la démarche méthodologique. La deuxième partie, qui constitue le cadre théorique, examine la genèse de l'entrepreneuriat vert dans le monde et en Algérie, ainsi que l'impact des médias sur la mise en place de projets verts en Algérie. La troisième partie est dédiée au cadre pratique, comprenant une analyse détaillée de la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert par "El Watan.DZ" durant l'année 2023, ainsi qu'une analyse des entretiens réalisés avec des acteurs clés pour approfondir notre compréhension de ce traitement médiatique.

Première partie : Cadre
méthodologique.

Chapitre 01: Analyse conceptuelle .

Dans ce chapitre je vais présenter les différentes étapes de ma recherche par lesquelles je vais commencer par la problématique, les questionnements, ensuite les hypothèses puis les objectifs de recherche, le choix du thème de recherche et les définitions des concepts clés.

1. Problématique

Au cœur de la scène médiatique algérienne, l'année 2023 se profile comme une période charnière, marquée par des dynamiques cruciales entremêlant journalisme, environnement, et entrepreneuriat. Alors que la presse électronique émerge comme un pilier incontournable de la diffusion de l'information, elle se trouve au carrefour de l'expression des enjeux sociétaux, parmi lesquels l'entrepreneuriat vert prend une place grandissante. À travers cet axe novateur, des entreprises s'efforcent de concilier rentabilité économique et responsabilité environnementale, contribuant ainsi à la construction d'une économie plus durable.

L'évolution des médias électroniques constitue un premier prisme à travers lequel observer ces changements .Le passage d'une ère traditionnelle à une ère numérique a remodelé la manière dans l'information est créée, partagée, et consommée. Dans cette métamorphose, la presse électronique Algérienne devient une force motrice, influençant la façon dont le public perçoit les enjeux de la société, notamment ceux liés à l'environnement. .

Parallèlement, l'émergence de l'entrepreneuriat vert offre une nouvelle perspective sur la manière dont les entreprises intègrent des pratiques durables. Cet élan, nourri par la nécessité de répondre aux défis environnementaux, est porteur d'une transformation profonde dans la façon dans les affaires sont menées. Cette transformation s'inscrit dans un contexte global où les entreprises cherchent à aligner leurs objectifs économiques avec des impératifs écologiques pressants. .

En observant de près la scène médiatique algérienne, le rôle crucial de la presse électronique se révèle. Cette presse, en tant que catalyseur d'opinions, joue un rôle influent dans la construction de narratives autour des sujets variés.

Et delà, je pose la question suivante : **quelle importance octroie la presse électronique algérienne à l'entrepreneuriat vert dans son contenu durant l'année 2023 ?**

2. Questionnement

- ✓ Quels sont les principaux thèmes abordés par la presse électronique « EL WATAN » sur Les projets d'entrepreneuriat vert en Algérie ?
- ✓ Quelle est la fréquence de la couverture médiatique des projets d'entrepreneuriat vert par la presse électronique « EL WATAN »?
- ✓ Quels sont les défis et les opportunités associées à la médiatisation des projets d'entrepreneuriat vert en Algérie, et comment les journalistes et les médias pourraient-ils améliorer leurs couvertures de ce sujet ?

3. Les hypothèses

- ✓ Les principaux sujets abordés dans la couverture médiatique des projets de l'entrepreneuriat vert en Algérie pourraient inclure les énergies renouvelables, la gestion des déchets, le recyclage...
- ✓ Il pourrait y avoir une variation significative dans la fréquence de la couverture médiatique des projets d'entrepreneuriat vert en fonction de l'actualité, des événements majeurs ou des campagnes de sensibilisation.
- ✓ Les défis associés à la médiatisation des projets d'entrepreneuriat vert pourraient inclure la complexité des sujets, la compétition médiatique avec d'autres sujets prioritaires tandis que les opportunités pourraient découler d'une collaboration accrue entre les médias et les acteurs de l'entrepreneuriat vert.

4. Objectifs de recherche

- ✓ Connaître le fonctionnement de la couverture des sujets liée à l'entrepreneuriat vert par la presse électronique au sein de l'organisme EL WATAN.

- ✓ Identifier l'intérêt du journalisme électronique dans le domaine du développement durable.
- ✓ Mettre en évidence l'importance de l'information scientifique et environnementale dans le champ médiatique Algérien.
- ✓ Dévoiler plus de notions sur les projets de l'entrepreneuriat vert en Algérie.

5. Choix du thème de recherche

Le choix du thème de notre recherche s'est fait par rapport à des besoins tant subjectifs qu'objectifs :

-**Sur le plan subjectif**, animée par un intérêt particulier sur les questions environnementales que je considère être nécessaires et incontournables dans un cadre du développement durable.

-**Sur le plan objectif** :

- ✓ Le manque d'études sur le thème de la couverture de la presse électronique des projets de l'entrepreneuriat vert.
- ✓ L'importance de la couverture médiatique des projets liés à l'entrepreneuriat vert et ses avantages pour une prise de conscience sur la protection de l'environnement.
- ✓ Diagnostiquer la presse électronique algérienne sur les sujets environnementaux.

6. Définition des concepts clés

6.1. La presse électronique écrite :

La presse : selon le dictionnaire Larousse, « Ensemble des journaux ; activité, monde de journalisme, elle est née en 1631 avec la gazette de T. Renaudot ¹ »

- Définition opérationnelle

La presse est un média qui a pour vocation de diffuser l'information, des opinions et des analyses sur des sujets d'actualité, dans le but de fournir au public un ensemble diversifié de points de vue sur ces sujets.

¹ Petit Larousse 2010, édition anniversaire de la semeuse 1890-2010.

La presse électronique : « la presse électronique se réfère probablement aux médias d'information diffusés via des plates-formes numérique plutôt que sur support papier ² . »

-Définition opérationnelle

La presse électronique est un ensemble de médias qui utilisent le support électronique, tels que l'internet, les réseaux sociaux ou les applications mobiles, pour diffuser de l'information sur des sujets d'actualité, dans le but de fournir au public un ensemble diversifié de points de vue sur ces sujets.

6.2. L'entrepreneuriat vert :

Avant de définir l'entrepreneuriat vert, nous allons d'abord clarifier la notion d'entrepreneuriat en général.

- a. L'entrepreneuriat :** «L'entrepreneuriat se caractérise par le déploiement d'un processus impliquant l'identification, l'évaluation, et l'exploitation, d'opportunité commerciale, généralement aboutissant à la fondation d'une entité, tout en englobant la possibilité de reprise d'entreprises spécifiques ou le développement organisationnel ³ »

-Définition opérationnelle

L'entrepreneuriat est une activité économique qui consiste à créer une nouvelle entreprise, à la développer et à la gérer, dans le but de créer de la valeur.

- b. L'entrepreneuriat vert :** «l'entrepreneuriat vert implique la création de solutions économiquement viables et socialement bénéfiques pour relever les défis environnement. Les entrepreneurs vert intègrent dans leurs approches les aspects de production et de

² Caroline Ker, « Presse »ou « tribune électronique » : censure et responsabilité, Revue du droit des Technologies de l'information, Numéro 28, P.147.

³Dr .Belkacem Douah , l'entrepreneuriates startups modèles de réussite ,N02 copérative DAWADJINE ,les Dalihass , kifane , Tlemcen,p29 .

consommation de biens et services, proposant ainsi un modèle d'entreprise favorisant l'écologisation de l'économie ⁴ »

-Définition opérationnelle

L'entrepreneuriat vert est une activité économique qui consiste à créer une nouvelle entreprise, à la développer et à la gérer, dans le but de créer de la valeur tout en réduisant l'impact environnemental y afférent. Ainsi, à titre d'exemple, une entreprise qui développe des produits ou services éco-responsables, tels que des voitures, des panneaux solaires ou des produits alimentaires biologiques, dans le respect de l'environnement, rentre dans la catégorie de l'entrepreneuriat vert. Il en est de même de celle qui propose des services de recyclage ou de compostage. En règle générale, l'entrepreneuriat vert inclut toute entreprise qui s'engage à réduire son impact environnemental, par exemple en utilisant des énergies renouvelables ou en limitant ses déchets.

6.3. Développement durable :

« Le concept de développement durable implique que les sociétés humaines doivent satisfaire leurs besoins tout en préservant la capacité des générations futures répondre aux leurs ⁵ »

-Définition opérationnelle

Le développement durable est un processus de transformation qui vise à créer un monde meilleur pour tous, aujourd'hui et demain. Il s'agit d'un processus qui doit être équitable, inclusif et respectueux pour l'environnement.

⁴Zibouch Taoueséps Boufanar, Smaili Nabila (2019) «L'entrepreneuriat vert en Algérie :état des lieux et perspective»,p63;Colloque international sur l'entrepreneuriat vert et l'économie circulaire, auditorium Hasnaoua, le 03, 04 et 05 décembre 2019, Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou.

⁵Dr. Belkacem Douah, «L'entrepreneuriat, les startup modèles de réussite», N02 copérative DAWADJINE, les Dalihass, Kifane, Tlemcen, p73.

6.4. L'économie verte :

«Est l'activité économique qui entraîne une amélioration du bien-être humain et de l'équité sociale tout en réduisant de manière significative les risques environnementaux et la pénurie de ressources.⁶ »

- Définition opérationnelle :

L'économie verte est un système économique qui vise à produire des biens et des services tout en réduisant les impacts environnementaux et sociaux de cette production.

6.5. L'information scientifique et environnementale :

a. L'information : «une action d'informer et de s'informer, renseignement, nouvelle donnée, par un journal, la radio, la télévision, un bulletin d'information radiodiffusé ou télévisé.⁷ »

- Définition opérationnelle :

L'information est l'acte de transmettre et de recevoir des connaissances ou des données, généralement par le biais de médias tels que les journaux, la radio, la télévision ou les bulletins d'information audiovisuels.

b. L'information scientifique : «L'information scientifique englobe le processus complexe de la structuration scientifique des étapes de la communication scientifique, impliquant le conditionnement, le stockage, le répertoire, la livraison et la consommation de l'information.⁸ »

- Définition opérationnelle :

⁶[Qu'est-ce que l'économie verte ? | economie.gouv.fr](#) consulté le 19/02/2024 à 14H.

⁷Larousse, Dictionnaire de Français ,2, impasse Capitaine Mouzaoui /Alger(Algérie), p222 .

⁸<https://hal.science/hal-00802763> Consulté le 15/02/2024 à 17H.

L'information scientifique est une information qui est produite, diffusée et utilisée dans le cadre d'activités scientifiques et techniques. Elle peut prendre différentes formes, telles que des données, des connaissances, des méthodes, des résultats de recherche, des publications scientifiques, des conférences, des formations ou d'autres moyens.

c. L'information environnementale :

-Selon l'Agence européenne pour l'environnement, l'information environnementale est «un outil essentiel pour la définition, la mise en œuvre et l'évaluation des politiques d'environnement »⁹

- Définition opérationnelle :

L'information environnementale est une information qui est utilisée pour prendre des décisions ou pour effectuer des actions dans le cadre d'une activité ou d'un processus lié à l'environnement.

Chapitre 02 : Démarche Méthodologique

1. Approche théorique

Approches théoriques de l'étude :

Le champ théorique du point de vue des théories communicatives se basera essentiellement sur :

- La théorie de la diffusion des idées et des innovations :

La théorie de la diffusion des innovations offre un cadre précieux pour comprendre comment de nouvelles idées, produits ou technologies sont adoptés et diffusés au sein d'une population.

⁹<https://www.wikiterritorial.cnfpt.fr/xwiki/bin/view/vitrine/La%20politique%20de%20l%27environnement> consulté le 18_02_2024 à 17:30.

Fondée sur des recherches approfondies en sociologie et en marketing, cette théorie identifie les étapes par lesquelles les individus passent lorsqu'ils rencontrent une innovation, ainsi que les facteurs qui influencent leur décision d'adoption.

Dans ce contexte, nous allons explorer les différentes phases de cette théorie et les éléments clés qui la sous-tendent. En mettant en lumière les processus impliqués dans l'adoption d'une innovation, nous espérons offrir une vision claire et accessible de cette théorie fondamentale. Commençons par examiner le schéma illustrant les étapes de la théorie de la diffusion des innovations, accompagné d'une explication détaillée de chaque phase et des facteurs qui la façonnent. Ce schéma servira de guide visuel pour comprendre le processus complexe d'adoption des innovations et les dynamiques qui le sous-tendent.

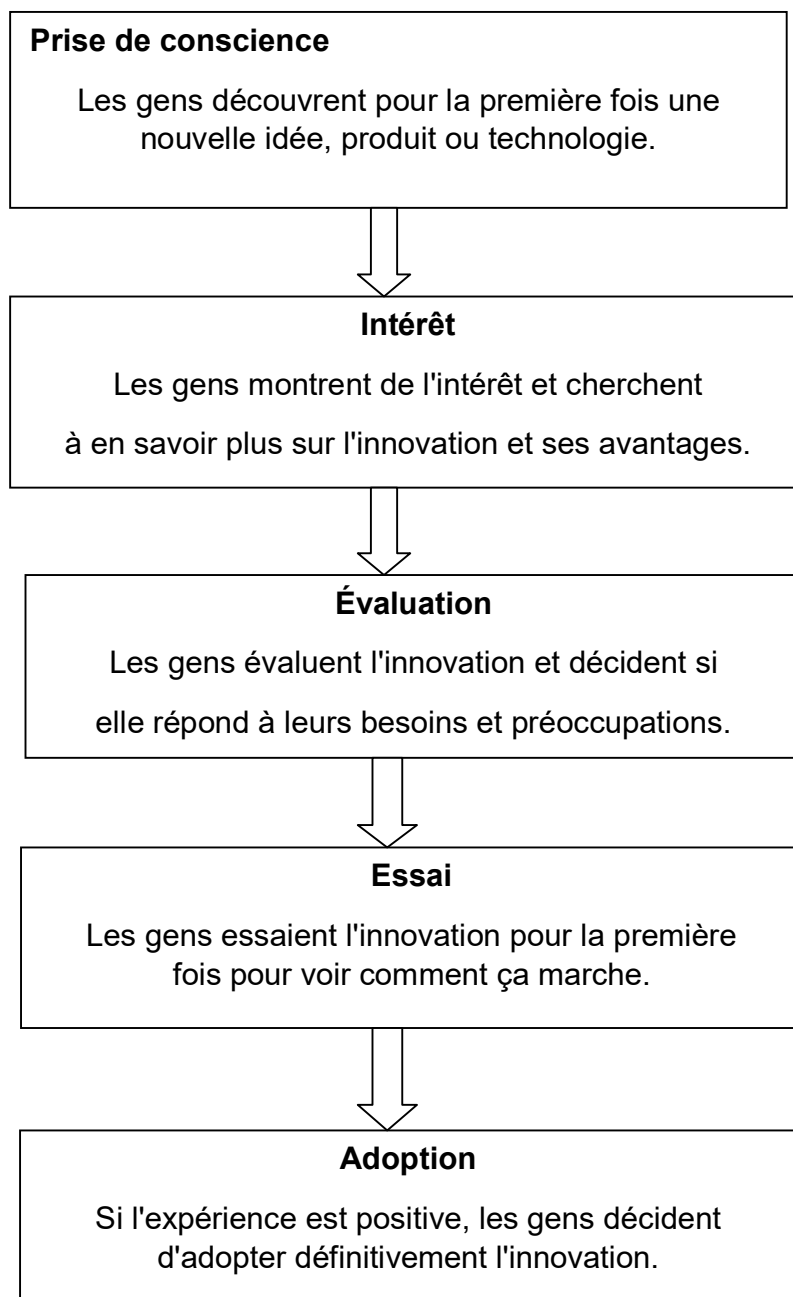


Figure 1 : Etapes d'adoption d'une innovation.

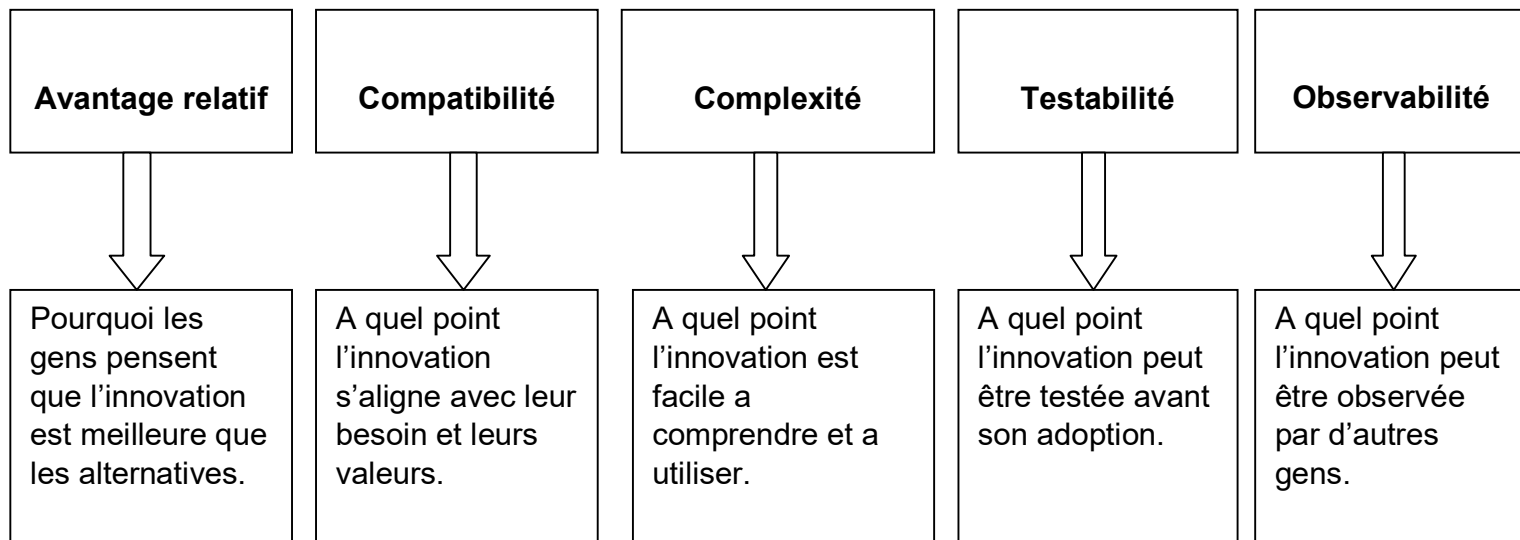


Figure 2 : Facteurs d'Adoption d'une innovation.

La figure 01 illustre les différentes étapes par lesquelles les individus passent lorsqu'ils adoptent une nouvelle idée, un nouveau produit ou une nouvelle technologie, selon la théorie de la diffusion des innovations.

D'après l'auteur Jessica Fèvres, Everett M. Rogers (1931-2004) est le concepteur principal de cette théorie. Rogers a présenté cette théorie dans son ouvrage phare "Diffusion of Innovations", initialement publié en 1962 et réactualisé pour la dernière fois en 2003 lors de sa cinquième édition. Rogers, un sociologue de renom, s'est intéressé à la manière dont les innovations techniques se propagent au sein des différentes sociétés et aux résistances que ces innovations peuvent rencontrer.¹⁰

Prise de conscience : Au début du processus, les individus prennent conscience de l'existence de l'innovation. C'est le moment où ils découvrent pour la première fois la nouveauté.

Intérêt : Ensuite, les individus manifestent de l'intérêt pour l'innovation et commencent à rechercher davantage d'informations à son sujet. Ils veulent comprendre les avantages potentiels de cette innovation.

¹⁰ Jessica Fèvres, « Everett M. Rogers, Diffusion of innovations », Toronto, Free Press, 2003, P 551.

Évaluation : À ce stade, les individus évaluent l'innovation en fonction de leurs propres besoins et préoccupations. Ils se demandent si cela correspond à ce qu'ils recherchent et s'il répond à leurs attentes.

Essai : Si l'innovation semble répondre à leurs attentes, les individus décident alors de l'essayer. C'est le moment où ils testent l'innovation pour la première fois dans leur vie quotidienne.

Adoption : Enfin, si leur expérience avec l'innovation est positive, les individus décident de l'adopter définitivement. Cela signifie qu'ils intègrent pleinement l'innovation dans leur vie et l'utilisent régulièrement.

Parallèlement à ces étapes d'adoption, le schéma présente également les facteurs qui influencent la décision d'adoption. Ces facteurs comprennent l'avantage relatif de l'innovation par rapport aux alternatives existantes, sa compatibilité avec les besoins et les valeurs des individus, sa complexité, sa testabilité et son observabilité.

En comprenant ces étapes et ces facteurs, les organisations peuvent développer des stratégies pour promouvoir l'adoption de leurs innovations et maximiser leur succès sur le marché.¹¹

- Théorie de la dépendance aux médias :

La théorie de la dépendance des médias met en lumière l'importance centrale des médias dans notre société moderne. Ce schéma simple illustre comment les individus dépendent des médias pour s'informer, se divertir et créer des liens sociaux. En comprenant cette dépendance, nous pouvons mieux appréhender l'impact significatif que les médias ont sur nos vies quotidiennes.

Selon Gennaro Cuofano, qui décrit le développement de cette théorie, Sandra Ball-Rokeach et Melvin DeFleur ont élaboré la théorie de la dépendance aux médias à la fin des années 1970.¹²

¹¹ <https://fastercapital.com/fr/startup-sujet/theorie-de-la-diffusion-des-innovations.html>, consulté le 12/03/2024 à 15H.

¹² <https://fourweekmba.com/fr/th%C3%A9orie-de-la-d%C3%A9pendance-aux-m%C3%A9dias/>, Consulter le 24/06/2024 à 15h.

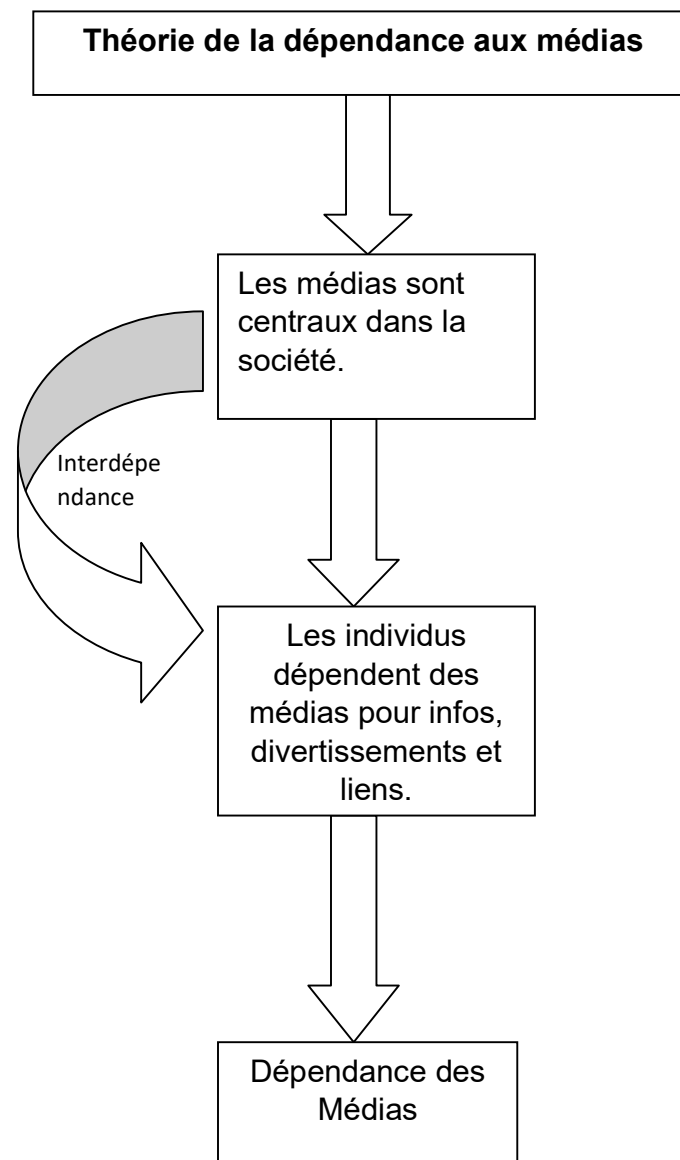


Figure 3 : Schéma de la Théorie de la Dépendance aux Médias.

Ce schéma offre une vue claire des différentes dimensions de la dépendance aux médias. Il montre que les médias occupent une place centrale dans notre société, car les individus les utilisent pour combler leurs besoins en information, divertissement et interactions sociales. En somme, il met en lumière l'importance des médias dans notre quotidien, soulignant leur rôle crucial dans la transmission d'informations, de divertissements et de liens sociaux. De plus, il

souligne l'interconnexion entre les individus et les médias, ainsi que la dépendance des médias vis-à-vis du public et d'autres parties prenantes. Cela nous donne un aperçu complet de la relation complexe entre les individus et les médias dans notre société moderne.¹³

2. Méthode de recherche

La méthode de recherche choisie pour mon étude :

Afin de combiner les avantages des deux méthodes préconisées dans la recherche, nous nous appuyerons sur une **approche mixte** dans l'analyse de contenu. Ainsi, nous ferons une analyse quantitative des publications du journal en ligne El-Watan_Dz tout au long de l'année 2023 sur les sujets relatifs à l'entrepreneuriat vert. Quant à l'analyse qualitative, elle concernera les entretiens prévus avec différents acteurs qui viendront compléter notre information et répondre à nos questionnements sur l'objet de notre recherche.

3. Outil de recherche

Les outils de recherche utilisés pour cette étude sont l'Analyse de contenu et des entretiens.

- Analyse de contenu :

L'analyse de contenu est une méthodologie de recherche spécifiquement développée pour étudier les phénomènes de communication. Depuis plus de cinquante ans, elle est largement utilisée par les chercheurs en communication, bien qu'elle demeure souvent méconnue et sujette à des préjugés. Malgré son utilisation répandue, des débats persistent quant à sa définition et à son utilité.

Bernard Berelson a proposé l'une des premières définitions de l'analyse de contenu, qui a été largement citée et critiquée par la suite. Cette définition servira de point de départ, mais elle sera enrichie et discutée à la lumière des commentaires d'autres spécialistes.

Selon Berelson, l'analyse de contenu est "une technique de recherche servant à la description objective, systématique et quantitative du contenu manifeste des communications" (Content

¹³<https://fourweekmba.com/fr/th%C3%A9orie-de-la-d%C3%A9pendance-aux-m%C3%A9dias>, consulté le 13/03/2024 à 10H.

analysis in communication research, p. 18).¹⁴Cette définition célèbre a été posée à l'aide de P. Lazarsfeld¹⁵

Dans une définition du Handbook of social psychology de Lindzey (1ère édition), l'analyse de contenu est présentée comme « une technique qui consiste à affiner des descriptions de contenu trop approximatives et subjectives, pour mettre en évidence objectivement la nature et les forces relatives des stimuli que subit le sujet »¹⁶

Sur le plan méthodologique, une querelle entre l'approche quantitative et l'approche qualitative préoccupe certains chercheurs. En analyse quantitative, l'accent est mis sur la fréquence d'apparition de certaines caractéristiques de contenu comme source d'information. En revanche, en analyse qualitative, l'attention se porte sur la présence ou l'absence de caractéristiques de contenu spécifiques, ou d'un ensemble de telles caractéristiques, dans un fragment de message donné.¹⁷

Les chercheurs utilisent l'analyse de contenu pour comprendre ce que disent les émetteurs, quels messages ils véhiculent et comment ils affectent les gens. Ils peuvent également deviner qui a créé ces messages et qui les regarde ou les écoute.

Grâce à l'analyse de contenu, les chercheurs peuvent compter le nombre de fois où certains mots, expressions, thèmes ou idées apparaissent dans un ensemble de textes (analyse quantitative). En outre, ils peuvent également étudier la signification de ces mots et leurs relations les uns avec les autres (Analyse qualitative) pour tirer des conclusions.¹⁸

On va se concentrer sur une analyse quantitative de contenu des articles publiés par El Watan.DZ sur l'entrepreneuriat vert en Algérie en 2023. On va compter le nombre d'articles traitant de ce sujet, examiner la répartition temporelle de ces mentions et identifier les termes clés utilisés. Cette approche nous permettra d'obtenir des données tangibles sur la portée de la

¹⁴ Jean de Bonville, L'analyse de contenu des médias de la problématique au traitement statistique, Culture & Communication, Boeck Supérieur, 2006, p9.

¹⁵ L'analyse de contenu, Laurence Bardin, Presses Universitaires de France, 2013, p21.

¹⁶ Ibid, p39.

¹⁷ Ibid, p24.

¹⁸ <https://yakarandamag.com/fr/quest-ce-que-lanalyse-de-contenu-et-comment-pouvez-vous-lutiliser-dans-votre-recherche>. Consulté le 15/03/2024.

couverture médiatique et d'analyser les tendances et les modèles significatifs dans la représentation de l'entrepreneuriat vert.

-Entretien :

L'entretien, tel que défini par Alain Blanchet et Anne Gotman (2007), est une méthode d'enquête permettant de recueillir le sens subjectif des actions et des expériences des individus, ainsi que d'explorer leurs systèmes de valeurs et leurs normes. Il se caractérise par une rencontre où les enquêteurs cherchent à établir un dialogue avec les participants pour obtenir des informations riches et fiables. Bien qu'il puisse sembler être un échange naturel, l'entretien en tant que technique d'enquête en sciences sociales nécessite une préparation rigoureuse, des compétences spécifiques et divers outils pour garantir son efficacité.¹⁹

L'entretien, en tant que méthode d'enquête, représente un processus complexe de communication et d'interaction humaine, mettant en jeu une relation directe entre deux individus en face-à-face. Contrairement à un simple questionnaire anonyme, il implique des rapports sociaux qui doivent être pris en considération. Chaque expression et représentation émanant de l'individu interrogé doit être interprétée en fonction de sa position sociale et des intérêts qui y sont associés, ce qui nécessite une première objectivation du discours.

Par ailleurs, les entretiens doivent être conçus dans le cadre d'une problématique de recherche et en lien avec les hypothèses formulées. Ils servent à recueillir des données et à identifier des indicateurs pertinents pour vérifier ou éventuellement remettre en question ces hypothèses, tout en ouvrant la voie à de nouvelles pistes de réflexion.²⁰

¹⁹Romy Sauvayre, Les méthodes de l'entretien en sciences sociales, Dunod 2013, p07.

²⁰https://ph13.uv.utc.fr/resources/Enquete/L_entretien_comme_methode_de_recherche, consulté le 16/03/2024 à 18H38

4. Echantillon de l'étude

Pirès voit l'échantillon comme désignant « une petite quantité de quelque chose pour éclairer certains aspects généraux du problème » (1997, p.122).²¹ »

L'échantillon de l'étude est constitué de tous les articles publiés dans le journal El Watan pendant l'année 2023, qui concernent l'entrepreneuriat vert dans le contexte du développement durable.

5. Les études antérieures

- **DamiaBouamara et YousriaBettache, L'entrepreneuriat en Algérie à travers la presse écrite : Cas pratique du journal EL WATAN, l'Université Abderrahmane Mira de Bejaia, 2019/2020.**

Dans une étude antérieure réalisée dans le cadre d'un mémoire de fin de cycle en Master de sociologie avec une option en Sociologie du Travail et de l'Organisation à l'Université Abderrahmane Mira de Bejaia, les chercheuses DamiaBouamara et YousriaBettache ont analysé l'entrepreneuriat en Algérie à travers la lentille de la presse écrite, en se concentrant sur le journal EL WATAN.

L'objectif principal de leur recherche était de comprendre les représentations et les perceptions de l'entrepreneuriat dans le contexte algérien tel que reflété par les articles publiés dans EL WATAN. Pour cela, Elles ont formulé plusieurs hypothèses concernant la manière dont l'entrepreneuriat est présenté dans la presse écrite algérienne et ont utilisé une méthode qualitative, en particulier l'analyse de contenu, pour examiner ces articles.

Les résultats de leur étude ont révélé que l'entrepreneuriat en Algérie est confronté à des défis majeurs d'ordre économique et sociologique, limitant ainsi sa réussite. Malgré les initiatives gouvernementales visant à soutenir l'entrepreneuriat, les articles analysés ont révélé des lacunes dans la couverture médiatique de cette activité, ainsi que des critiques concernant les politiques publiques en la matière.

²¹François Guillemette et Colette Baribeau, colloque de l'Association pour la recherche qualitative (ARQ) organisé dans le cadre du congrès de l'ACFAS 16 mai 2006, Université McGill, Montréal, p100.

En lien avec notre propre thème de recherche sur l'entrepreneuriat vert au prisme de la presse électronique algérienne, cette étude antérieure éclaire le contexte dans lequel notre analyse sera réalisée. Elle met en évidence les tendances et les lacunes dans le traitement médiatique de l'entrepreneuriat en Algérie, fournissant ainsi un cadre pour évaluer comment les médias abordent spécifiquement les aspects environnementaux et durables de l'entrepreneuriat. En nous appuyant sur ces résultats, nous pouvons mieux comprendre comment notre recherche contribuera à combler ces lacunes et à élargir la discussion sur l'entrepreneuriat vert dans le paysage médiatique algérien.

➤ **REZAIGUIA Karima, L'entrepreneuriat vert en Algérie Etude de cas du complexe Afak des énergies renouvelables, Université 8 Mai 1945 – Guelma, 2016/2017.**

Dans une étude antérieure réalisée dans le cadre d'un mémoire de fin de cycle pour l'obtention du Diplôme de Master Académique en Entrepreneuriat et Développement International à l'Université 8 Mai 1945 – Guelma, REZAIGUIA Karima a exploré les facteurs clés de réussite du projet entrepreneurial du Complexe Afak des énergies renouvelables.

Les objectifs de cette l'étude étaient de comprendre les motivations de la réussite du projet entrepreneurial, les aptitudes et attitudes contribuant au succès de l'entrepreneur, et les freins à l'entrepreneuriat vert en Algérie. Les hypothèses formulées incluaient le souhait de l'entrepreneur de devenir un leader sur le marché, la confiance en soi, la prise de risque et les motivations financières comme facteurs de succès, et l'absence de culture entrepreneuriale comme frein au succès des projets éco-entrepreneuriaux. La méthodologie de recherche comprenait l'analyse de diverses sources, telles que des ouvrages et des documents électroniques, ainsi que des statistiques fournies par différentes organisations (ANSEJ, ANJEM, CNAC, ANDI). L'étude a été divisée en deux chapitres : le premier chapitre traite de l'entrepreneuriat et du développement durable, et le deuxième chapitre est consacré à l'étude de cas du complexe Afak, avec une présentation des statistiques et des résultats obtenus.

Les résultats ont révélé que la confiance en soi, la prise de risque et les motivations financières sont effectivement des facteurs déterminants de la réussite (confirmant H2), tandis que l'absence de culture entrepreneuriale et environnementale, ainsi que des problèmes de financement avec intérêts, sont des freins significatifs à l'entrepreneuriat vert en Algérie (confirmant H3).

Notre propre recherche sur "l'entrepreneuriat vert au prisme de la presse électronique algérienne : étude de cas du journal El Watan pendant l'année 2023" tire profit de cette étude antérieure en fournissant des insights précieux sur les motivations et les obstacles rencontrés par les entrepreneurs verts en Algérie, en enrichissant notre compréhension des défis structurels et des opportunités dans ce secteur. Alors que l'étude précédente se concentre sur les facteurs internes de réussite des projets d'entrepreneuriat vert, notre recherche se focalise sur la représentation médiatique de ces initiatives. En examinant la couverture médiatique par El Watan, nous pouvons évaluer comment les médias influencent la perception publique et la sensibilisation à ce secteur. Cette complémentarité aide à identifier les écarts entre la réalité des entrepreneurs verts et leur représentation médiatique.

Les recommandations de l'étude antérieure, telles que la nécessité d'accompagnement et de financements adaptés, ainsi que la promotion de la culture entrepreneuriale, fournissent un cadre pour notre analyse. En évaluant la manière dont El Watan couvre ces aspects, nous pourrions formuler des recommandations pour une couverture médiatique plus efficace et pour encourager l'entrepreneuriat vert en Algérie. En nous appuyant sur les résultats de cette étude, nous pouvons mieux comprendre comment notre recherche contribuera à élargir la discussion sur l'entrepreneuriat vert dans le paysage médiatique algérien.

➤ **BoukendoulHinda et Kernou Mounir, L'entrepreneuriat vert : Cas des PME de recyclage dans la wilaya de Bejaia, Université Abderrahmane Mira de Bejaia, 2019-2020.**

Dans une étude antérieure intitulée "L'entrepreneuriat vert : Cas des PME de recyclage dans la wilaya de Bejaia", préparée par BoukendoulHinda et Kernou Mounir pour l'obtention du diplôme de Master Académique en Entreprenariat et développement international à l'Université 8 Mai 1945 – Guelma, les chercheurs ont exploré les facteurs clés de succès des PME de recyclage à Bejaia.

Les résultats de leur étude ont révélé que les entreprises de recyclage contribuent effectivement à la protection de l'environnement en réduisant la pollution et les déchets. La faible concurrence et les avantages fiscaux ont été identifiés comme des motivations importantes pour

les entrepreneurs. Cependant, seulement une minorité d'entre eux a cité la protection de l'environnement comme motivation principale.

En lien avec notre propre thème de recherche sur "l'entrepreneuriat vert au prisme de la presse électronique algérienne : étude de cas du journal El Watan pendant l'année 2023", cette étude antérieure offre un contexte précieux pour notre analyse. Elle met en lumière les motivations et les obstacles des entrepreneurs verts, ce qui permet de mieux comprendre les défis structurels et les opportunités dans ce secteur. Notre recherche se concentre sur la représentation médiatique de ces initiatives, en examinant comment El Watan traite et influence la perception publique de l'entrepreneuriat vert. En nous appuyant sur les résultats de l'étude de Boukendoul et Kernou, nous pouvons évaluer comment les médias abordent les aspects environnementaux et durables de l'entrepreneuriat, et ainsi contribuer à combler les lacunes dans le traitement médiatique de l'entrepreneuriat vert en Algérie.

**Deuxième partie :
Cadre théorique.**

Chapitre 01 : Genèse de l'entrepreneuriat vert dans le monde .

Introduction

Dans le paysage complexe de l'économie mondiale, l'entrepreneuriat se présente comme un catalyseur incontestable du changement et de l'innovation. Alors que la mondialisation a remodelé les contours de l'économie mondiale, nous examinerons les changements fondamentaux qui ont créé un terrain fertile pour l'émergence de nouvelles formes d'entrepreneuriat .Au cœur de cette transformation, l'entrepreneur vert se dresse comme une réponse incontournable aux défis environnementaux contemporains, redéfinissant les normes commerciales et promettant un avenir durable.

Section 01:La place de l'environnement dans l'économie contemporaine.

Les limites environnementales transcendent les frontières, un aspect inhérent à la mondialisation. Les polluants se propagent via les vents, courants et rivières. La régulation amont d'un fleuve influence les ressources en eau en aval. La destruction d'un patrimoine local impacte la diversité génétique mondiale. Ainsi la protection de la nature entre en conflit avec les normes du commerce international, et la montée de phénomènes écologique mondiaux nécessite une gestion collective. L'écologie émerge dans les relations internationales, tant sur le plan diplomatique qu'économique.²²

1. vers une économie durable initiatives et dynamiques globales

1.1. Les principaux accords internationaux :

L'environnement mondial est aujourd'hui confronté à des défis sans précédent, parmi lesquels le changement climatique, la perte de biodiversité et la dégradation des écosystèmes figurent en tête de liste. En réponse à ces enjeux cruciaux, la communauté internationale a mobilisé ses efforts pour élaborer un ensemble de traités et d'accords visant à protéger notre planète et à promouvoir un développement durable. Ce domaine, devenu majeur dans le cadre des relations internationales, se caractérise par la mise en place de plus de 500 traités et accords, dont environ

²²pierreBezbakh et Sophie Gheradi , Dictionnaire de l'économie,Larousse,p.40.

300 revêtent un caractère régional, soulignant ainsi l'ampleur de l'engagement mondial envers la protection de l'environnement.²³

Parmi ces initiatives, quelques-unes se distinguent par leur impact significatif et leur portée mondiale. La première conférence majeure des Nations unies consacrée à l'environnement s'est tenue à Stockholm en 1972, marquant le point de départ du concept d'« écodéveloppement ». Cette réunion précoce avait pour objectif de trouver un équilibre entre la croissance économique et la préservation des ressources naturelles. Elle a eu des répercussions significatives, incitant à la création de ministères de l'Environnement dans les États qui ne les avaient pas encore établis. De plus, cette conférence a conduit à la création de ministères de l'Environnement dans les États qui en étaient encore dépourvus. Elle a débouché sur la création du Programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE) et du Programme des Nations unies pour le développement (PNUD).²⁴

Le sommet de la Terre de Rio de Janeiro en 1992 a réuni 178 pays pour définir les principes du développement durable. Comme l'a dit Jamsheed Marker, ambassadeur du Pakistan aux États-Unis, «Ce n'est que le début du chemin. Nous allons faire notre maximum».Ce sommet a donné naissance à la Convention-cadre des Nations unies sur les changements climatiques (CCNUCC), dont les pays signataires se rencontrent chaque année lors de «conférences des parties» (COP) pour faire le bilan des actions menées et fixer de nouveaux objectifs .²⁵

Un complément essentiel à la CCNUCC est l'accord de Kyoto, Il a fixé des objectifs contraignants de réduction des émissions de gaz à effet de serre pour les pays industrialisés²⁶,

La 6e Conférence des Parties au Japon en 1997 a adopté le Protocole de Kyoto, soulignant la nécessité d'une action internationale pour réduire les émissions de gaz à effet de serre responsables du réchauffement planétaire. Signé par 180 pays, le texte impose des obligations

²³<https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/ratifications.pdf> consulté le 02/03/2024 à 12h:03.

²⁴Jean-Claude Zarka ,Relationsinternationales,Ellipses, 2020,p227.

²⁵<https://www.ina.fr/ina-eclair-actu/1992-le-sommet-de-la-terre-de-rio> .consulté le 02/03/2024 à 17h:54.

²⁶Béatrice Quenault ,Protocole de kyoto et gouvernance écologique mondiale : enjeux et perspectives des engagements, poste-2012, édition de boeck supérieure ,2006(N°136),P29.

aux 38 pays développés, les obligeant à réduire leurs émissions entre 2008 et 2012 de 5,2 % par rapport à 1990. Bien que le protocole incarne la politique de développement durable, son entrée en vigueur a nécessité du temps. Actuellement, 192 parties, dont 191 États et une organisation économique régionale (UE), ont ratifié le protocole. La première période d'engagements (2008-2012) a ouvert la voie à des négociations ultérieures lors des Conférences des Parties, montrant que le processus de réduction des émissions de gaz à effet de serre se poursuit après le Protocole de Kyoto.²⁷

L'accord de Paris, conclu lors de la COP21 en 2015, fixe un objectif majeur ; limiter l'élévation de la température mondiale "bien en dessous de 2 degrés Celsius par rapport aux niveaux préindustriels" et poursuivre les efforts pour la limiter à 1,5 degré Celsius. Les contributions nationales (INDC) détaillent les actions spécifiques des pays pour atténuer les émissions de gaz à effet de serre, avec une révision périodique tous les cinq ans. Le mécanisme de révision vise à accroître progressivement l'ambition climatique. L'accord prévoit un financement significatif pour aider les pays en développement dans leurs actions climatiques, avec l'objectif de mobiliser 100 milliards de dollars par an d'ici à 2020. La transparence des rapports d'émissions, la responsabilité commune mais différenciée, l'adaptation aux impacts inévitables du changement climatique et la promotion de la neutralité carbone dans la deuxième moitié du XXIe siècle sont autant d'éléments clés de cet accord universel.²⁸ En somme, l'Accord de Paris représente une approche mondiale concertée pour atténuer le changement climatique, renforcer la résilience et mobiliser des ressources financières, avec une vigilance accrue grâce à des révisions régulières.

Au-delà du climat, La Convention sur la diversité biologique (CDB), établie en 1992, cherche à protéger les différentes formes de vie sur Terre. En 2000, elle a été renforcée par un accord sur la prévention des risques liés à la biotechnologie. En 2010, lors d'une réunion à Nagoya, au Japon, des représentants de 193 pays liés par la CDB ont conclu un accord important. Cet accord, connu sous le nom d'Accord de Nagoya, vise à ralentir la disparition des espèces d'ici à 2020. Il

²⁷Anne Rainaud, Dictionnaire Collectivités territoriales et Développement Durable (2017), P399.

²⁸Marion Lemoine-Schonne, Revue juridique de l'environnement,2016/1(Volume 41),p 45.

inclut un "plan stratégique" en 20 points et un protocole sur l'accès aux ressources génétiques et le partage des avantages qui en découlent.

Cependant, le protocole APA (Accès et Partage des Avantages) issu de huit ans de négociations ne s'applique pas aux États-Unis, qui n'ont pas ratifié la CDB, et il n'est pas très contraignant. En 2012, lors d'une autre réunion en Inde, les pays développés ont promis de doubler leurs contributions d'ici à 2015 pour aider les pays du Sud à protéger la biodiversité. Malheureusement, le document final de la réunion n'a pas spécifié le montant de ces contributions.

D'autres conventions, telles que la Convention de Ramsar sur les zones humides, la Convention des Nations Unies sur la désertification (CNULD) et la Convention de Bâle sur le contrôle des mouvements transfrontalières de déchets dangereux et leur élimination²⁹, témoignent de l'ampleur et de la diversité des efforts déployés à l'échelle mondiale pour préserver notre planète.

Ces traités internationaux et accords multilatéraux forment un socle solide pour la coopération mondiale en matière environnementale.

1.2. transition énergétique :

La transition énergétique représente un pivot majeur vers une économie plus durable, mettant l'accent sur des sources d'énergie propres et renouvelables pour réduire l'impact environnemental.

La "transition énergétique" désigne le passage progressif de certaines sources d'énergie (notamment les fossiles et parfois le nucléaire) à d'autres plus durables, comme les énergies renouvelables. Apparue dans les années 1980 en Allemagne, cette idée émerge dans un contexte où les préoccupations environnementales et climatiques gagnent en importance. Au-delà de ses aspects écologiques, la transition énergétique intègre des dimensions économiques et sociales, visant à créer un système énergétique plus durable selon le concept énoncé dans le rapport Brundtland de 1987 de l'ONU.³⁰

²⁹ Jean-Claude Zarka, Relations internationales, Ellipses, 2020, p230,234.

³⁰ <https://www.connaissancedesenergies.org/questions-et-reponses-energies/quappelle-t-exactement-la-transition-energetique#notes>; consulter le 09 /03/2024 à 13H26.

Le secteur de l'énergie, traditionnellement résistant au changement, connaît actuellement une transition dynamique. Les pressions liées aux changements climatiques, à la pauvreté énergétique et à la sécurité énergétique ont élevé l'adoption généralisée des énergies renouvelables en solution essentielle. Grâce à des facteurs politiques, aux avancées technologiques et à la coopération internationale, ces technologies sont passées de niches à des acteurs majeurs, surtout au cours de la dernière décennie. Même face à la pandémie de COVID-19, les systèmes basés sur les énergies renouvelables ont démontré une résilience remarquable, soulignant la fiabilité des systèmes électriques à forte composante solaire et éolienne.³¹

Tandis que la croissance rapide de la consommation énergétique mondiale, alimentée principalement par les énergies fossiles, a eu des conséquences graves, notamment une augmentation des émissions de gaz à effet de serre et des changements climatiques.³²

Cependant, une transition significative s'observe aujourd'hui, car les technologies de production d'énergie renouvelable dominent désormais le paysage énergétique mondial. Le recours massif à ces sources d'électricité, devenues les plus abordables sur de nombreux marchés (figure 01), a permis d'ajouter un record de 260 gigawatts (GW) de capacité de production à base d'énergies renouvelables en 2020. Cette tendance positive offre une voie prometteuse vers une décarbonation rapide du secteur de l'électricité, marquant ainsi un changement crucial dans la lutte contre les enjeux énergétiques et climatiques mondiaux.³³

³¹IRENA (2021), Perspectives pour les transitions énergétiques mondiales : Trajectoire vers l'objectif de 1.5°C, Agence internationale pour les énergies renouvelables, P07, Abou Dhabi.

³²La transition énergétique en Méditerranée , ThiziriHammiche, Rives méditerranéennes 2015/2 (n° 51).

³³IRENA (2021), Perspectives pour les transitions énergétiques mondiales : Trajectoire vers l'objectif de 1.5°C, Agence internationale pour les énergies renouvelables, P07, Abou Dhabi.

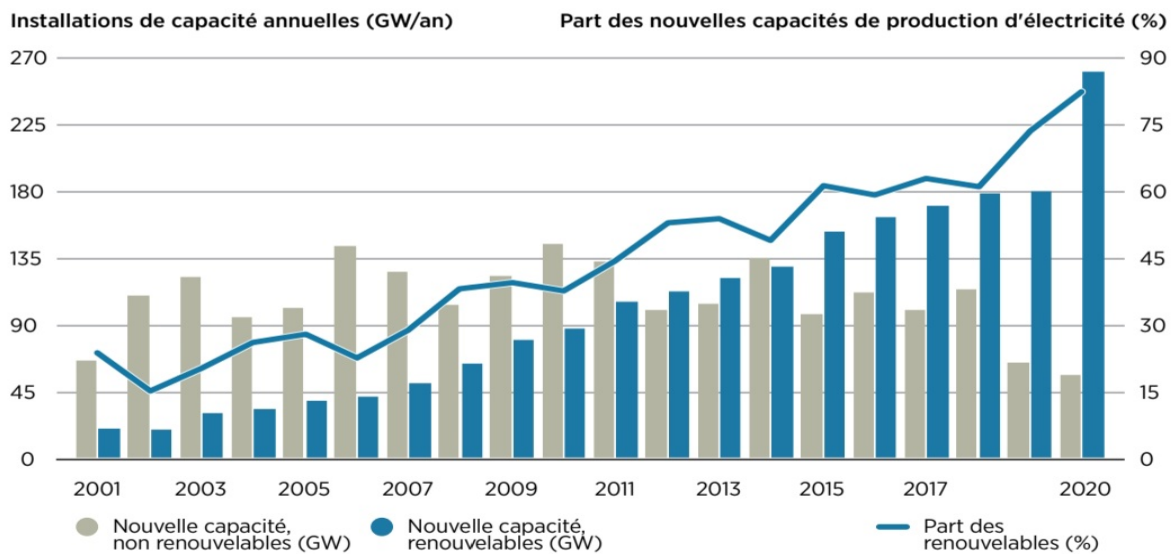


Figure 4 : Part de la capacité, 2001-2020.

Source : Statistiques de l'IRENA concernant les énergies renouvelables.

La transition énergétique devient un élément crucial pour construire une économie moderne plus écologique. Son évolution montre un changement important dans la façon dont nous percevons l'énergie, habituellement réticente au changement. Les pressions croissantes dues aux problèmes climatiques, à la précarité énergétique et à la sécurité énergétique ont conduit à une adoption généralisée des énergies renouvelables, les positionnant comme une solution incontournable.

1. 3.évaluation des impacts économiques :

L'économie durable, force motrice du changement économique contemporain, sculpte une nouvelle réalité où les décisions financières ne sont pas seulement des choix pragmatiques, mais des leviers puissants pour façonner un avenir équilibré. Ainsi, il devient essentiel d'explorer de près les retombées concrètes de cette transition économique. Dans cette optique, examinons de près comment l'économie durable influence les investissements, la création d'emplois verts et stimule l'innovation technologique. Cette évaluation nous guidera à travers les impacts tangibles de cette évolution économique, éclairant la voie vers une compréhension approfondie des transformations que nous observons dans le paysage économique mondial. L'économie durable

guide les investissements vers des projets verts, comme les énergies renouvelables, pour promouvoir une économie respectueuse de l'environnement. En mettant l'accent sur la finance verte avec des fonds et des institutions dédiées, elle encourage l'innovation dans le domaine environnemental en finançant la recherche de technologies écologiques. L'économie durable vise à générer des avantages sociaux et environnementaux, dépassant la simple rentabilité financière. Des études montrent que les entreprises axées sur des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance peuvent être compétitives financièrement. La rentabilité des investissements verts ne se mesure pas seulement financièrement, mais aussi en termes d'impact positif sur la société et l'environnement. Il est essentiel d'évaluer les risques liés au changement climatique dans les décisions d'investissement à long terme. Des organisations internationales telles que l'ONU, la Banque mondiale, l'OCDE et le FMI collaborent avec les gouvernements et les institutions financières pour encourager les investissements durables. Les institutions financières internationales, comme les banques vertes* et les fonds verts**, jouent un rôle crucial en fournissant les financements nécessaires pour soutenir les projets verts, contribuant ainsi à la transition vers une économie verte.³⁴

En 2019, sur les 58 millions d'emplois liés à l'énergie dans le monde, environ 20 % étaient dans les énergies renouvelables. Ces chiffres marquent un changement dans les tendances mondiales de l'emploi lié à l'énergie. Depuis 2012, le nombre d'emplois dans les énergies renouvelables a augmenté, passant de 7,3 millions à 11,5 millions en 2019. Pendant ce temps, les emplois dans d'autres secteurs de l'énergie ont diminué en raison de l'automatisation, de la compétitivité réduite de certains combustibles et des changements sur les marchés. De plus, la transition vers les énergies renouvelables a eu un impact positif sur la diversité des emplois, avec 32 % de femmes employées dans ce secteur, comparé à seulement 22 % dans le secteur pétrolier et gazier. (Figure 02)³⁵

³⁴<https://solutions.lesechos.fr/financement-assurance/c/la-finance-verte-son-impact-et-son-importance-dans-leconomie-durable-41963/>. Consulté le 10/03/2024 à 21H36.

³⁵ IRENA (2021), Perspectives pour les transitions énergétiques mondiales : Trajectoire vers l'objectif de 1.5°C, Agence internationale pour les énergies renouvelables, p09, Abou Dhabi.

*Les banques vertes, également connues sous le nom de banques éthiques, sont des institutions financières qui se distinguent par leur engagement à équilibrer la recherche du profit avec des considérations environnementales et sociales, tant dans leur fonctionnement interne que dans leurs activités d'investissement. Ces banques servent aussi bien les particuliers que les entreprises et font partie intégrante du système de la finance durable. <https://bigmedia.bpifrance.fr/nos-dossiers/banque-ethique-verte-ou-ecologique-de-quoi-sagit-il> Consulté le 15/03/2024 à 10H.

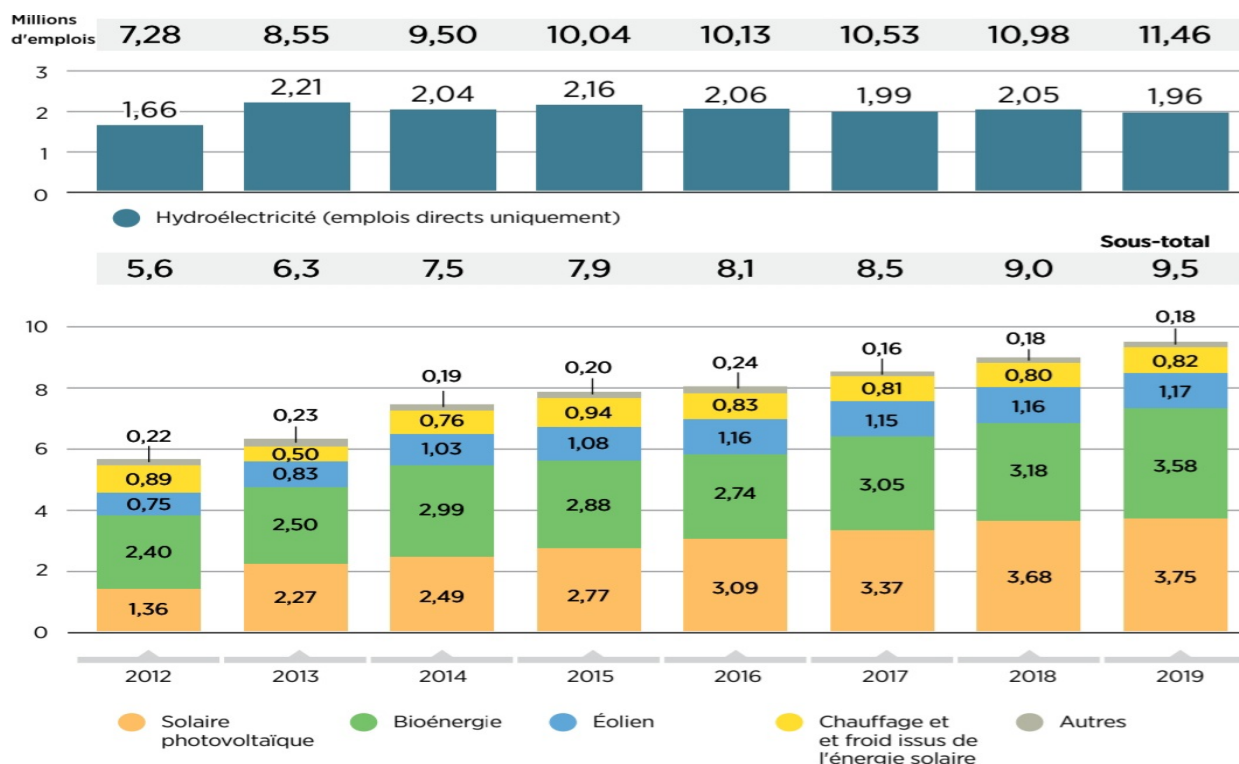


Figure 5 : L'emploi dans les énergies renouvelables à travers le monde, technologie par technologie, 2012-2019.

Source : IRENA, 2020.

En conclusion l'économie durable est un moteur puissant de transformation, influençant les investissements vers des initiatives respectueuses de l'environnement, créant des emplois dans les énergies renouvelables et stimulant l'innovation. Cette transition économique vers la durabilité ne se mesure pas uniquement en termes financiers, mais aussi par les bénéfices sociaux et environnementaux qu'elle engendre. Les efforts concertés des organisations internationales et des institutions financières contribuent à façonner un avenir où l'économie verte devient la norme. En observant les tendances de l'emploi, notamment la croissance des emplois verts, nous constatons

**Selon Novethic, une filiale de la Caisse des Dépôts et Consignations, le Fonds vert est un portefeuille financier composé d'obligations et d'actions d'entreprises dont le chiffre d'affaires est généré par des activités ayant un impact positif sur l'environnement. Ces activités peuvent inclure la gestion des déchets, la production d'énergie ou la préservation de l'eau, entre autres exemples.
https://societefiduciaire.com/quest-ce-que-le-fonds-vert/?doing_wp_cron. Consulté le 15/03/2024 à 10H30.

les répercussions positives de cette évolution vers un équilibre plus harmonieux entre l'économie, la société et l'environnement.

Section 02 :L'entrepreneuriat vert à la croisée du développement durable, l'économie circulaire, la responsabilité sociale des entreprises.

L'entrepreneuriat vert est un mouvement dynamique qui transcende les frontières traditionnelles de l'entreprise, en intégrant des principes de durabilité, d'innovation et de responsabilité sociale dans chaque aspect de ses activités. En embrassant cette approche, les entrepreneurs verts s'engagent à créer des produits et services qui répondent aux besoins du présent sans compromettre les possibilités des générations futures. De plus, en favorisant la collaboration et la coopération avec d'autres acteurs de la société, tels que les gouvernements, les ONG et les communautés locales, ils contribuent à créer un écosystème propice à la transition vers une économie plus verte et inclusive. En somme, l'entrepreneuriat vert offre une vision inspirante et pragmatique pour relever les défis complexes de notre époque, tout en ouvrant de nouvelles perspectives d'innovation et de progrès durable.

1. Concepts de base sur l'entrepreneuriat vert

La littérature académique concernant l'entrepreneuriat d'une manière général et l'entrepreneuriat vert d'une manière spécifique présente une multitude de définitions, reflétant la complexité et la diversité de ce domaine d'étude.

1.1.Définition de l'entrepreneuriat :

Selon VERSTRAETE (2000) « *L'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduit à une simple définition, son intelligibilité nécessitant une modélisation. Cette complexité exclut la possibilité d'une délimitation stricte et univoque de ses frontières sémantiques* ». ³⁶

³⁶Verstraete. T, « histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », 2000, Edition EMS,N04, p11.

1.2. Définition de l'entrepreneuriat vert :

Définir l'entrepreneuriat vert présente un défi, notamment en raison de sa nouveauté relative et de la diversité des approches qui lui sont associées. Depuis les années 90, cet intérêt croissant pour l'entrepreneuriat vert se manifeste par une prolifération de documents et une variété de termes utilisés pour le décrire, tels que l'éco-entrepreneuriat, l'entrepreneuriat environnemental, le développement durable ou encore l'entrepreneuriat écologique. Au cœur de cette approche se trouve la création d'entreprises qui intègrent des pratiques respectueuses de l'environnement. Voici un éventail de définitions illustrant la complexité et la diversité de l'entrepreneuriat vert.

Selon **Dean et McMullen (2007)** : l'entrepreneuriat environnemental consiste à « découvrir, évaluer et exploiter les opportunités économiques qui sont présentes dans les défaillances du marché ayant trait à l'environnement ».³⁷

Selon **LYOUBI, M (2019)**:« *L'entrepreneuriat vert est un choix d'engagement dans une économie verte. Il englobe les activités économiques, technologies, produits et services moins polluants qui visent à réduire durablement les émissions de gaz à effet de serre et l'empreinte écologique, minimiser la pollution et économiser les ressources* ».³⁸

1.3. Développement durable :

Selon **La Commission Mondiale pour l'environnement et le développement (1987)** le développement durable est « *le développement qui satisfait les besoins de succès de la génération présente sans compromettre les attentes des générations futures de satisfaire leurs propres besoins* ».³⁹

³⁷ CONTRERAS GUZ, M, MESSEGHEM, K, CATANZARO, A, « L'entrepreneuriat vert : une approche bibliométrique », XXVIIe Conférence Internationale de Management Stratégique, Montpellier, 6-8 juin 2018, p3.

³⁸LYOUBI, M, « synthèse des liens, n7 : Entrepreneuriat vert en Afrique francophone », avril 2019, p2.

³⁹<https://www.cairn.info/dictionnaire-collectivites-territoriales-et-develo>. Consulté le 10.03.2024 à 21.53.

Le développement durable se fonde sur **3 piliers** :

- Le **pilier économique** qui vise à faire diminuer l'extrême pauvreté tout en garantissant un emploi justement rémunéré pour tous ;
- Le **pilier environnemental** dont l'objectif est de veiller à la sauvegarde de l'équilibre naturel de la planète tout en limitant l'impact des activités humaines sur la planète ;
- Le **pilier social** qui garantit l'accès aux ressources et services de base à tous.⁴⁰

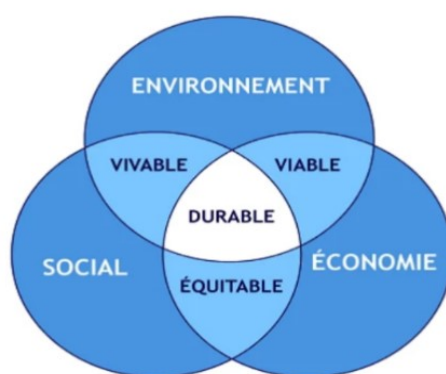


Figure 6 : les 3 piliers du développement durable.

Source : climate.selectra.com/fr/comprendre/developpement-durable.

1.4. L'économie circulaire :

L'économie circulaire se définit comme un modèle de production et de consommation axé sur le partage, la réutilisation, la réparation, la rénovation et le recyclage des produits et des matériaux existants, afin de préserver leur valeur le plus longtemps possible. Cette approche vise à prolonger le cycle de vie des produits, limitant ainsi l'utilisation de nouvelles matières premières et la génération de déchets.

En pratique, cela se traduit par une minimisation des déchets. Lorsqu'un produit atteint la fin de sa vie utile, les composantes qui le constituent sont maintenues dans le circuit économique grâce au recyclage, permettant ainsi leur réutilisation pour créer de la valeur à nouveau.⁴¹

⁴⁰<https://climate.selectra.com/fr/comprendre/developpement-durable>. Consulté le 10.03.2024 à 22.06.

⁴¹<https://climatepromise.undp.org/fr/news-and-stories/what-is-circular-economy-and-how-it-helps-fight-climate-change> consulter le 10/03/2024 à 22:30.

L'économie circulaire d'après Christian de Perthuis : est une approche qui vise à économiser et recycler les matières premières pour éviter leur épuisement. Elle encourage le réemploi des rejets industriels et cherche à maximiser l'efficacité dans l'utilisation des ressources, favorisant ainsi une transition durable de l'économie contemporaine en harmonie avec les cycles naturels de régulation.⁴²

1.5. La responsabilité sociale des entreprises :

La définition de la responsabilité sociale des entreprises (RSE) présentée par la Commission européenne dans son Livre vert est largement utilisée.

Le Livre vert définissait la RSE comme « l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes ».⁴³

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) intègre la RSE dans un contexte de développement durable.

Selon le **WBCSD, la RSE est** « l'engagement continu des entreprises à agir correctement sur le plan de l'éthique et de contribuer au développement économique, tout en améliorant la qualité de vie de ses employés et de leurs familles, de la collectivité locale et de l'ensemble de la société ». Même dans cette formulation, la RSE est considérée comme une des trois responsabilités clés des entreprises, y compris la responsabilité économique et la responsabilité environnementale.

⁴²L'économie circulaire : les enjeux économiques d'une transition écologique, Christian de Perthuis, Annales des Mines - Responsabilité et environnement Éditeur : ESKA2014/4 (N° 76), p23.

⁴³ Ivana Rodić, Responsabilité sociale des entreprises – le développement d'un cadre européen, Mémoire présenté pour l'obtention du Diplôme d'études approfondies en études européenne, INSTITUT EUROPEEN DE L'UNIVERSITE DE GENEVE, Genève, avril 2007, p12.



Figure 7 :La responsabilité sociale des entreprises

Domaine de responsabilité de l'entreprise :

La Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) vise à intégrer des préoccupations éthiques, sociales et environnementales dans la stratégie globale d'une entreprise, avec pour ambition de réduire ses impacts négatifs tout en amplifiant ses retombées positives sur son écosystème.⁴⁴

L'entrepreneuriat vert combine le développement durable, l'économie circulaire et la responsabilité sociale d'entreprise (RSE). Cette approche globale vise à trouver un équilibre entre la rentabilité financière, la protection de l'environnement et le bien-être social. En unissant ces éléments, l'entrepreneuriat vert cherche à utiliser les ressources de façon optimale, à réduire les déchets et à favoriser l'équité sociale et environnementale, tout en encourageant l'innovation et la croissance économique durable.

⁴⁴ Les Cahiers de l'Actif, Colette Doumenc, Actif 2023/1-2, p48.

A- Synergie.

B-Interconnexion.

C-Intégration.

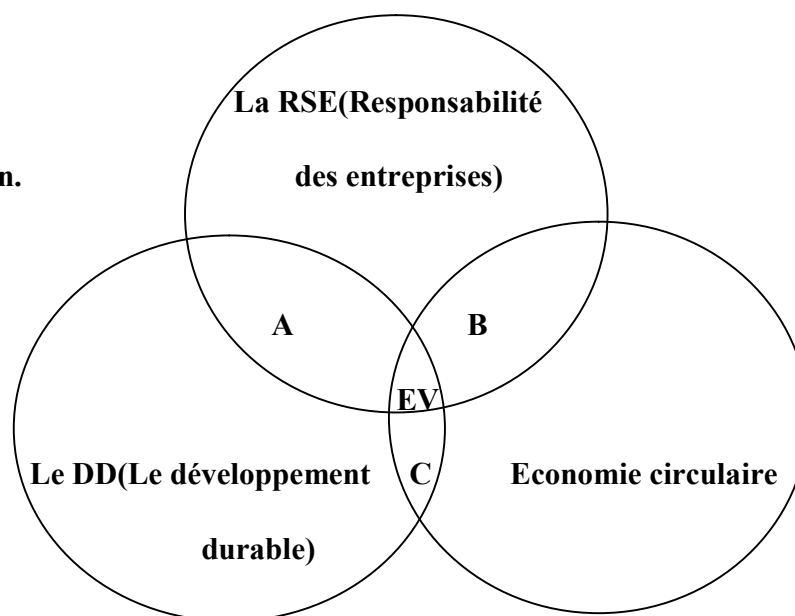


Figure 8 : La relation entre RSE, DD et L'économie circulaire dans le contexte d'EV (Entrepreneuriat vert).

Section 03 : Les expériences d'entrepreneuriat vert à travers le monde.

L'entrepreneuriat vert s'affirme comme un impératif mondial dans la quête d'un développement durable et équilibré à l'échelle planétaire. À travers les continents, des initiatives innovantes émergent, illustrant un engagement croissant envers la préservation de l'environnement et la promotion de pratiques commerciales responsables. De l'Afrique à l'Amérique en passant par l'Europe et l'Asie, des entrepreneurs visionnaires explorent de nouvelles voies pour concilier croissance économique et respect de la planète. Cette section explore ces expériences d'entrepreneuriat vert à travers le monde, mettant en lumière les succès, les défis et les opportunités qui façonnent notre avenir commun.

1.L'Afrique

L'Afrique, bien que non encore industrialisée, est confrontée à des défis majeurs en matière de pollution et de développement durable. En effet, dès 2013, la pollution de l'air représentait un coût considérable pour le continent, totalisant 447 milliards de dollars USD, soit un tiers de son produit intérieur brut (PIB). Outre ses impacts économiques, cette pollution entraîne des décès prématurés, mettant en péril la santé des populations. Pour remédier à cette situation et réduire les

coûts associés, les gouvernements africains sont invités à cesser de subventionner les énergies fossiles et les secteurs économiques polluants. Au lieu de cela, ils sont encouragés à investir dans des systèmes énergétiques à faibles émissions de carbone, tels que l'éolien, le solaire et l'hydroélectricité, ainsi que dans des systèmes hors réseaux et mini-réseaux.

En effet, ces alternatives permettraient aux pays africains d'accroître leur capacité de production d'électricité tout en réduisant leur impact environnemental. De plus, investir dans des technologies à faibles émissions de carbone permettrait d'éviter les coûts considérables associés à l'adaptation des infrastructures et aux conséquences de la pollution sur la santé, l'économie et l'environnement. Parallèlement, il est essentiel de promouvoir des politiques "vertes" ciblant des aspects clés du développement industriel, tels que le transport, l'efficacité énergétique, l'eau et l'assainissement.

Dans cette optique, des initiatives telles que le Centre national pour une production plus propre au Kenya, fondé en partenariat avec l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI), illustrent le potentiel de l'entrepreneuriat vert en Afrique. Ce centre offre des services de formation, de mise en œuvre de projets et de conseil aux entreprises afin d'améliorer leur productivité tout en réduisant leur impact environnemental. Par exemple, en évaluant les pratiques de 90 entreprises dans plus de 20 secteurs industriels, le centre a contribué à réduire en moyenne de 20 % les rejets de polluants et la consommation d'énergie et d'eau.

En outre, l'Afrique a la possibilité de s'engager sur la voie de l'industrialisation verte, favorisant une croissance économique durable, l'inclusion sociale et la lutte contre la pauvreté, tout en atténuant les risques climatiques. Les politiques d'industrialisation verte peuvent ainsi prévenir les dommages environnementaux résultant des processus d'industrialisation traditionnels, tout en renforçant la résilience face aux défis environnementaux actuels et futurs. En effet, plusieurs évolutions technologiques et des marchés peuvent être favorables à une industrialisation s'accompagnant de faibles coûts environnementaux, offrant ainsi de nouvelles opportunités pour l'entrepreneuriat vert en Afrique.⁴⁵

⁴⁵ Perspectives économiques en Afrique , ENTREPRENEURIAT ET INDUSTRIALISATION, 2017,p181,206.

2.L'Europe

L'Europe se positionne à l'avant-garde de l'entrepreneuriat vert en adoptant une approche proactive pour répondre aux défis environnementaux et encourager l'innovation dans le domaine de la durabilité. À travers des politiques ambitieuses et des réglementations rigoureuses, l'Union européenne s'est engagée à transformer son modèle économique vers une économie circulaire d'ici 2050.

- Une Feuille de Route pour une Utilisation Efficace des Ressources :

La feuille de route pour une Europe efficace dans l'utilisation des ressources s'inscrit dans l'initiative phare relative à l'utilisation efficace des ressources de la stratégie Europe 2020. Elle vise à promouvoir une croissance durable en favorisant une utilisation efficace des ressources et en réduisant l'empreinte écologique de l'Union.

- Gestion et Prévention des Déchets :

L'Union européenne a mis en place des directives et des réglementations strictes pour promouvoir la gestion durable des déchets et réduire la mise en décharge. La directive-cadre sur les déchets et la réforme de la politique de gestion des déchets textiles témoignent de l'engagement de l'Europe en faveur de l'économie circulaire.

- Transition vers des Matériaux Durables :

La législation européenne vise à encourager l'utilisation de matériaux durables et recyclables dans la conception des produits. Des initiatives telles que le règlement relatif aux batteries et la stratégie pour des textiles durables et circulaires illustrent l'accent mis par l'Europe sur l'innovation dans les matériaux et la conception des produits.

- Promotion de l'Innovation et de l'Investissement :

L'Europe soutient activement l'innovation et l'investissement dans les technologies et les entreprises vertes. Le nouveau plan d'action en faveur de l'économie circulaire et le pacte vert pour l'Europe offre un cadre stratégique pour stimuler l'innovation et créer des opportunités d'investissement dans les secteurs de la durabilité.

- Législation et Engagements Internationaux :

L'Europe s'engage à renforcer sa coopération internationale et à promouvoir des normes environnementales élevées à l'échelle mondiale. Des accords tels que la directive sur les matières plastiques dans une économie circulaire et les restrictions sur les plastiques à usage unique témoignent de l'engagement de l'Europe à lutter contre la pollution plastique et à promouvoir la durabilité à l'échelle mondiale.

En résumé, l'expérience de l'Europe dans l'entrepreneuriat vert est caractérisée par une approche holistique visant à intégrer la durabilité dans tous les aspects de l'économie et de la société. Grâce à des politiques progressistes, des réglementations strictes et des initiatives innovantes, l'Europe se positionne comme un leader mondial dans la transition vers une économie circulaire et durable.⁴⁶

3.L' Asie

L'Asie émergente offre des perspectives prometteuses pour l'entrepreneuriat vert. Avec une économie en rapide évolution et l'émergence de secteurs tels que le commerce électronique, les technologies vertes et les services financiers, la région présente un fort potentiel pour les entreprises axées sur le développement durable et l'innovation environnementale. Les investisseurs sont encouragés à avoir une exposition directe aux entreprises asiatiques et à privilégier la gestion active pour tirer parti des opportunités offertes par les marchés émergents de la région. De plus, les devises asiatiques sont actuellement sous-évaluées par rapport au dollar américain, offrant une opportunité supplémentaire pour les entreprises et les investisseurs dans la région.⁴⁷

Lors de la Conférence régionale sur les emplois verts qui s'est tenue à Surabaya, en Indonésie, du 29 au 31 août 2012, les représentants des gouvernements, des employeurs et des travailleurs de dix pays asiatiques se sont réunis pour discuter des moyens de favoriser les emplois verts et de leur intégration dans les politiques nationales et régionales. Les discussions ont souligné la nécessité de renforcer les capacités et la formation, de reproduire les modèles réussis d'emplois

⁴⁶<https://www.europarl.europa.eu/factsheets/fr/sheet/76/utilisation-efficace-des-ressources-et-economie-circulaire>, Consulté le 25/03/2024 à 18H.

⁴⁷<https://am.pictet/fr/belgium/global-articles/2021/expertise/marches-emergents/montee-en-puissance-des-marches-emergents-d-asie/tab/Apercu>, consulté le 28/02/2024.

verts et d'intégrer les jeunes sur le marché du travail vert. Les participants ont également souligné l'importance de la coopération nationale et régionale pour promouvoir les politiques en faveur des emplois verts, développer les compétences, stimuler le développement économique local et assurer une protection sociale adéquate.

Dans le cadre de ces efforts, l'entrepreneuriat vert en Chine est un exemple inspirant. Le programme Green Business Options (GBO) incite les jeunes entrepreneurs potentiels chinois à créer des projets d'entreprises respectueux de l'environnement, économiquement viables et socialement justes. Lancé en 2010 en collaboration avec le ministère des Ressources humaines et de la Sécurité sociale en Chine, le GBO a bénéficié à des milliers de jeunes lors de sa phase pilote (2010-2012) dans cinq provinces chinoises. Ce programme, soutenu par des agences locales du travail, vise à étendre ses activités à d'autres provinces chinoises, offrant ainsi une opportunité tangible d'investissement dans l'entrepreneuriat vert en Asie.⁴⁸

-Projet GreenTech : Réduction de la consommation énergétique dans les bâtiments scolaires par Yu Chen Cheng ElectronicTechnologyCompany :

Dans le cadre du programme Green Business Options (GBO) en Chine, M. Yang a fondé la Yu Chen Cheng ElectronicTechnologyCompany en collaboration avec deux autres étudiants. Cette entreprise s'est spécialisée dans la réduction de la consommation énergétique des bâtiments scolaires en proposant des solutions innovantes d'éclairage à faible consommation d'énergie. Grâce au soutien financier et logistique du lycée d'enseignement professionnel et technique de Chengdu, le projet a démarré avec l'installation de 100 ampoules à LED équipées de régulateurs, permettant à l'équipe de partager les économies d'électricité réalisées par l'établissement. Fort de ce succès initial, l'équipe se concentre désormais sur la production de 1 000 nouveaux régulateurs pour étendre son impact et réduire davantage la consommation d'énergie de l'école.

Ce projet innovant offre des perspectives prometteuses pour l'avenir, avec des applications potentielles dans d'autres établissements scolaires, universités et même au-delà. M. Yang envisage d'étendre progressivement ses activités à d'autres domaines tels que l'éclairage intérieur, l'éclairage public et les panneaux publicitaires lumineux dans les grandes villes, ainsi qu'à des

⁴⁸Organisation Internationale du Travail, Les emplois verts deviennent une réalité Progrès et perspectives 2013, Première édition 2013, Imprimé par le Bureau international du Travail, Genève, Suisse, p11.

zones rurales. Son objectif à long terme est de consolider son modèle commercial dans les cinq premières années, puis de poursuivre le développement technologique et l'expansion de son entreprise dans le sud-ouest de la Chine au cours des dix années suivantes.

Ce projet illustre la manière dont les jeunes entrepreneurs chinois s'engagent dans des initiatives respectueuses de l'environnement et contribuent à la transition vers une économie plus verte en Chine.⁴⁹

4.L' Amérique

L'Amérique latine est devenue un foyer d'initiatives novatrices dans le domaine de l'entrepreneuriat vert, grâce à des partenariats stratégiques et à des investissements ciblés. Un exemple inspirant de cet engagement est incarné par le partenariat entre LAAD et Proparco, deux acteurs majeurs du développement économique et environnemental dans la région.

LAAD, fondé en 1969, s'est positionné comme une institution financière clé, spécialisée dans le soutien aux petites et moyennes entreprises agro-industrielles en Amérique latine et dans les Caraïbes. Avec le soutien de Proparco, LAAD a pu élargir son champ d'action en finançant des projets verts dans le secteur agricole. Par exemple, une part importante du financement octroyé par Proparco est spécifiquement allouée à des activités visant à promouvoir une agriculture durable et à lutter contre le changement climatique, notamment en favorisant l'efficacité de l'utilisation de l'eau et le recours aux énergies renouvelables.

Cette collaboration témoigne de l'engagement croissant des institutions financières en faveur du développement durable et de la promotion des pratiques commerciales responsables en Amérique latine. En effet, LAAD s'aligne sur les normes environnementales et sociales les plus strictes, telles que les Normes de performance de l'IFC, tout en s'efforçant d'exclure les projets controversés, comme la culture du soja, pour préserver l'équilibre écologique et social des communautés locales.⁵⁰

⁴⁹https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/mission-and-objectives/features/WCMS_151533/lang--fr/index.htm, Consulté le 28/03/2024 à 10H.

⁵⁰<https://www.proparco.fr/fr/actualites/en-amerique-latine-laad-finance-les-projets-verts-des-tpe-et-pme-agricoles-avec-le>, Consulté le 28/03/2024 à 11H .

En parallèle, des initiatives telles que le projet FOIL de l'OIT en Amérique centrale et en République dominicaine illustrent l'importance croissante accordée à la formation professionnelle dans le domaine des emplois verts. En partenariat avec des instituts d'enseignement locaux, l'OIT œuvre à développer des programmes de formation spécifiques pour les métiers écologiques, tels que l'agriculture biologique et la gestion de l'eau, afin de répondre aux besoins émergents du marché du travail tout en favorisant l'inclusion des populations marginalisées.⁵¹

Ces efforts convergents témoignent de l'émergence d'une nouvelle dynamique économique en Amérique, où l'entrepreneuriat vert est perçu comme un moteur de croissance durable et d'inclusion sociale. Les exemples concrets de réussite, tels que les investissements massifs dans les énergies renouvelables et les technologies propres aux États-Unis, renforcent cette vision en démontrant les retombées économiques positives et l'impact sur la compétitivité mondiale. De grandes entreprises telles qu'Apple, Bank of America et General Electric ont pris des engagements significatifs en faveur de la transition vers une économie plus verte, créant ainsi un élan irréversible vers un avenir plus durable pour tous.

En seulement un an, l'Investment in America Act (IRA) a marqué une révolution dans la chaîne d'approvisionnement des technologies propres, catalysant les investissements et la création d'emplois dans des secteurs tels que les énergies renouvelables et les véhicules électriques. Des entreprises comme Tesla, General Motors, Ford, et d'autres, ont annoncé d'importants investissements dans la fabrication de véhicules électriques, remplaçant ainsi les États-Unis en tête de la course au développement de ces voitures. Cette impulsion économique souligne le potentiel de l'IRA à stimuler la croissance économique tout en propulsant la nation vers un avenir plus vert.⁵²

En résumé, l'entrepreneuriat vert en Amérique est en train de se transformer en un catalyseur de changement positif, offrant des opportunités économiques tout en préservant l'environnement et en favorisant le progrès social. Ces initiatives témoignent de la capacité des acteurs publics et privés à collaborer pour relever les défis urgents liés au développement durable, tout en ouvrant la voie à un avenir plus prometteur pour les générations futures.

⁵¹ Organisation Internationale du Travail, Les emplois verts deviennent une réalité Progrès et perspectives 2013, Première édition 2013, Imprimé par le Bureau international du Travail, Genève, Suisse, p10.

⁵² <https://share.america.gov/fr/des-entreprises-ecolo-qui-agissent-pour-le-climat/>, Consulté le 28/03/2024 à 12 :09.

Chapitre 02 : L'entrepreneuriat vert en Algérie et lien avec actions durables dans les pays émergents .

Introduction

Ce chapitre explore l'entrepreneuriat vert en Algérie à travers trois axes clés : les initiatives vertes en Amérique Latine et en Afrique servent de catalyseurs pour le développement durable dans les pays en voie de développement, offrant des leçons pertinentes pour l'Algérie ; le cas spécifique de l'exécution des projets d'entrepreneuriat vert en Algérie sera examiné pour comprendre les progrès réalisés et les défis restants ; enfin, le rôle crucial de la responsabilité sociale des entreprises dans le contexte vert de l'Algérie sera souligné, mettant en évidence son impact sur le développement économique et environnemental du pays. Ce chapitre vise à fournir un aperçu global de l'entrepreneuriat vert en Algérie, en mettant en lumière ses enjeux, ses opportunités et ses implications pour un développement durable.

Section 01 : Les Initiatives Vertes en Amérique Latine et en Afrique : Catalyseurs du Développement Durable dans les Pays en Voie de développement.

L'économie verte représente une voie prometteuse pour l'Afrique et l'Amérique latine, deux continents confrontés à des défis socio-économiques et environnementaux majeurs. Ces régions font face à une pression croissante sur leurs ressources naturelles et à une nécessité impérieuse de trouver des solutions durables pour répondre aux besoins de leur population tout en préservant leur environnement. Les initiatives vertes émergent comme des catalyseurs essentiels de ce changement, offrant des solutions novatrices pour relever ces défis complexes. En examinant de près ces initiatives, nous pourrions découvrir comment elles contribuent à promouvoir la durabilité, à stimuler la croissance économique et à améliorer les conditions de vie des populations locales. Par le biais de projets tels que le Projet Tamar au Brésil, les parcs éoliens au Mexique, ainsi que les initiatives entrepreneuriales en Tunisie et au Burkina Faso en Afrique, nous explorerons la diversité des approches adoptées pour créer un avenir plus prospère et écologiquement conscient dans ces régions. Cette section nous permettra de comprendre les défis, les réussites et les leçons apprises dans la promotion de l'entrepreneuriat vert dans les pays en

développement, ainsi que les opportunités qu'il offre pour façonner un avenir plus durable pour les générations futures.

1. L'Afrique :

L'économie verte représente une voie prometteuse pour l'Afrique, tant pour répondre à ses défis socio-économiques que pour préserver ses précieuses ressources naturelles. En effet, le continent est confronté à une multitude de problèmes allant des changements climatiques à la pauvreté, en passant par les enjeux énergétiques et environnementaux. Dans ce contexte, l'engagement des pays africains dans l'entrepreneuriat vert est crucial. L'émergence de ce secteur offre des opportunités significatives pour promouvoir le développement durable tout en stimulant la croissance économique. Les jeunes entrepreneurs africains jouent un rôle central dans cette dynamique, adoptant des initiatives innovantes dans divers domaines tels que l'agriculture biologique, la gestion des déchets, les énergies renouvelables et le tourisme éco-responsable. Ces secteurs offrent non seulement des perspectives d'emploi vert, mais contribuent également à la préservation des écosystèmes locaux et au renforcement des communautés. En Afrique du Nord, en particulier, des opportunités se dessinent dans des domaines tels que la dépollution, la maîtrise de l'énergie et l'agriculture biologique, offrant ainsi un potentiel significatif pour l'entrepreneuriat vert dans la région⁵³. En investissant dans la recherche et le développement, en encourageant l'innovation et en promouvant les pratiques commerciales durables, les pays africains peuvent façonner un avenir plus prospère et plus écologiquement conscient pour les générations futures.

Par exemple : Fonds de Dépollution (FODEP) au Tunisie (1992), PME KemitEcology et production de charbon vert au Cameroun (2016), NafaNaana au Burkina Faso (2010).

2. Amérique latine :

L'Amérique latine émerge comme une région où l'entrepreneuriat vert prend de l'ampleur, cherchant à concilier croissance économique et respect de l'environnement. Dotée d'un potentiel considérable pour développer une économie verte, la région est confrontée à des défis socio-économiques et environnementaux urgents qui nécessitent des solutions novatrices. Avec près d'un tiers de sa population vivant dans la pauvreté et une pression croissante sur ses ressources naturelles, l'Amérique latine est à la recherche de modèles de développement durables.

⁵³ Jeunesse et Entrepreneuriat vert en Afrique Francophone Etat des lieux, enjeux et perspectives, Juin 2018. Allia Dev, p13.

Les initiatives entrepreneuriales vertes émergent comme des catalyseurs essentiels de cette transition :

Par exemple : Projet Tamar, écotourisme et conservation de la biodiversité au Brésil (1980), Parc éolien El Retiro au Mexique (2014) ⁵⁴

La convergence des initiatives vertes en Afrique et en Amérique latine révèle des défis similaires, des réussites remarquables et des leçons précieuses dans la promotion de l'entrepreneuriat vert dans les pays en développement. Tout d'abord, ces régions sont confrontées à des défis socio-économiques et environnementaux complexes, tels que la pauvreté, la déforestation, la pollution et les changements climatiques. Ces défis sont les moteurs de l'innovation et de l'engagement croissant en faveur de solutions durables.

Les réussites observées dans ces deux régions mettent en lumière le potentiel transformateur de l'entrepreneuriat vert. Des initiatives telles que le Projet Tamar au Brésil, les parcs éoliens au Mexique, ainsi que les entreprises éco-innovantes en Tunisie et au Burkina Faso, témoignent de l'impact positif de ces efforts. Elles ont permis de préserver la biodiversité, de créer des emplois verts, de stimuler l'économie locale et d'améliorer les conditions de vie des populations.

Enfin, les leçons apprises révèlent l'importance de politiques publiques favorables, de partenariats stratégiques et d'investissements dans la recherche et le développement. Les exemples de la Tunisie avec ses programmes de soutien à l'entrepreneuriat vert et du Mexique avec ses initiatives éoliennes démontrent l'efficacité des incitations gouvernementales et des collaborations entre le secteur privé, les institutions publiques et la société civile.

En conclusion, les initiatives vertes en Afrique et en Amérique latine sont des catalyseurs essentiels du développement durable dans les pays en développement. Elles offrent des solutions innovantes aux défis complexes tout en créant des opportunités économiques et en préservant l'environnement. En tirant parti des succès et des enseignements de ces initiatives, ces régions peuvent continuer à façonner un avenir plus prospère et plus durable pour les générations futures.

⁵⁴ Josefa S. Contreras, Norberto Altamirano, Leur transition et la nôtre Crises et justice écologiques, Mouvements 2022/1 (n° 109), p136.

Section 02 : L'entreprise et la protection de l'environnement en Algérie.

Dans le contexte algérien, l'exécution des projets d'entrepreneuriat vert revêt une importance capitale en raison des défis environnementaux et économiques auxquels le pays est confronté. Bien que l'économie algérienne soit historiquement dépendante de l'exploitation des hydrocarbures⁵⁵, les autorités ont entrepris une transition vers un modèle de développement plus durable, intégrant pleinement les principes de l'entrepreneuriat vert.

Cette transition est étroitement liée à la stratégie nationale de l'environnement (SNE) et au plan d'action pour l'environnement et le développement durable (PNAE-DD), qui ont été élaborés pour guider les politiques et les initiatives visant à réduire l'empreinte environnementale tout en stimulant la croissance économique. Ces cadres stratégiques ont ouvert la voie à des investissements substantiels dans divers secteurs de l'économie verte, notamment les énergies renouvelables, la gestion des déchets, l'eau et l'assainissement⁵⁶.

L'Algérie a franchi des étapes significatives dans le développement des énergies renouvelables, avec l'établissement de mesures réglementaires dès 1999 et le lancement de programmes de développement des énergies renouvelables en 2011 et 2015. Ces programmes visaient à installer une capacité de 22 GW d'énergie renouvelable d'ici 2030, mettant l'accent sur les technologies photovoltaïques. Malgré certains obstacles rencontrés lors des appels d'offres initiaux, le gouvernement algérien a réagi en ajustant les dispositifs réglementaires pour faciliter la mise en œuvre de projets futurs.

La création récente du Ministère de la Transition Énergétique et des Énergies Renouvelables témoigne de l'engagement renforcé du gouvernement en faveur de la transition énergétique. Ce ministère dispose désormais des prérogatives nécessaires pour piloter le développement des projets dans le domaine des énergies renouvelables, avec un objectif ambitieux de 15 000 MW de capacité d'énergie renouvelable d'ici 2035.

⁵⁵ <https://www.banquemondiale.org/fr/country/algeria/publication/economic-update-october-2019> X innovations 2022, consulté le 16/03/2024 à 20H.

⁵⁶ Radia Ait Si Said, «L'entrepreneuriat vert en Algérie: Une nouvelle opportunité pour la production nationale» Revue de l'économie et de l'environnement, Université Mouloud Mammeri, Algérie, Tizi-Ouzou, le 01/04/2020, p163.

En parallèle, l'Algérie s'attache à diversifier ses sources d'énergie en encourageant les productions décentralisées d'électricité solaire, notamment dans les zones non desservies par le réseau électrique traditionnel. Des actions concrètes sont également entreprises pour favoriser l'autoproduction et l'autoconsommation, ainsi que pour promouvoir l'utilisation de systèmes solaires autonomes dans les zones rurales.⁵⁷

1.Lois et dispositifs juridiques :

- Des énergies renouvelables :

Les projets dédiés à la production d'énergies renouvelables sont régis essentiellement par les textes législatifs présentés dans le graphique ci-dessous. Le socle juridique a vu le jour en 1999 avec la promulgation de la loi relative à la maîtrise d'énergie. Deux autres lois au début des années 2000 (2002 et 2004) constituent la base juridique pour développement des énergies renouvelables en Algérie. Depuis le cadre réglementaire s'est enrichi de plusieurs textes complétant l'arsenal juridique couvrant ainsi l'ensemble des activités liées aux projets de production d'énergie renouvelable. Cette évolution a abouti en 2020, à la création d'un ministère dédié à la transition énergétique et aux énergies renouvelables, le MTEER. Durant l'année 2021, ce ministère s'est vu transférer l'ensemble des prérogatives relatives aux énergies renouvelables. Les appels d'offres à investisseurs sont régis par le décret exécutif no 17-98. Ces procédures sont désormais régies par le MTEER (Décret exécutif n° 21-431 du 4 novembre 2021). De ce fait le MTEER, devient l'interlocuteur incontournable des énergies renouvelables en Algérie.

Manifestant l'intérêt d'un développement durable à la fin des années 90, et adhérant aux accords internationaux portant sur la lutte contre les changements climatiques depuis 2005 ; l'Algérie a œuvré durant toute cette période à étoffer l'arsenal juridique afin de mettre en place un cadre favorable au développement durable, notamment aux énergies renouvelables.⁵⁸

⁵⁷ Le marché solaire PV en Algérie, Dialogue et coopération entre le gouvernement algérien et l'industrie solaire allemande, Brochure d'information, 2021, p8.

⁵⁸ Ibid , p10.

-De l'agriculture durable :

Bien que l'Algérie dispose d'une base légale pour la reconnaissance de la qualité des produits agricoles, notamment avec la loi n° 08-16 du AouelChaabane 1429 correspondant au 03 aout 2008 qui établit le système de reconnaissance⁵⁹, le développement de l'agriculture biologique dans le pays est entravé par plusieurs obstacles. Ces obstacles comprennent un retard significatif dans la mise en place de textes législatifs spécifiques à ce secteur, l'absence d'un plan national pour l'agriculture biologique, des lacunes dans la conformité de la législation sur la qualité aux normes européennes, l'absence d'un organe dédié au ministère de l'agriculture pour superviser la filière bio et l'inexistence d'organismes nationaux de certification.⁶⁰

La référence à la loi sur la protection de l'environnement dans le décret exécutif n° 13-260 du 28 Chaabane 1434 correspondant au 7 juillet 2013 souligne l'importance de la protection de l'environnement dans le cadre du développement rural et agricole. Cependant, malgré cette reconnaissance de l'importance de la protection de l'environnement, les lacunes mentionnées dans le développement de l'agriculture biologique suggèrent que des efforts supplémentaires sont nécessaires pour harmoniser les pratiques agricoles avec les objectifs environnementaux et pour promouvoir la production biologique en Algérie.

-La gestion efficace des déchets spéciaux et/ou dangereux :

La loi n° 2001-19 du 27 Ramadhan 1422 correspondant au 12 décembre 2001 relative à la gestion, au contrôle et à l'élimination des déchets établit un cadre juridique robuste pour la gestion efficace des déchets spéciaux et/ou dangereux en Algérie. En vertu de cette loi, plusieurs principes fondamentaux sont énoncés, dont celui de la valorisation des déchets par le recyclage et le réemploi, conformément à l'article 2. De plus, les générateurs et détenteurs de déchets sont tenus, selon l'article 7, d'assurer la valorisation de leurs déchets, tandis que l'article 8 impose l'obligation d'éliminer les déchets de manière écologiquement rationnelle en cas d'impossibilité de prévenir leur génération. Par ailleurs, la loi prévoit l'établissement d'un plan national de gestion des déchets spéciaux, comme mentionné dans les articles 13 et 14, visant à coordonner les efforts entre plusieurs ministères et organismes pour encourager le recyclage et le traitement

⁵⁹ JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N° 36 , 9 Ramadhan 1434 18 juillet 2013,p09.

⁶⁰Lamara HADJOU ,Foued CHERIET, Abdelmadjid DJENANE, AGRICULTURE BIOLOGIQUE EN ALGERIE : POTENTIEL ET PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT, Les cahiers du CREAD n°105/106-2013,p123.

adéquat de ces déchets. Ces dispositifs juridiques s'inscrivent dans une démarche visant à protéger la santé publique et l'environnement tout en favorisant une gestion responsable des déchets spéciaux et/ou dangereux.

2. Les principaux Acteurs :

-Des énergies renouvelables en Algérie :

En mai 2021, le Président de la République, Abdelmadjid Tebboune, a réitéré son engagement à lancer des projets de production d'énergie solaire et d'hydrogène vert. Cette volonté a été explicitement intégrée dans le plan d'action du nouveau Premier Ministre, Monsieur Aymen Abderrahmane, lors de sa nomination en juin 2021. Il a clairement énoncé que les initiatives prévues pour le secteur des énergies renouvelables, notamment le démarrage des projets de production d'énergie solaire, sont considérées comme des priorités dans le cadre de la relance et du renouveau économique. Ainsi, tous les acteurs concernés ont été mobilisés pour atteindre ces objectifs ambitieux.

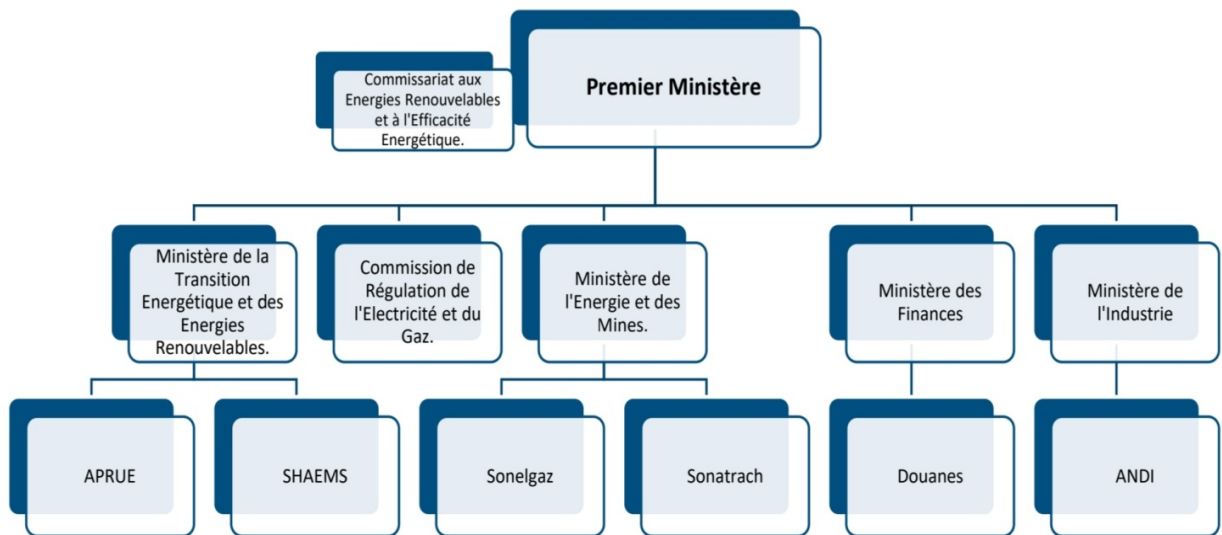


Figure 9 : acteurs des EnR en Algérie.

Source : Brochure de marché PV en Algérie .FR_2021.

➤ **Le rôle des principaux acteurs publics des énergies renouvelables en Algérie :**

-Premier Ministère : Coordonne les différentes institutions impliquées dans les secteurs des énergies renouvelables et veille à l'application du plan d'action approuvé par la présidence de la république.

-Ministère de la Transition Énergétique et des Énergies Renouvelables (MTEER) : Responsable du déploiement des projets d'énergies renouvelables en Algérie, y compris l'organisation des appels d'offres à investisseurs.

-Ministère de l'Énergie et des Mines : Acteur historique du secteur énergétique en Algérie, responsable des infrastructures de production, distribution et transport de l'énergie.

-Ministère des Finances : Impliqué dans les procédures financières des projets d'énergies renouvelables, notamment les avantages fiscaux et douaniers.

-Ministère de l'Industrie : Chargé de la politique nationale industrielle et du développement des secteurs industriels, y compris ceux liés aux énergies renouvelables.

-Autres Institutions :

Comprennent des organismes tels que l'Agence Nationale du Développement des Investissements (ANDI), l'Agence de Promotion et de Rationalisation de l'Utilisation de l'Énergie (APRUE), le Commissariat aux Énergies Renouvelables et à l'Efficacité Énergétique (CEREFÉ), le Centre de Développement des Énergies Renouvelables (CDER), la Commission de Régulation de l'Électricité et du Gaz (CREG), la Douane Algérienne, SHAEMS, Sonatrach, et Sonelgaz. Chacune de ces institutions a un rôle spécifique dans la promotion, la régulation, ou la mise en œuvre des projets d'énergies renouvelables en Algérie.⁶¹

⁶¹Lamara HADJOU ,Foued CHERIET, Abdelmadjid DJENANE, AGRICULTURE BIOLOGIQUE EN ALGERIE : POTENTIEL ET PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT, Les cahiers du CREAD n°105/106-2013, p11 .

-De l'agriculture biologique en Algérie :

-Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural :

Le ministère est impliqué dans la mise en place du système de reconnaissance de la qualité des produits agricoles et pourrait jouer un rôle dans la promotion de l'agriculture biologique.

-Comité national de labellisation :

Ce comité est chargé de promouvoir et de renforcer le système de reconnaissance de la qualité des produits agricoles. Il pourrait superviser l'élaboration des normes et des critères pour l'agriculture biologique, ainsi que l'attribution des labels.

-Acteurs de la profession :

Des représentants d'organisations agricoles, de producteurs, de transformateurs, de distributeurs, d'artisans et de consommateurs sont membres du comité national de labellisation. Ces acteurs pourraient être impliqués dans la promotion et la mise en œuvre de pratiques agricoles biologiques.

-Instituts techniques et scientifiques :

Des experts scientifiques et des instituts techniques spécialisés sont également impliqués dans le processus de labellisation. Ils pourraient contribuer à l'élaboration des normes techniques et à la recherche dans le domaine de l'agriculture biologique.⁶²

-Dans la gestion efficace des déchets spéciaux et/ou dangereux :

Plusieurs acteurs sont impliqués dans la gestion des déchets conformément à la loi n° 2001-19. Voici une synthèse des principaux acteurs et de leurs responsabilités :

-La commune : Responsable de la gestion des déchets ménagers et assimilés sur son territoire.

Elle élabore un schéma communal de gestion des déchets qui comprend notamment l'inventaire des déchets produits, l'emplacement des sites de traitement, les besoins en capacité de

⁶² JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N° 36 , 9 Ramadhan 1434 18 juillet 2013,p10.

traitement, etc. La commune organise également un service public pour la collecte, le transport et éventuellement le traitement des déchets ménagers. Elle peut également concéder la gestion des déchets à des tiers.

-Le groupement de communes : Plusieurs communes peuvent décider de s'associer pour gérer conjointement leurs déchets ménagers et assimilés, ce qui permet une optimisation des ressources et des installations.

-Les générateurs et détenteurs de déchets : Ils sont tenus d'utiliser les systèmes de tri, de collecte et de transport mis en place par les autorités compétentes. Ils doivent également contribuer financièrement aux coûts inhérents au transport et au traitement des déchets spéciaux et inertes.

-Les exploitants d'installations de traitement des déchets : Ils doivent obtenir les autorisations nécessaires avant de mettre en service leurs installations. Ils sont également responsables de la réhabilitation des sites après la fin d'exploitation et doivent assurer la surveillance des sites pendant une période définie.

-Les autorités de surveillance et de contrôle : Elles sont chargées d'exercer la surveillance et le contrôle des installations de traitement des déchets pour garantir leur conformité aux normes environnementales. Elles peuvent prendre des mesures coercitives en cas de non-conformité.

-L'organisme public chargé de promouvoir les activités de gestion des déchets : Cet organisme, créé par la loi, a pour mission de promouvoir les activités de collecte, de tri, de transport, de traitement, de valorisation et d'élimination des déchets. Ses missions et modalités de fonctionnement sont définies par voie réglementaire.⁶³

En résumé, la gestion des déchets implique la collaboration entre les autorités locales, les exploitants d'installations de traitement, les générateurs et détenteurs de déchets, ainsi que les organismes de surveillance et de contrôle, dans le but d'assurer une gestion responsable et écologiquement rationnelle des déchets.

⁶³ Loi n° 2001-19 du 27 Ramadhan 1422 correspondant au 12 décembre 2001 relative à la gestion, au contrôle et à l'élimination des déchets,P8.

3.Exemples des projets d’entrepreneuriat vert en Algérie

3.1.la gestion efficace des déchets spéciaux et/ou dangereux :

L'Algérie, un pays doté d'une richesse naturelle remarquable, se trouve confrontée à des défis environnementaux majeurs, parmi lesquels la gestion efficace des déchets spéciaux et/ou dangereux occupe une place prépondérante. Face à cette réalité, le pays a démontré un engagement sans faille en faveur de la préservation de son environnement, et ce, à travers l'émergence d'un secteur dynamique dédié au traitement responsable des déchets.

Dans cette optique, l'Algérie a vu naître une multitude d'entreprises dédiées au traitement des déchets spéciaux et/ou dangereux, témoignant ainsi d'une volonté collective de protéger les écosystèmes fragiles et de promouvoir un développement durable. Ces entreprises jouent un rôle essentiel dans la réduction de l'impact environnemental en adoptant des pratiques innovantes et respectueuses de l'environnement.

À travers leurs initiatives, ces entreprises contribuent non seulement à préserver la santé publique et l'intégrité des écosystèmes, mais également à stimuler l'économie locale en créant des emplois durables et en favorisant l'innovation technologique. Leur engagement indéfectible envers la protection de l'environnement fait d'elles des acteurs clés dans la transition vers une économie circulaire et écologique, répondant ainsi aux impératifs de développement durable et de lutte contre le changement climatique.

En mettant en lumière l'engagement écologique des entreprises algériennes dans le traitement des déchets spéciaux et/ou dangereux, nous allons maintenant les organiser selon leurs domaines d'activité, illustrant ainsi la diversité des initiatives vertes dans le pays : ⁶⁴

Les tableaux ci-dessous vont venir organiser les entreprises en fonction de leurs domaines d'activité, mettant en évidence la diversité des initiatives en matière de traitement des déchets spéciaux et/ou dangereux en Algérie.

⁶⁴<https://www.me.gov.dz/wp-content/uploads/2022/05/Liste-entreprise-traitement-DSD-Total-1>

Entreprise	Localisation
Eco Recyclage	Zone industrielle, Ain Oussara, Wilaya de Djelfa
SARL S.A.BA El-Fahd	Zone industrielle extension, Wilaya de Batna
SARL SAAC El Moumtaza	Zone industrielle de Rouiba, Wilaya d'Alger
SARL RECIBAT	Zone d'activité Oued Soudane, Wilaya de Ghardaïa
SARL SAS RECYCLAGE	Zone Laalalig, commune d'El Bouni, Wilaya d'Annaba
Groupe ENPEC	Wilaya de Sétif
SARL EL CHAFEK	Route Nationale N°100, Zone Industrielle Ain M'Lila, Oum El Bouaghi
SARL METAL LOCK	Route de Sig El Hassasna, Mers El Hadjadj, Oran
SARL FABCOM	Z.I N° G04 Ain M'lila, Wilaya d'Oum El Bouaghi
SARL SAAC MOSTAGANEM	Zone Industrielle Sidi Ben Haoua, Wilaya de Mostaganem

Tableau 1 : Traitement des Batteries Usagées

Entreprise	Localisation
SARL RECYCLOR ALGERIE	Zone d'activités Bouteliles, Wilaya d'Oran
SARL HOUARA GRAND	Commune de Teleghma, Wilaya de Mila
Sarl RECYTECH	Zone d'Activité Elhachemia, Wilaya de Bouira
SARL MAPLAC RECUPERATION	Ouled Brahim lot N°05 groupe N°45 Hammadi, Boumerdes
ETS BOUADJAJ MOHAMED AMINE	Commune de Mostaganem, Wilaya de Mostaganem
EURL JETE GRAIN	Ain Defla
ETS KOUTI EL HOUARI	Cité 400 logs Sidi Abaz B.P 348 Commune Bennoura, Ghardaia

Tableau 2 :Recyclage des Pneus Usagés

Entreprise	Localisation
SPA FUTUR WORLD'S OIL (FWO)	Zone Industrielle Ouled Moussa, Boumerdès
ETS REMILI AZZEDINE	Zone d'activité de Commune de Souk Ahras, Souk Ahras
SARL KHADRA ENVIRONNEMENT	Zone d'Activités Commune El Hesinia, Ain Defla
SARL SALAH RECYCLAGE OIL	Commune Chelghoume El Aid, Mila
SARL SAM INDUSTRIE	Batna

Tableau 3 :Traitement des Huiles Usagées

Entreprise	Localisation
SARL RME	Zone Urbaine – El Bouni centre (ZHUN) n°02, Annaba
SARL SAM	Cité nouvelle section 09 groupe 01 Hammadi, Boumerdès
SARL BACHA ELECTRIQUE	Cité Mechta TerfoudachBelaa, Sétif
SARL TADO	Akbel Wadi Tlilet, Oran

Tableau 4 :Recyclage des Métaux Ferreux et Non Ferreux.

3.2. Investissements dans les Énergies Renouvelables :

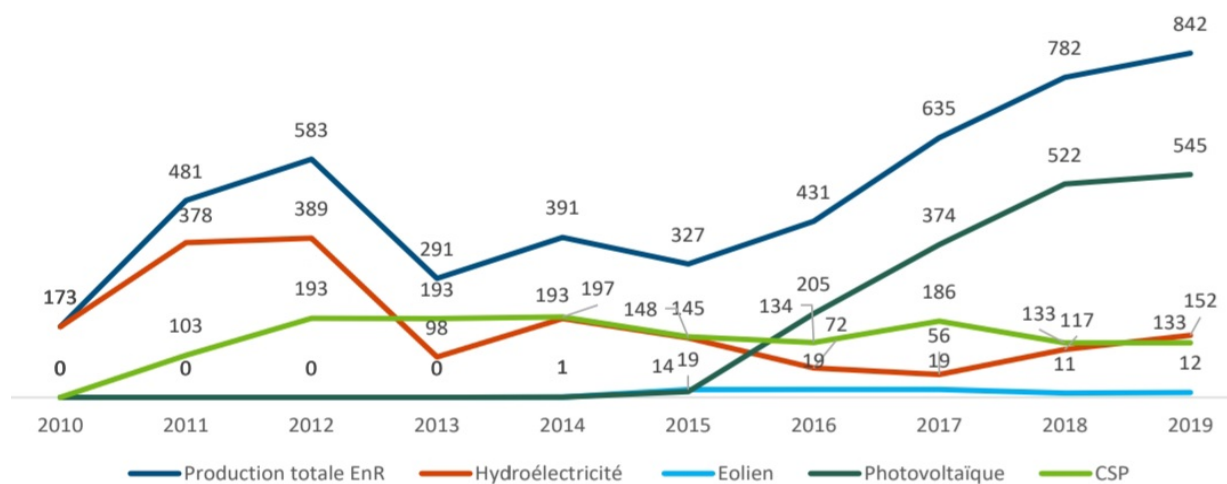


Figure 10 : production d'Énergies renouvelables en Algérie (GWh).

Source : Brochure de marché PV en Algérie.FR_2022.

La croissance soutenue de la demande en électricité en Algérie a mis en lumière la nécessité de diversifier les sources d'énergie utilisées pour sa production. Alors que les centrales thermiques à gaz naturel ont longtemps assuré la majorité de la production électrique du pays, les conséquences environnementales et économiques de cette dépendance ont incité les autorités à explorer des alternatives plus durables. Ainsi, l'émergence des projets d'électricité renouvelable s'inscrit dans une volonté de concilier impératifs énergétiques et préservation de l'environnement.

L'Algérie a franchi des étapes significatives dans le domaine de l'électricité issue de sources renouvelables, avec le lancement de projets pionniers dès 2009. L'installation d'une centrale hybride CSP/gaz a marqué le début d'une série d'initiatives visant à exploiter les ressources naturelles du pays pour produire de l'électricité de manière plus durable. Des installations éoliennes et photovoltaïques ont ensuite été développées, contribuant à diversifier le mix énergétique algérien.

En 2019, la production d'énergies renouvelables en Algérie a atteint 842 GWh, principalement assurée par des centrales photovoltaïques. Un exemple emblématique de cette tendance est le projet lancé par SKTM, une filiale de Sonelgaz, pour la construction de centrales photovoltaïques d'une capacité totale de 343 MW. Réalisé avec succès par des entreprises telles que Belectric et Yingli Solar/Sinohydro/Cntic, ce projet a démontré le potentiel et la viabilité des énergies renouvelables dans le pays.⁶⁵

Dans l'exécution des projets d'entrepreneuriat vert en Algérie, plusieurs facteurs convergent pour définir le paysage actuel et les perspectives futures. Dotée d'un potentiel énorme en énergies renouvelables, notamment solaires, l'Algérie bénéficie d'un soutien gouvernemental manifeste à travers des régimes spéciaux et des incitations pour les producteurs d'énergie verte. Cependant, malgré ces encouragements, des défis subsistent, tels que les procédures complexes d'importation et la nécessité d'adaptation à la culture locale. Dans ce contexte, la collaboration avec des partenaires locaux compétents apparaît comme une stratégie judicieuse pour naviguer dans cet environnement réglementaire et culturel. De plus, le soutien financier et technique offert par des institutions internationales et des agences gouvernementales peut renforcer la viabilité des projets

⁶⁵ Le marché solaire PV en Algérie, Dialogue et coopération entre le gouvernement algérien et l'industrie solaire allemande, Brochure d'information, 2021, p8.

d'entrepreneuriat vert en Algérie. Ainsi, pour réaliser pleinement le potentiel des énergies renouvelables dans le pays, une approche stratégique et une collaboration efficace sont essentielles pour surmonter les obstacles et saisir les opportunités offertes par l'entrepreneuriat vert.

3.3. projet de l'Agro écologie en Algérie :

L'entreprise Sarl Biodatte, un exemple concret d'agriculture durable en Algérie, qui est engagée dans la production de dattes biologiques à Biskra. Cette entreprise s'est engagée à respecter les normes de l'agriculture biologique, en utilisant des pratiques agricoles respectueuses de l'environnement, telles que l'utilisation de méthodes de culture biologique, la gestion durable de l'eau et des sols, ainsi que la conservation de la biodiversité locale.

De plus, Sarl Biodatte a obtenu la certification biologique de ses produits par l'organisme français « Ecocert », ce qui témoigne de son engagement envers la qualité et l'authenticité de ses produits. Cette certification lui permet d'accéder au marché international du bio et de promouvoir ses dattes biologiques sur les marchés étrangers.⁶⁶

Malgré les défis rencontrés, tels que le manque de terres agricoles disponibles pour l'agriculture biologique et le besoin en main-d'œuvre qualifiée, Sarl Biodatte a réussi à établir une entreprise prospère dans le secteur de l'agriculture biologique en Algérie. Son engagement en faveur de l'agriculture durable contribue à la préservation de l'environnement et à la promotion d'un modèle agricole plus respectueux des ressources naturelles.

En conclusion, l'Algérie fait face à des défis environnementaux et économiques qui nécessitent une transition vers un modèle de développement plus durable. L'entrepreneuriat vert émerge comme une réponse prometteuse à ces défis, offrant non seulement des solutions innovantes pour préserver l'environnement, mais également des opportunités économiques tangibles. À travers des initiatives telles que la promotion des énergies renouvelables, la gestion efficace des déchets et le développement de l'agriculture biologique, l'Algérie démontre un engagement croissant en faveur de la durabilité.

⁶⁶Mekacher Amal , L'entreprise agricole bio et sa place dans la politique du développement durable en Algérie, Revue des sciences administratives et financières ,Volume:06/ N°: 02 (2022), P522.

Les efforts du gouvernement algérien, matérialisés par des cadres stratégiques tels que la Stratégie Nationale de l'Environnement et le Plan d'Action pour l'Environnement et le Développement Durable, ainsi que par la création du Ministère de la Transition Energétique et des Energies Renouvelables, témoignent d'une volonté politique forte de promouvoir l'entrepreneuriat vert. Les investissements dans les énergies renouvelables, les projets de gestion des déchets et l'agriculture biologique sont autant de manifestations concrètes de cette volonté.

Toutefois, des défis persistent, notamment en termes de réglementation, d'infrastructures et de sensibilisation. Il est essentiel de surmonter ces obstacles en favorisant la collaboration entre les acteurs publics, privés et la société civile. De plus, l'intégration de technologies innovantes et la mobilisation de financements adéquats seront cruciales pour accélérer la transition vers un modèle économique plus durable.

En fin de compte, l'entrepreneuriat vert en Algérie représente non seulement une réponse aux défis actuels, mais aussi une opportunité de construire un avenir plus prospère et respectueux de l'environnement. En encourageant l'innovation, la collaboration et l'engagement citoyen, l'Algérie peut jouer un rôle de premier plan dans la promotion de pratiques commerciales durables et dans la protection de son patrimoine naturel pour les générations futures.

Section03:La responsabilité sociale des entreprises dans le contexte vert en Algérie.

Dans le domaine de la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE), la concentration demeure principalement au sein des grandes entreprises et des grands groupes, lesquels adoptent souvent une approche proactive axée sur leur image de marque et le respect des réglementations en vigueur. Toutefois, cette approche est largement orientée vers la rentabilité économique au détriment de la durabilité environnementale. L'intégration des préoccupations environnementales dans les stratégies de production et la mise en œuvre de la RSE restent limitées, et varient selon les secteurs et la taille des entreprises, avec une prédominance chez les grandes entreprises qui cherchent à protéger leur réputation .

En Algérie, la situation des entreprises dans le contexte de la responsabilité environnementale présente des défis spécifiques. Les PME/PMI, qui constituent la majeure partie du tissu industriel, font face à plusieurs obstacles, tels que le manque d'information, la méconnaissance de la législation environnementale, les faibles capacités d'investissement, le manque d'expertise et l'accès limité à la technologie. De plus, ces entreprises sont souvent peu informées des initiatives gouvernementales visant à les soutenir dans ce domaine.

Malgré ces défis, quelques progrès ont été réalisés en Algérie dans le domaine de la responsabilité environnementale des entreprises. Sous l'égide de l'Institut Algérien de Normalisation (IANOR), plusieurs entreprises et organisations ont adhéré au Projet régional RS MENA et ont adopté la norme ISO 26000 sur la responsabilité sociétale. De même, le Centre national des technologies de production propre (CNTPP) encourage les entreprises industrielles à utiliser divers outils de gestion environnementale, tels que les audits environnementaux, les chartes environnementales et les contrats de performance environnementale .

Cette situation souligne la nécessité pour les entreprises en Algérie de renforcer leur engagement en matière de responsabilité environnementale, en surmontant les obstacles existants et en exploitant les opportunités offertes par les initiatives de soutien et les normes internationales en la matière.⁶⁷

1. Engagement exemplaire des leaders agroalimentaires en Algérie en matière de Responsabilité Sociale des Entreprises :

En Algérie, les entreprises agroalimentaires de premier plan telles que Cevital, Soummam, Ifri et NCA Rouiba se distinguent par leur conformité aux normes internationales de qualité, de sécurité et d'environnement. Certifiées selon les standards OHSAS 18001 (2007), ISO 14001 (2004) et ISO 9001 (2008), ces entreprises incarnent un engagement indéfectible envers l'excellence opérationnelle et la durabilité.

⁶⁷Radia Ait Si Said, «L'entrepreneuriat vert en Algérie: Une nouvelle opportunité pour la production nationale» Revue de l'économie et de l'environnement, Université Mouloud Mammeri, Algérie, Tizi-Ouzou, le 01/04/2020, pp155 ,156 .

Au-delà de ces précurseurs, de nombreuses autres entreprises en Algérie embrassent désormais ces normes internationales, en parallèle avec une démarche de Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) en plein essor à l'échelle nationale. Cette évolution est en adéquation avec la législation nationale qui impose aux producteurs de déchets la responsabilité de leur gestion jusqu'à leur élimination.

Dans ce contexte, Soummam, Ifri, Rouiba et Cevital redoublent d'efforts pour traiter efficacement les déchets de leurs activités et minimiser leur empreinte carbone. Leurs investissements se dirigent vers le recyclage et le traitement des eaux usées, l'incinération responsable des déchets industriels, ainsi que la réduction et la valorisation des émissions de gaz.

En Algérie, le cadre réglementaire en matière de RSE se caractérise par une surveillance étroite des émissions de gaz à effet de serre, incitant ainsi ces entreprises à une gestion environnementale responsable et proactive, tout en contribuant activement à la protection de l'environnement et au bien-être de la société.⁶⁸

⁶⁸L'entrepreneuriat vert : une nouvelle dynamique au service du développement durable des territoires, Le 1er colloque international sur l'entrepreneuriat vert et l'économie circulaire, Auditorium Hasnaoua, les 03, 04 et 05 Décembre 2019 Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, Algérie, p81.

Chapitre 03: L'effet des medias sur la mise en place des projets verts en Algérie .

Section 01:L'importance des média dans l'éducation environnementale.

L'éducation environnementale est un domaine émergent au sein des sciences de l'éducation qui vise à établir un lien essentiel entre le savoir scientifique et les pratiques sociales. Ce domaine nécessite une mobilisation et une mise en relation des connaissances pour appréhender la complexité des phénomènes environnementaux. À travers sa mission de formation et de transformation de la société, l'éducation environnementale joue un rôle central dans la transition vers une société plus écologique et durable. Elle contribue à façonner des citoyens responsables en favorisant le développement de la pensée critique, de l'autonomie et de l'émancipation chez les apprenants.

L'éducation à l'environnement s'est développée au cours des dernières décennies et s'est intensifiée depuis les années 1970. Elle est devenue un enjeu majeur avec la prise de conscience croissante des défis environnementaux au niveau mondial. À partir des années 2000, l'éducation au développement durable a progressivement pris le relais de l'éducation à l'environnement, en reconnaissant que l'environnement est un aspect interdépendant du développement durable, englobant également les dimensions économiques, sociales et culturelles.

En Algérie, l'éducation à l'environnement a gagné en importance après les décolonisations, avec des initiatives visant à intégrer cette dimension dans le système éducatif. Un protocole d'accord entre les ministères de l'Aménagement du Territoire et de l'Environnement, et de l'Éducation Nationale, témoigne de l'engagement du gouvernement algérien à renforcer l'éducation environnementale dans les programmes scolaires. Cependant, malgré ces efforts, des défis persistent, notamment en ce qui concerne l'ouverture nécessaire pour une pédagogie environnementale efficace et la coordination entre les acteurs impliqués.⁶⁹

L'utilisation des médias comme outil pour diffuser des connaissances et promouvoir une conscience environnementale revêt une importance capitale dans le contexte actuel. Tout d'abord, les médias ont une portée massive et sont accessibles à un large public, ce qui en fait un moyen

⁶⁹<https://journals.openedition.org/cres/6508> , consulté le 03/04/2024 à 10H.

efficace pour diffuser des informations sur les enjeux environnementaux à un large éventail de personnes, y compris les communautés les plus éloignées.

De plus, les médias jouent un rôle crucial dans la sensibilisation du public aux problèmes environnementaux tels que le changement climatique, la déforestation, la pollution, etc. Ils peuvent mettre en lumière les impacts de ces problèmes sur les individus, les communautés et les écosystèmes, suscitant ainsi une prise de conscience et un sentiment d'urgence.

Les médias fournissent également des informations détaillées et factuelles sur les questions environnementales, aidant ainsi le public à comprendre les causes, les conséquences et les solutions possibles. Cela contribue à faire progresser les connaissances et la compréhension des enjeux environnementaux. De plus, les médias ont le pouvoir d'influencer les attitudes et les comportements des individus envers l'environnement. Une couverture médiatique positive et engageante peut encourager les gens à adopter des modes de vie plus durables, à soutenir des initiatives environnementales et à demander des actions de la part des décideurs politiques et des entreprises.

Enfin, les médias offrent une plateforme pour le dialogue et le débat public sur les questions environnementales. Ils permettent aux individus et aux organisations de partager leurs points de vue, d'échanger des idées et de mobiliser le soutien pour des actions environnementales concrètes.

En résumé, l'utilisation des médias comme outil pour diffuser des connaissances et promouvoir une conscience environnementale est essentielle pour sensibiliser le public, éduquer, influencer les attitudes et les comportements, et catalyser le changement vers un avenir plus durable.

1. Vers une reconnaissance journalistique de l'environnement :

L'évolution des médias au début des années 2000 a été marquée par un changement significatif dans la manière dont l'environnement est traité dans les reportages journalistiques. Cette transition reflète non seulement une transformation dans la société, mais également dans la sphère journalistique, avec une attention croissante portée aux enjeux environnementaux.

La montée en puissance du journalisme environnemental s'est caractérisée par une institutionnalisation progressive de ce domaine, marquée par l'augmentation de l'espace dédié à l'actualité environnementale dans les rédactions. Des rubriques spécialisées ont été créées, mettant en lumière les questions environnementales de manière régulière et approfondie.

Cette reconnaissance accrue de l'environnement comme sujet journalistique spécialisé a entraîné des modifications dans la composition des équipes journalistiques, avec l'émergence de journalistes spécialisés dans ce domaine. Leur arrivée a permis une couverture plus approfondie et diversifiée des enjeux environnementaux, contribuant ainsi à sensibiliser le public et à stimuler le débat sur ces questions cruciales.

Il est intéressant de noter que cette évolution a également été accompagnée d'un changement dans les caractéristiques sociales des journalistes spécialisés. Alors que les pionniers dans le domaine étaient souvent perçus comme des militants engagés, les nouveaux arrivants après les années 2000 ont tendance à adopter une approche plus neutre et professionnelle dans leur couverture de l'environnement.

En résumé, la reconnaissance croissante de l'environnement en tant que domaine spécialisé dans le journalisme témoigne de l'importance accrue accordée à ces questions dans l'agenda médiatique. Cette évolution souligne l'impact significatif des médias dans la sensibilisation du public aux défis environnementaux et dans la promotion d'un débat informé sur ces questions cruciales.⁷⁰

1.1. Médias Environnementaux : Perspectives et Défis.

Les médias environnementaux se distinguent par leur engagement à aborder les enjeux environnementaux, une mission complexe étant donné la sensibilité du sujet et les conflits d'intérêts en jeu. Ces médias, qu'ils soient locaux ou internationaux, jouent un rôle crucial dans la sensibilisation du public et la formation des perceptions sur les questions environnementales. Cependant, des défis persistent, notamment en ce qui concerne la couverture médiatique et son impact sur l'anxiété environnementale. De plus, la prolifération de fausses informations complique la tâche des médias qui s'efforcent de fournir une narration objective et crédible.

⁷⁰ Jean-Baptiste comby , Quand l'environnement devient « Médiatique », Condition et effets de l'institutionnalisation d'une spécialité journalistique , Réseaux 2009/(N°157-158),pp,165 -171.

➤ **La Dynamique des Médias Environnementaux dans le Monde Arabe.**

Dans le monde arabe, les médias environnementaux font face à des défis similaires, avec une couverture souvent limitée et superficielle des problèmes environnementaux. Malgré les appels à l'action et les recommandations émises lors de conférences et de symposiums, la sensibilisation environnementale reste faible. Des contraintes politiques, commerciales et financières entravent également la capacité des médias à jouer pleinement leur rôle dans la sensibilisation environnementale.

➤ **L'émergence des Médias Environnementaux en Algérie.**

En Algérie, les médias environnementaux sont encore relativement récents, avec une attention croissante portée aux problèmes environnementaux ces dernières années. Cependant, les défis persistent en raison du manque de données précises et de rapports officiels sur la situation environnementale du pays. Le rôle des médias dans l'éducation et la sensibilisation environnementale est crucial pour combler ce vide et encourager un comportement positif envers l'environnement.

En résumé, les médias environnementaux jouent un rôle essentiel dans la sensibilisation et l'éducation du public sur les questions environnementales, mais des défis subsistent quant à leur capacité à fournir une couverture complète et crédible de ces enjeux, en particulier dans les contextes politiques et économiques complexes du monde arabe et de l'Algérie⁷¹.

➤ **L'importance de l'interaction entre les médias et le public dans la perception de l'environnement.**

Dans le contexte actuel, la relation entre les médias et le public revêt une importance cruciale dans la manière dont l'environnement est perçu et traité. Les médias, qu'ils soient traditionnels ou

⁷¹Noureddine Bensoula , Besma fennour, Lasladj nawel, Article scientifique sur Les contenus Environnementaux a Travers La Presse Ecrite, 09/04/2023,pp,525 ,527 .

numériques, exercent une influence considérable sur la manière dont le public comprend les enjeux environnementaux.

Il est essentiel de reconnaître que les usagers des médias doivent être suffisamment outillés pour consommer l'information avec discernement, en évitant d'être affectés négativement. Cependant, nombreux sont ceux, en particulier parmi le jeune public, qui manquent de préparation à cet égard et se laissent séduire par des contenus médiatiques sans faire preuve de critique. La question de la représentation sociologique du public se pose alors, avec la nécessité de déterminer s'il s'agit d'une entité collective ou individuelle, capable d'agir dans la dynamique de la communication sociale. Les médias, de leur côté, doivent être conscients de leur rôle dans cette relation et chercher à mieux appréhender leur public.

En Algérie, comme ailleurs, les médias traditionnels ont souvent du mal à entretenir une relation de qualité avec leur public, ce qui entrave une perception nuancée des défis environnementaux. Une sensibilisation, une orientation et une formation du public aux médias numériques sont donc essentielles pour permettre une participation active dans la redéfinition de son rapport aux médias.

Il est également primordial de responsabiliser les médias, en les incitant à affiner leur perception de leur public et à revoir leur conception de la liberté d'expression. L'éducation aux médias joue un rôle crucial dans la formation d'un public capable de lire de manière critique les contenus médiatiques et de participer de manière responsable à la vie démocratique de la société.

En résumé, une interaction constructive entre les médias et le public est nécessaire pour une meilleure perception et gestion de l'environnement, et cela passe par une reconnaissance mutuelle des rôles et responsabilités de chacun dans cette relation.⁷²

1.2. Les Médias Locaux: Une Voix Essentielle pour l'Éducation Environnementale.

Dans un monde marqué par la mondialisation des médias, les médias locaux émergent comme des acteurs cruciaux dans la sensibilisation environnementale. Un sondage révélateur réalisé dans

⁷²Dr, Zakaria Akka, EDUCATION, MÉDIAS & PUBLICS EN ALGÉRIE, Article publié a Msila, Algérie, Édition août 2015 vol.11, n°23, p296 ,297.

les principales villes de Hongrie en décembre 2000 a souligné l'importance croissante que les individus accordent à ces médias proches de chez eux. En effet, alors que les médias internationaux tendent à uniformiser leurs contenus pour répondre à un public mondial, les médias locaux s'érigent comme des sources d'informations privilégiées pour de nombreux citoyens.

La technologie moderne facilite cette tendance, permettant aux médias locaux de fournir des informations pertinentes et adaptées à moindre coût. Bien que les médias nationaux aient longtemps dominé le paysage médiatique, les chaînes de télévision régionales et les stations de radio locales gagnent en popularité, offrant des programmes de grande qualité et une couverture détaillée des événements locaux. Cette préférence pour les médias locaux est un signe de l'importance croissante accordée aux questions qui touchent directement la communauté locale. Les citoyens montrent un intérêt grandissant pour les actualités locales, y compris les questions environnementales telles que la protection de l'environnement, l'économie locale et d'autres enjeux sociaux.

Alors que les médias locaux continuent de gagner en popularité, ils représentent une opportunité précieuse pour l'éducation environnementale. La télévision, en particulier, peut être un outil puissant pour sensibiliser et inspirer les individus à adopter des comportements respectueux de l'environnement. Cependant, l'utilisation éducative de la télévision dépend largement de l'engagement de la société locale et des dirigeants des médias.

En conclusion, les médias locaux jouent un rôle de premier plan dans la promotion de l'éducation environnementale et dans l'encouragement des comportements durables. Leur capacité à informer et à mobiliser la communauté locale est essentielle pour construire un avenir plus vert et plus durable.⁷³

1. 3. Le rôle des médias dans la sensibilisation environnementale en Afrique.

L'histoire de Darnella Fraizer, qui a filmé les derniers instants de George Floyd, met en lumière la puissance des médias à mobiliser l'opinion publique et à catalyser le changement social à l'échelle mondiale. Cette force médiatique peut être exploitée en Afrique pour promouvoir une

⁷³<https://www.dvv-international.de/fr/education-des-adultes-et-developpement> , Consulté le 14/04/2024, a10H09.

sensibilisation environnementale accrue et pour encourager des actions concrètes en faveur du développement durable.

Les médias jouent un rôle crucial dans la diffusion des objectifs de développement durable (SDG) en Afrique, offrant ainsi la possibilité d'améliorer les conditions de vie de millions d'Africains. Cependant, il existe encore une lacune en matière de sensibilisation du public aux SDG et à l'Agenda 2030, nécessitant une implication plus forte des médias pour promouvoir un discours éducatif et mobilisateur. En mettant l'accent sur la sensibilisation environnementale, les médias peuvent galvaniser la société civile, les entreprises et les décideurs politiques pour soutenir des actions concrètes en faveur de la durabilité. Leur rôle est crucial dans la création de récits accessibles et convaincants sur les enjeux environnementaux, ce qui permettrait d'obtenir un soutien massif du public et d'influencer les politiques de développement.

La couverture médiatique des SDG en Afrique est essentielle pour maintenir la pression sur les gouvernements et les institutions internationales, les obligeant à rendre compte de leurs engagements et à prendre des mesures concrètes pour atteindre les objectifs fixés. De plus, l'utilisation croissante des plateformes numériques offre de nouvelles opportunités pour partager du contenu éducatif et mobilisateur sur l'environnement, même dans les régions où l'accès à Internet reste limité.

En conclusion, les médias en Afrique ont un rôle fondamental à jouer dans la sensibilisation environnementale et la promotion de l'action en faveur du développement durable. Soutenir et mobiliser les médias pour cet objectif est essentiel pour construire un avenir plus vert et plus durable pour tous les Africains.⁷⁴

-Exemple des médias africain spécialisé dans l'environnement :

➤ Vert-Togo :

Des médias comme Vert-Togo, basé à Lomé, capitale togolaise, ont émergé. Créé en 2018 par Nammangue Hector Sann'do, Vert-Togo se concentre sur l'environnement, la santé, l'écologie et l'agriculture, avec une portée à l'échelle africaine.

⁷⁴<https://www.un.org/africarenewal/fr/a-la-une/comment-les-m%C3%A9dias-peuvent-amplifier-le-d%C3%A9veloppement-durable-en-afrique>, consulté le 04/04/2024, à 17H15.

La mission de Vert-Togo est d'éveiller la conscience environnementale des jeunes africains, qui, selon son fondateur, sont souvent mal informés sur les enjeux environnementaux. Pour y parvenir, le média aborde divers sujets tels que la gestion des déchets, la pollution de l'air, la protection des écosystèmes, et offre des informations sur la santé et l'alimentation.

En outre, Vert-Togo soutient la recherche universitaire et l'entrepreneuriat vert en offrant des bourses d'études et des opportunités d'emploi dans le domaine environnemental. Son objectif est de devenir un acteur majeur de l'information environnementale en Afrique, mais il est confronté à des défis financiers qui entravent son expansion sur le continent.

Malgré ces défis, Vert-Togo a enregistré une audience croissante depuis sa création, avec une moyenne mensuelle de 35 000 visiteurs en 2020. Cela souligne l'intérêt croissant du public africain pour les médias axés sur l'environnement et met en lumière l'importance de leur rôle dans la sensibilisation et l'action en faveur du développement durable en Afrique.⁷⁵

➤ Oxpeckers Centre for Investigative Environmental Journalism :

L'Oxpeckers Centre for Investigative Environmental Journalism basé en Afrique australe, qui s'est forgé une réputation en tant que premier média d'investigation africain spécialisé dans la couverture des crimes environnementaux. Fondé en Afrique du Sud fin 2012 par Fiona Macleod, ce média se démarque par son utilisation innovante de la technologie et du journalisme de conservation. Oxpeckers a développé des outils tels que #WildEye, ClimaTracker et GreenAlert, qui lui permettent d'approfondir ses reportages et d'apporter une nouvelle dimension à la narration environnementale. En outre, des collaborations transnationales avec d'autres organisations, comme InfoNile, ont renforcé sa portée et son impact. Cette approche collaborative souligne l'importance d'une coopération étroite entre les médias environnementaux pour mettre en lumière les problèmes et promouvoir la conservation en Afrique.⁷⁶

En fin, dans un contexte marqué par des défis environnementaux croissants et une prise de conscience accrue de l'importance de la préservation de notre planète, le rôle des médias dans la sensibilisation environnementale est plus crucial que jamais. À travers une évolution significative

⁷⁵<https://ijnet.org/fr/story/en-afrique-ce-m%C3%A9dia-sengage-pour-lenvironnement-mais-les-moyens-manquent> , Consulté le 13/04/2024, à 20H.

⁷⁶<https://jamlab.africa/lessor-du-journalisme-dinvestigation-environnemental-africain/?lang=fr> , Consulté le 13/04/2024, à 21H12.

vers une reconnaissance journalistique de l'environnement, les médias ont élargi leur champ d'action pour inclure une couverture plus approfondie et régulière des enjeux environnementaux. L'émergence de rubriques spécialisées et de journalistes spécialisés dans ce domaine témoigne de cette reconnaissance croissante de l'environnement comme sujet journalistique à part entière. Cette évolution est essentielle pour informer le public, susciter des débats informés et influencer les attitudes et les comportements en faveur de pratiques plus durables.

Cependant, malgré ces avancées, des défis subsistent. Les médias environnementaux font face à des contraintes politiques, commerciales et financières qui entravent parfois leur capacité à fournir une couverture exhaustive et crédible. De fausses informations et une couverture médiatique superficielle peuvent également compliquer la tâche des médias qui s'efforcent de fournir une narration objective et éclairante. Pourtant, des exemples inspirants de médias spécialisés dans l'environnement, tels que Vert-Togo et l'Oxpeckers Centre for Investigative Environmental Journalism, montrent le potentiel des médias pour catalyser le changement et promouvoir des actions concrètes en faveur du développement durable. Ces initiatives démontrent l'importance d'un engagement continu en faveur de la sensibilisation environnementale à travers les médias, tout en mettant en lumière les opportunités et les défis qui se présentent à cette entreprise cruciale pour notre avenir commun.

Section 02 : Médias et communication organisationnelle dans la promotion des projets verts

1. La Communication dans les Entreprises Éco-Responsables

Dans un monde où la prise de conscience environnementale est devenue une priorité mondiale, les entreprises se retrouvent sous le feu des projecteurs pour leur rôle crucial dans la transition vers un avenir plus durable. Au cœur de cette transformation se trouve la communication, un pilier essentiel pour mobiliser les employés, engager les parties prenantes externes et partager les engagements en matière de responsabilité sociale et environnementale. Dans ce contexte, examinons de plus près comment la communication interne et externe façonne la culture et

l'image des entreprises éco-responsables, tout en renforçant leur impact sur la planète et la société.

1.1. Communication Interne :

La communication interne dans les entreprises éco-responsables est cruciale pour maintenir les employés informés et engagés dans la mission environnementale de l'entreprise. Elle utilise des outils tels que :

-Intranet de l'entreprise: pour présenter les dernières actualités et initiatives RSE.

-Newsletters internes : comme moyen de communication régulier sur les efforts RSE.

-Affichage interne : pour promouvoir les événements et les succès liés à la durabilité.

L'objectif est de créer une culture d'entreprise où la durabilité est une valeur centrale, encourager les comportements éco-responsables et retenir les talents qui partagent ces valeurs.

1.2. Communication Externe

La communication externe vise à partager les engagements et les réalisations de l'entreprise avec un public plus large, y compris les clients, les partenaires et la communauté. Les moyens comprennent :

-Réseaux sociaux : pour engager la communauté et toucher un large public.

-Site internet : comme vitrine des engagements RSE de l'entreprise.

-Relations-presse : pour communiquer sur les initiatives vertes et les partenariats durables.

La transparence et l'authenticité sont essentielles pour instaurer un dialogue respectueux et pour éviter l'accusation de "greenwashing".

1.3. Principes de la Communication Responsable

Les entreprises éco-responsables suivent des principes de communication responsable, qui incluent :

-Engagement sociétal : refléter l'engagement de l'entreprise en matière de responsabilité sociale et environnementale.

-Éco-communication : promouvoir des usages plus sobres et moins nocifs pour l'environnement.

-Authenticité : assurer que les messages sont authentiques et transparents pour instaurer la confiance.⁷⁷

En conclusion, la communication dans les entreprises éco-responsables transcende les simples échanges d'informations pour devenir un catalyseur de changement positif. En cultivant la transparence, l'authenticité et l'engagement, ces entreprises non seulement démontrent leur leadership dans la lutte contre les défis environnementaux, mais elles inspirent également d'autres acteurs à suivre leur exemple. En fin de compte, la communication responsable est bien plus qu'un outil de promotion ; c'est un moyen de construire un avenir où les valeurs de durabilité et de responsabilité sociale guident chaque décision, chaque action et chaque relation.

2. Les stratégies de communication efficace pour les entrepreneurs verts

2.1. Comment Communiquer Vert : Les Clés d'une Alliance entre Visibilité et Responsabilité Environnementale :

La communication durable vise à promouvoir l'entreprise tout en intégrant les préoccupations du développement durable, englobant les dimensions sociales, écologiques et économiques. Elle dépasse la simple communication écologique en cherchant à réduire l'impact environnemental de l'entreprise, notamment en diminuant son empreinte carbone et en adoptant des pratiques de communication moins énergivores. En parallèle, une politique de communication interne éco-responsable est essentielle, impliquant les employés dans les valeurs écologiques de l'entreprise à travers des actions telles que le recyclage, l'utilisation de moteurs de recherche éco-responsables, ou encore la promotion des transports en commun et du covoiturage. Ces initiatives renforcent la cohérence entre la communication externe et interne de l'entreprise, favorisant ainsi l'adhésion des employés à ses valeurs environnementales.⁷⁸

En effet, l'alliance entre la communication verte et l'efficacité entrepreneuriale offre une série d'avantages significatifs pour les entrepreneurs verts. Tout d'abord, une communication verte efficace permet à ces entrepreneurs de se différencier sur le marché. En mettant en avant leurs pratiques éco-responsables, ils attirent l'attention des consommateurs qui sont de plus en plus sensibles aux enjeux environnementaux. Cette différenciation peut conduire à un avantage

⁷⁷<https://climate.selectra.com/fr/entreprises/rse/communication-responsable> , consulter le 23/04/2024, à 16H21.

⁷⁸<https://www.atelier-mb.fr/blog/rendre-sa-communication-plus-verte/>, consulter le 22/04/2024 à 11H45.

concurrentiel, en positionnant l'entreprise comme un leader dans son secteur en termes de durabilité.

De plus, une communication verte bien pensée renforce la crédibilité de l'entreprise aux yeux des consommateurs, des partenaires commerciaux et des investisseurs. En démontrant un réel engagement envers des pratiques durables et en fournissant des preuves tangibles de cet engagement, tels que des certifications environnementales ou des rapports de durabilité transparents, les entrepreneurs verts gagnent la confiance de leurs parties prenantes, ce qui peut se traduire par une fidélisation accrue de la clientèle et des partenariats commerciaux solides.

En outre, une communication verte efficace peut avoir un impact positif sur les résultats financiers de l'entreprise. En adoptant des pratiques de communication moins énergivores et en réduisant leur empreinte carbone, les entrepreneurs verts peuvent réaliser des économies significatives sur leurs coûts opérationnels. Par exemple, en optant pour des supports de communication numériques plutôt que des supports physiques, ils réduisent leurs dépenses liées à l'impression et à la distribution, tout en minimisant leur impact environnemental.

2.2. Démarche de Communication environnementale :

Selon Pierre Bourdieu, « La communication est une prédiction qui tend à faire advenir sa propre réalisation ». ⁷⁹ La préservation de l'environnement est aujourd'hui devenue un enjeu collectif pour l'ensemble des acteurs sociaux. En s'appuyant sur la communication environnementale, ces acteurs déploient des stratégies visant à transmettre des messages spécifiques et à renforcer leur légitimité par le biais de l'adhésion du public.

Ce processus se décline en plusieurs étapes :

Élaboration d'un plan stratégique par les responsables et leurs instances dirigeantes.

-Définition des objectifs environnementaux et stratégiques, portant sur diverses thématiques telles que la réduction des émissions de gaz à effet de serre, la lutte contre la déforestation, la gestion des déchets et la préservation de la biodiversité. Ce plan stratégique est ensuite mis en œuvre opérationnellement pour concrétiser ces objectifs.

⁷⁹ThieryLibaert, La Communication verte, Editions Liaisons, Paris, 1992, p 171.

-Mise en place d'un plan d'action à long terme impliquant la collaboration des différents acteurs sociaux pour sensibiliser un large public, notamment en proposant des programmes pédagogiques impliquant les enfants, comme souligné par le secrétaire d'État à l'Environnement lors de la Journée mondiale de l'enfance. Il est crucial de réduire les impacts environnementaux des activités industrielles et d'engager un dialogue avec l'opinion publique.

-Identification de la cible, étape fondamentale dans la conception du message à diffuser (industries, écoles, ONG, etc.).

-Conception du message clé, qui doit être clair et précis, adapté directement à la cible visée.

-Choix du média de diffusion, en privilégiant les canaux de communication adaptés à chaque action (Internet, réseaux sociaux, affichages, événements publics, etc.).

-Allocation d'un budget adéquat pour mettre en œuvre la stratégie de communication, en prenant en compte les coûts internes (financements, équipements) et externes (partenariats, collaborations avec des associations).

-Évaluation de l'efficacité de la stratégie, en identifiant les points forts et les points faibles. Cette étape, selon Mintzberg, correspond à ce qu'il appelle la "stratégie émergente", par opposition à la "stratégie délibérée".

Ces étapes méthodiques et rigoureuses sont essentielles pour établir une communication efficace et ciblée en matière environnementale.⁸⁰

Pour conclure, une communication efficace pour les entrepreneurs verts repose sur plusieurs piliers essentiels. Tout d'abord, elle implique une intégration cohérente des préoccupations environnementales dans la stratégie de communication de l'entreprise, allant au-delà de simples messages écologiques pour réduire véritablement l'empreinte carbone de l'entreprise.

En outre, cette communication verte doit s'étendre à la fois à l'externe et à l'interne de l'entreprise, favorisant ainsi une cohérence entre les valeurs véhiculées auprès des

⁸⁰ Meriem Bouyahiaoui, Algérie environnement, « projet RIDE : Réseau d'Information Et de documentation Environnementale (Projet RIDE Algérie), édité par le Secrétaire d'Etat Chargé de L'Environnement, Alger 1999, p 62.

consommateurs et celles intégrées au sein de l'organisation. Impliquer les employés dans cette démarche renforce la crédibilité de l'entreprise et favorise l'adhésion à ses valeurs environnementales.

De plus, une communication verte bien orchestrée offre des avantages tangibles aux entrepreneurs verts. Elle leur permet de se démarquer sur le marché en attirant l'attention des consommateurs sensibles aux enjeux environnementaux, tout en renforçant leur crédibilité auprès des parties prenantes et en générant des économies financières grâce à des pratiques de communication moins énergivores.

Enfin, l'adoption d'une démarche méthodique, comme celle de la communication environnementale, basée sur des étapes claires allant de la définition des objectifs à l'évaluation de l'efficacité, est cruciale pour garantir une communication efficace et ciblée en matière environnementale. En suivant ces lignes directrices, les entrepreneurs verts peuvent véritablement tirer parti de la communication pour promouvoir leurs initiatives durables et contribuer activement à la préservation de l'environnement.

3. Le rôle des médias dans la promotion du développement durable

Dans un monde où les enjeux environnementaux occupent une place de plus en plus prépondérante, le développement durable est devenu un impératif incontournable pour assurer un avenir viable. Au cœur de cette transition vers une économie plus respectueuse de l'environnement se trouvent les médias, qui jouent un rôle crucial dans la sensibilisation du public et la promotion des pratiques durables. En tant qu'acteurs majeurs de l'entrepreneuriat vert, les médias ont le pouvoir d'influencer les comportements individuels et collectifs, de façonner les politiques publiques et d'inspirer l'innovation dans tous les secteurs de la société.

Intégrant les avancées technologiques, les médias traditionnels et les nouveaux médias, tels que les réseaux sociaux et les plateformes en ligne, ont étendu leur portée et leur influence, offrant des opportunités sans précédent pour diffuser des messages relatifs au développement durable à une audience mondiale. Par le biais de reportages, d'analyses approfondies, d'interviews et de campagnes de sensibilisation, les médias mettent en lumière les solutions innovantes, les initiatives positives et les défis environnementaux pressants, incitant ainsi à l'action et à l'engagement. Dans le cadre de l'Agenda 21, il est préconisé de mettre en œuvre des programmes

orientés vers l'information et la sensibilisation dans le domaine de l'environnement et du développement durable, notamment par l'organisation régulière de journées d'information et d'études.⁸¹

3.1. Les médias comme catalyseurs de l'entrepreneuriat vert : Solutions aux défis environnementaux :

Les médias jouent un rôle essentiel dans la promotion de l'entrepreneuriat vert. Selon leur ligne éditoriale, ils utilisent différents systèmes de représentation de l'entrepreneur. Les articles consacrés à l'entrepreneuriat sont souvent positifs et peuvent avoir une incidence réelle sur les entreprises⁸².

Le traitement médiatique de l'entrepreneuriat vert est essentiel pour sensibiliser le public aux enjeux environnementaux et promouvoir les initiatives durables. Les médias, en tant que plateformes d'information et d'éducation, ont le pouvoir de façonner l'opinion publique et d'influencer les comportements. Ils utilisent diverses stratégies pour mettre en lumière l'entrepreneuriat vert, telles que la couverture de succès stories, la création de contenu éducatif et la mise en place de campagnes de sensibilisation. Par exemple, une étude publiée dans la revue Vie et sciences de l'entreprise explore les motivations et les mécanismes de mise en œuvre de l'entrepreneuriat vert en Tunisie, soulignant l'importance de la culture écologique et des motivations économiques derrière ces initiatives⁸³.

De plus, une approche bibliométrique sur l'entrepreneuriat vert a été réalisée pour clarifier la portée de ce domaine et explorer son évolution en tant que domaine académique⁸⁴, Ces recherches mettent en évidence le rôle crucial des médias dans la promotion de l'entrepreneuriat vert et la nécessité d'une couverture médiatique étendue pour encourager une économie plus verte et plus durable.

⁸¹ Secrétariat d'état chargé de l'environnement, Action 21, Algérie, Edition Algérie, juin 1997, p 121.

⁸² <https://www.dynamique-mag.com/article/medias-suivent-entrepreneurs>. Consulté le 26/04/2024 à 15H.

⁸³ Allal Ben youssef, Mariem Dziri, l'entrepreneuriat vert: mécanismes de mise en œuvre et motivations en Tunisie (cas d'un pays émergent), dans vie et science de l'entreprise , Éditions ANDESE, 2012/2(N191-192), p64.

⁸⁴ Conférence internationale de management stratégique, l'entrepreneuriat vert: une approche bibliométrique, Montpellier, 6-8 juin 2018, p10.

Section 03 : L'évolution de la presse électronique en Algérie : Son rôle dans la promotion des projets d'entrepreneuriat vert.

L'évolution de la presse électronique en Algérie a été marquée par des transformations significatives, reflétant les changements politiques, technologiques et sociétaux qui ont façonné le paysage médiatique du pays. Depuis les premières tentatives de transition vers le numérique jusqu'à l'émergence de plateformes en ligne diversifiées, la presse électronique algérienne a suivi un parcours complexe et dynamique. Dans cette section, nous explorerons cette évolution en mettant en lumière les défis, les opportunités et le rôle crucial joué par la presse électronique dans la promotion des projets d'entrepreneuriat vert en Algérie.

1.Évolution de la presse électronique en Algérie

La transformation de la presse en Algérie, de son format traditionnel à sa version électronique, reflète trois périodes majeures depuis l'indépendance. Tout d'abord, de 1962 à 1989, les médias étaient fortement contrôlés par l'État et le parti unique, servant principalement de propagande. Ensuite, la période de transition des années 1990 a vu l'adoption de lois favorisant le multipartisme et le pluralisme médiatique, bien que l'état d'urgence et le contrôle de l'information aient posé des défis. Enfin, depuis les années 2000, l'avènement d'Internet a ouvert de nouveaux horizons pour la presse, facilitant la création de journaux en ligne et offrant plus de liberté dans la diffusion de l'information⁸⁵.

1.1. Les conditions de création des journaux électroniques :

L'émergence de la presse électronique en Algérie marque un tournant dans le paysage médiatique, soulignant une prise de conscience de l'importance du numérique. LouanesGuemache, responsable du journal électronique Tout sur l'Algérie, témoigne de cette évolution en soulignant le besoin d'informations pour la communauté algérienne en France, incitant à la création de sites comme le leur. De même, la modernisation des procédés de fabrication et l'intégration du web ont encouragé les entreprises de presse à se lancer dans cette nouvelle expérience.

⁸⁵Fatima Zohra, Taiebi Moussaoui, Le développement de la presse électronique en Algérie : Des dispositifs aux pratiques journalistiques ,Étude d'un échantillon de journaux en ligne ,Algérie,2016/15 ,p62

Plusieurs modèles ont émergé, notamment la mise en ligne des versions intégrales des journaux dans un premier temps, puis la diffusion de formats électroniques comme le PDF ou l'HTML, offrant un fil d'actualité en continu. Cette transition vers le web a été motivée par la relative facilité et les moindres coûts de création par rapport aux journaux papier traditionnels.

La presse électronique offre une liberté accrue dans le traitement de l'information, répondant à une demande croissante pour des contenus plus personnalisés et diversifiés. De plus, elle permet une transmission immédiate de l'information, contournant les contraintes temporelles des médias traditionnels.

En Algérie, cette transition vers le numérique a également vu l'émergence de sites d'information arabophones, enrichissant le paysage médiatique. Aujourd'hui, plusieurs types de sites coexistent, des généralistes aux spécialisés, en passant par les locaux, reflétant une diversification croissante de l'offre médiatique en ligne.⁸⁶

1.2. Les défis financiers de la presse en ligne :

L'un des principaux défis pour la presse électronique en Algérie, tout comme ailleurs, réside dans la question des ressources financières. De nombreux journaux en ligne ont démarré avec des investissements initiaux privés, comme c'est le cas pour des sites tels que TSA, Maghreb Emergent et Al-Djazair 24. La publicité constitue une source de financement cruciale pour la plupart de ces journaux en ligne, couvrant des dépenses telles que l'hébergement des sites, les noms de domaine et les rémunérations des collaborateurs. Pour certains journaux électroniques ayant une version imprimée, comme El Watan et Ech Chourouk El-Yaoumi, la publicité peut représenter jusqu'à 60% de leurs revenus.

Cependant, la dépendance excessive à la publicité peut être problématique, surtout lorsque les tarifs publicitaires en ligne sont nettement inférieurs à ceux de la presse papier, malgré des audiences comparables. De plus, les sites d'information en ligne ne bénéficient souvent pas des mêmes avantages que les médias traditionnels en termes de publicités institutionnelles, ce qui limite leurs sources de revenus. Certains sites d'information tentent de diversifier leurs sources de revenus en explorant d'autres modèles économiques. Par exemple, certains proposent des

⁸⁶Fatima Zohra, Taiebi Moussaoui, Le développement de la presse électronique en Algérie : Des dispositifs aux pratiques journalistiques, Étude d'un échantillon de journaux en ligne, Algérie, 2016/15, p64.

contenus payants, mais la mise en œuvre de ce système est entravée par des obstacles bureaucratiques et juridiques. D'autres adoptent des approches hybrides, combinant la publicité en ligne avec des services connexes tels que le conseil en relations publiques, le monitoring de la presse, voire le lancement de versions papier ou de web radios.

Face à ces défis, les acteurs de la presse électronique doivent continuellement innover et explorer de nouveaux modèles économiques pour assurer leur viabilité à long terme.⁸⁷

1.3. Au-delà de l'Imprimé : Les Défis et Opportunités de la Presse Électronique Algérienne :

La logique de production de l'information tient de plus en plus compte de l'importance des plateformes numériques (réseaux sociaux numériques, blogs, forums) comme sources d'information, à travers le modèle du lecteur source ou « la curation sociale » qui permet aux citoyens de participer dans la production de l'information. Comme l'explique le responsable de la version web du journal El-Watan :

« Le lecteur devient une source d'information, par exemple via la page Facebook du journal, pour obtenir des informations sur les réactions des citoyens concernant le retrait du permis de conduire, le journaliste a posé la question ; on a eu plus de 1200 témoignages, un nombre qu'on ne peut pas obtenir sur le terrain avec une telle rapidité. Avant c'était les cafés pour récolter les infos, actuellement c'est les réseaux sociaux numériques ».

La contribution citoyenne s'articule également à travers les commentaires et les observations des lecteurs sur le site électronique ou sur la page Facebook du journal. Les sites d'information électroniques ont une très grande popularité parmi les lecteurs. Le site de Google analytics, spécialisé dans l'analyse de l'audience des sites en ligne, fournit des statistiques détaillées sur le profil, le nombre et la zone géographique des lecteurs de la presse électronique en Algérie. D'après les résultats de notre enquête, les pratiques observées chez les professionnels de la presse électronique révèlent plusieurs tendances significatives. Une grande partie de leur travail se concentre sur le desk, impliquant la réécriture et la publication de dépêches d'agence. Cependant,

⁸⁷Fatima Zohra, Taiebi Moussaoui, Le développement de la presse électronique en Algérie : Des dispositifs aux pratiques journalistiques, Étude d'un échantillon de journaux en ligne, Algérie, 2016/15, p.69.

la professionnalisation de ces pratiques reste encore limitée, avec une majorité de journalistes en ligne qui ne maîtrisent pas les techniques de mise en ligne des données, laissant souvent cette tâche aux techniciens.

Par ailleurs, certains sites de presse électronique en Algérie ne suivent pas les procédures de vérification des informations et ne respectent pas les droits d'auteur, en utilisant du contenu sans indiquer la source. De plus, il est souligné un manque de contenu approfondi comme les enquêtes et le data journalisme. L'ère numérique a introduit un nouvel impératif de vitesse dans la publication, accentuant l'importance de l'immédiateté et la recherche constante de scoops.

La participation citoyenne est devenue une composante essentielle de la production d'informations, avec les réseaux sociaux jouant un rôle crucial dans la collecte de témoignages et de réactions du public. Les lecteurs contribuent également par le biais de commentaires et d'observations sur les plateformes en ligne.

En termes d'audience, les sites de presse électronique en Algérie sont populaires, attirant un nombre important de lecteurs, principalement âgés de 18 à 44 ans, avec une utilisation croissante des terminaux mobiles pour accéder aux contenus en ligne. Bien que la diversité des contenus multimédias soit en augmentation, il est noté une certaine uniformité dans la présentation des informations en ligne, avec une préférence pour les formats riches en médias tels que l'audio, les images et les vidéos.

En conclusion, la presse électronique joue un rôle crucial dans le paysage médiatique algérien, offrant une diversité d'informations sur des sujets nationaux et internationaux. Cependant, elle est confrontée à divers défis, notamment techniques, réglementaires et financiers, qui pourraient entraver sa pérennité à long terme.⁸⁸

2-Théorie de communication et de l'influence médiatique

Les théories de la communication et de l'influence médiatique sont au cœur des sciences de l'information et de la communication (SIC) et s'intéressent à la manière dont les médias façonnent et sont façonnés par la société. Ces théories se sont diversifiées au fil du temps, reflétant une pluralité de perspectives et de méthodologies. En France, par exemple, les SIC ont

⁸⁸ Fatima Zohra, Taiebi Moussaoui, Le développement de la presse électronique en Algérie : Des dispositifs aux pratiques journalistiques, Étude d'un échantillon de journaux en ligne, Algérie, 2016/15, 76.

développé des points de vue théoriques variés depuis les années 1970 pour étudier les pratiques, les dispositifs et les objets de communication. Ces approches incluent la psychosociologie, qui examine l'influence des médias sur les comportements et les représentations sociales. À l'échelle internationale, l'histoire de la production scientifique en communication présente des caractéristiques, filiations et topiques distincts, notamment avec l'exportation vers les États-Unis de la théorie critique et de la French theory, qui ont influencé de nouveaux courants d'études comme les cultural studies⁸⁹.

L'influence médiatique est souvent abordée par un angle psychosociologique, considérée comme le résultat d'un acte de communication sur les comportements ou les représentations sociales des publics. Elle est également vue comme un processus de mise en circulation des idées et des opinions, ou encore comme un ensemble de pratiques et stratégies visant la persuasion. Ces théories soulignent l'importance des dimensions culturelles en tant que soubassement de l'influence, permettant à celle-ci de s'exercer dans un contexte donné et de générer des effets tangibles⁹⁰

3-L'évolution verte : Comment la presse électronique en Algérie façonne les perceptions et promeut l'entrepreneuriat écologique

Le traitement médiatique des sujets d'entrepreneuriat vert sur la presse électronique offre un exemple intéressant de l'application des théories de la communication et de l'influence médiatique. L'entrepreneuriat vert est un domaine en pleine expansion, où les entreprises cherchent à intégrer des pratiques durables et respectueuses de l'environnement dans leurs activités. Sur la presse électronique, ces sujets peuvent être abordés de différentes manières, influençant ainsi la perception du public et ses attitudes envers l'entrepreneuriat vert.

⁸⁹Françoise Bernard, Les théories de l'influence en communication : perspectives nord américaines et Française , dans hermès , la revue 2015/1(n71)p 45 .

⁹⁰Camille Allongée, Benoît Cordelier, Stéphanie Yates, pour une approche communication de l'influence dans communication et organisation 2021/02(N06), page 12.

Premièrement, le traitement médiatique des sujets d'entrepreneuriat vert peut refléter les agendas des médias et des acteurs économiques. Les médias peuvent choisir de mettre en avant les succès et les innovations dans ce domaine, ce qui peut encourager une perception positive de l'entrepreneuriat vert et stimuler l'intérêt du public pour ces initiatives. Cependant, cela peut aussi entraîner une vision parfois idéalisée de ces pratiques, en minimisant les défis et les obstacles rencontrés par les entreprises engagées dans l'entrepreneuriat vert.

Deuxièmement, le traitement médiatique peut influencer les attitudes et les comportements du public à l'égard de l'entrepreneuriat vert. Par exemple, une couverture médiatique positive peut encourager les individus à soutenir financièrement ou à s'engager activement dans des initiatives d'entrepreneuriat vert. De même, une exposition médiatique négative, comme la critique des pratiques environnementales d'une entreprise, peut entraîner une réduction de la confiance du public et avoir un impact sur sa perception de cette entreprise.

En outre, les médias électroniques offrent des plateformes interactives où les individus peuvent participer activement aux discussions sur l'entrepreneuriat vert. Les commentaires des lecteurs, les partages sur les réseaux sociaux et les discussions en ligne peuvent amplifier l'impact du traitement médiatique et influencer davantage les attitudes et les comportements du public.

En conclusion, l'analyse de l'évolution de la presse électronique en Algérie révèle une histoire riche en défis et en réalisations. Alors que les médias numériques continuent de façonner le paysage médiatique du pays, il est essentiel de reconnaître leur potentiel dans la promotion de l'entrepreneuriat vert et du développement durable. En adoptant une approche proactive et novatrice, les acteurs de la presse électronique peuvent contribuer de manière significative à sensibiliser le public, à stimuler l'innovation et à favoriser un engagement accru envers les initiatives écologiques. En conjuguant les avancées technologiques avec une éthique journalistique solide, la presse électronique en Algérie peut jouer un rôle crucial dans la création d'un avenir plus durable et équitable pour tous.

**Troisième partie :
Cadre pratique.**

Chapitre 01 : Analyse de la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert par le journal en ligne EL WATAN durant l'année 2023 .

Introduction

L'analyse de la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert est essentielle pour comprendre la manière dont les médias abordent les enjeux environnementaux et les initiatives durables. Ce chapitre se concentre sur l'étude approfondie du journal en ligne El Watan-DZ au cours de l'année 2023, mettant en lumière ses perspectives, ses défis et ses opportunités concernant l'entrepreneuriat vert.

La première section présente le journal El Watan-DZ, examinant ses caractéristiques éditoriales, sa portée et son audience pour contextualiser notre analyse. Cette présentation offre un cadre essentiel pour comprendre le contexte dans lequel s'inscrit la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert.

Ensuite, nous procédons à une analyse quantitative approfondie de la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert dans El Watan-DZ pour l'année 2023. Cette analyse examine la fréquence, la diversité des sujets abordés et les tendances générales de la couverture médiatique, offrant ainsi un aperçu détaillé de la représentation de l'entrepreneuriat vert dans le journal en ligne.


Enfin, notre étude comprend une section dédiée à l'analyse des entretiens menés avec des acteurs clés, tels que des journalistes et des responsables institutionnels, afin d'explorer leurs perspectives, leurs expériences et leurs suggestions concernant la médiatisation de l'entrepreneuriat vert dans El Watan-DZ. Cette analyse qualitative complète notre compréhension de la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert en fournissant des informations précieuses sur les perceptions et les pratiques des professionnels des médias et des décideurs institutionnels.

En résumé, ce chapitre offre une vue d'ensemble complète de la manière dont le journal en ligne El Watan-DZ aborde l'entrepreneuriat vert en 2023. En combinant une analyse quantitative et qualitative, nous espérons fournir des informations pertinentes pour informer les discussions futures sur la médiatisation des enjeux environnementaux et des initiatives durables dans les médias contemporains.

Section 01 : présentation du site web « EL WATAN.DZ »

La presse électronique "EL WATAN.DZ" est un site web d'information qui occupe une place prépondérante dans le paysage médiatique algérien. Il s'est imposé au fil des années comme une référence incontournable pour les lecteurs en quête d'une information fiable, indépendante et variée. Dans cette section, nous dresserons une description détaillée de ce site emblématique, mettant en lumière son histoire, sa mission, sa ligne éditoriale.

1. Fiche Technique du Site EL WATAN.DZ

Aspect	Détails
URL	www.elwatan-dz.com
Logo du site El Watan-dz.com	
Responsable de la rédaction web	Asma Bersali.
Langue	Le journal électronique El Watan diffuse ses informations en français.
Interface	L'interface est facile à utiliser, ce qui rend la navigation et l'accès à l'information simples..
Accessibilité	Accessible depuis les ordinateurs de bureau, les Smartphones et les tablettes, qui sont connectés à l'Internet.
Sections	Sections thématiques bien définies, permettant aux utilisateurs de trouver facilement l'information recherchée.
Formats	Articles écrits.
Mises à jour	Mises à jour régulières, avec une fréquence de publication adaptée à l'actualité.
Réseaux sociaux	Présence active sur les réseaux sociaux majeurs (Facebook, Twitter, Instagram, etc.).
Histoire	Créé en 1997, le site web d'El Watan a été l'un des premiers journaux du Maghreb à s'aventurer en ligne. À partir de 2010, il a proposé une version électronique améliorée permettant le téléchargement en PDF de la version papier, ainsi que la possibilité pour les utilisateurs inscrits de

	participer à des débats en laissant des commentaires modérés. Cependant, cette fonctionnalité des commentaires n'est plus disponible jusqu'à aujourd'hui. Le site reste néanmoins constamment actualisé tout au long de la journée pour fournir une information à jour.
Politique éditoriale	Charte éditoriale claire, garantissant l'indépendance et l'objectivité de l'information.

Tableau 5 : Fiche Technique du Site EL WATAN.DZ

Commentaire :

El Watan l'un des premiers journaux du Maghreb à s'aventurer en ligne dès 1997, il a joué un rôle pionnier dans l'évolution des médias numériques en Algérie. Sa transition vers une version électronique améliorée en 2010, avec des fonctionnalités telles que le téléchargement en PDF de la version papier et la possibilité de participer à des débats en ligne, reflète son engagement à rester pertinent et accessible dans un paysage médiatique en constante évolution. La présence active d'El Watan sur les réseaux sociaux majeurs et sa politique éditoriale claire renforcent sa crédibilité en tant que source d'information fiable et indépendante. Cette fiche technique du site El Watan.DZ offre un aperçu détaillé de ses caractéristiques et de son fonctionnement, fournissant ainsi une base solide pour l'analyse et la compréhension de son rôle dans le paysage médiatique algérien.⁹¹

2. Analyse descriptive La page principale d'"El Watan"

La page principale d'"El Watan" présente une mise en page claire et organisée, facilitant la navigation et l'accès à l'information pour les lecteurs. En haut de la page, la date est affichée de manière claire, permettant aux lecteurs de connaître instantanément le jour actuel, juste à côté la barre de recherche est positionnée de manière accessible, en gris. Les icônes de réseaux sociaux (Facebook, Twitter, YouTube) sont visibles, offrant aux lecteurs la possibilité de suivre le journal sur ces plateformes. Les options "S'inscrire" et "S'identifier" sont également accessibles, permettant aux utilisateurs de créer un compte ou de se connecter.

⁹¹Madame Bersali Asma, Responsable de la rédaction webde « EL WATAN.DZ ».

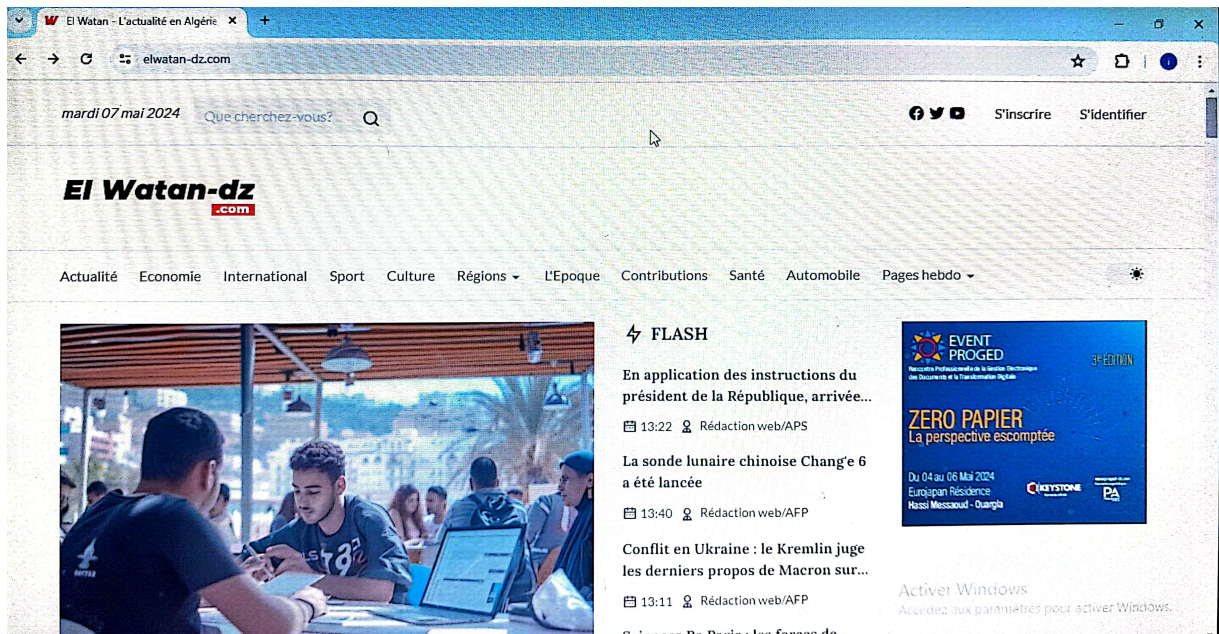


Figure 11 : Capture d'écran de la page principale d'El Watan « 01 »

Juste en dessous du logo du site "El Watan-dz.com", une ligne de rubriques est présentée, comprenant des catégories telles que Actualité, Économie, International, Sport, Culture, Régions, L'Epoque, Contributions, Santé, Automobile, et Pages hebdo. Cette disposition permet aux lecteurs de naviguer facilement vers les sections qui les intéressent.

Les informations d'actualité du jour sont bien mises en évidence, avec chaque article accompagné d'une photo correspondante, ce qui attire l'attention des lecteurs et rend le contenu plus attrayant. Les titres des articles et les chapeaux sont affichés en noir gras, assurant une lisibilité claire et immédiate.

À la fin de chaque article, des tags sont présentés en rouge, ce qui facilite la recherche d'autres contenus connexes ou similaires pour les lecteurs intéressés.

A droite des articles d'actualité proposés, le mot "Flash" est affiché, indiquant probablement des nouvelles de dernière minute ou des mises à jour importantes.

En bas de la page, à droite, les lecteurs abonnés ont la possibilité de télécharger les versions PDF des articles. Des vidéos de YouTube sont également intégrées juste en dessous des articles, offrant une variété de formats de contenu aux lecteurs.



Figure 12 : Capture d'écran de la page principale d'El Watan « 02 »

L'édito et Point Zéro sont présentés à droite de la page, fournissant aux lecteurs des perspectives éditoriales et des analyses approfondies sur les sujets d'actualité.

En résumé, la page principale d'"El Watan" présente une mise en page épurée et fonctionnelle, mettant en valeur le contenu d'actualité avec une organisation claire et des éléments visuels attrayants.

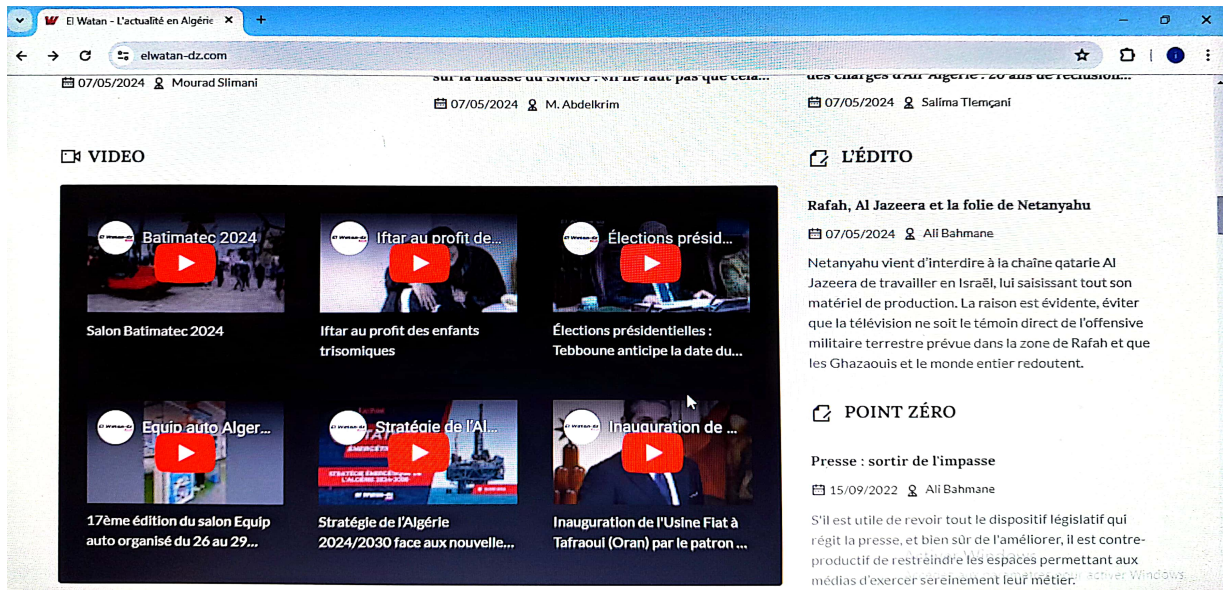


Figure 13 : Capture d'écran de la page principale d'El Watan « 03 »

3. Analyse de la présentation visuelle des articles sur l'entrepreneuriat vert sur EL WATAN.DZ

En parcourant les articles publiés sur EL WATAN.DZ, j'ai remarqué une uniformité dans leur présentation visuelle. Tous les titres sont écrits en gras et en noir, ce qui attire immédiatement l'attention des lecteurs. De plus, au-dessus de chaque article, on trouve des informations supplémentaires telles que le nombre de vues et l'heure de publication. Cette transparence sur la popularité et la fraîcheur des articles est appréciable.

Une fonctionnalité intéressante du site est la disponibilité d'une version audio de certains articles, ce qui rend le contenu plus accessible à un public diversifié. Cependant, malgré ces éléments visuels et interactifs, j'ai noté l'absence d'intertextes dans les articles sur l'entrepreneuriat vert. Les intertextes, qui sont des liens hypertextes ou des références à d'autres articles ou sources d'information, sont souvent utiles pour approfondir la compréhension du sujet en consultant des ressources supplémentaires.

Cette observation soulève des questions sur la manière dont les articles sur l'entrepreneuriat vert sont conçus ou édités par rapport à d'autres contenus sur le site. Bien que la présentation

visuelle des articles soit cohérente et engageante, l'ajout d'intertextes pourrait enrichir davantage l'expérience de lecture en offrant aux lecteurs la possibilité d'explorer davantage le sujet.

3.1. Analyse de la longueur des articles sur l'entrepreneuriat vert : Nombre de mots par article :

L'analyse de la longueur des articles sur l'entrepreneuriat vert dans la presse électronique EL WATAN.DZ pour l'année 2023 offre un aperçu important de la façon dont ce sujet est couvert médiatiquement. En examinant le nombre de mots dans chaque article, nous pouvons mieux comprendre la profondeur et l'étendue de la couverture journalistique de l'entrepreneuriat vert tout au long de l'année. Cette analyse permettra également de déterminer s'il y a des tendances discernables en ce qui concerne la longueur des articles, ce qui pourrait fournir des informations précieuses sur les priorités éditoriales et l'intérêt du public pour ce domaine.

Titre de l'article	Nombre de mots
Coca Cola appelée à adopter Eco-Jem	848
El Ménéa : Le plan de gestion des déchets en milieu urbain bientôt ficelé	402
Gestion des déchets : Vers la mise en place d'un plan national	456
Journée d'étude à Tizi Ouzou : Plaidoyer pour une gestion territorialisée des déchets	305
Repenser la gestion des déchets pour lutter contre les changements climatiques	921
Lancement de la gestion intelligente des déchets à Annaba	106
Un projet pilote de gestion intégrée des déchets à Constantine et Sétif	159
Réflexion sur une stratégie d'intégration du secteur informel dans la gestion des déchets en Algérie	632
Indépendance alimentaire : Plaidoyer pour une agriculture intelligente	713
3ème édition du concours de l'innovation dans l'agriculture : Promouvoir les initiatives	545
Oran : Vingt entreprises émergentes exposent des solutions innovantes en agriculture	332
Les experts appellent à un changement de paradigme de croissance : l'économie verte en quête de dispositifs réglementaires	552
Agriculture durable : Ce que la permaculture apportera à l'Algérie	1066
Afrique : La BAD préconise la mobilisation d'investissement privé	523
Prix Pierre Castel Algérie : Des murs végétaux et la charcuterie artisanale primés	344

Économie verte : un programme pour booster les startups	151
Brahim Zitouni, vice-président du groupe de réflexion Filahainnov(GRFI) : « Les changements climatiques nous imposent un remodelage de notre système agricole »	1842
Agriculture : Le 1er Salon de l'entrepreneuriat vert du 9 au 12 novembre	365
Salon de l'entrepreneuriat vert du 9 au 12 novembre à Tizi Ouzou : Le rendez-vous des professionnels de l'agriculture et de l'agroalimentaire	450
Hacène Mahmoudi. Professeur à l'université de Chlef : «Les stations de dessalement peuvent être alimentées par de l'énergie renouvelable»	518
Energie : Nécessité de soutenir la technologie et la recherche scientifique	265
Energies renouvelables: hausse de plus de 9% des capacités de production dans le monde en 2022	329
Tout en maintenant le charbon et le Gaz naturel : Le G7 plaide pour l'accélération de la sortie des énergies fossiles	573
Energies renouvelables : Un programme spécial dédié aux exploitations agricoles	253
Énergies renouvelables en Algérie : Une puissance de 589,7 MW installée jusqu'à la fin 2022	985
Développement des énergies renouvelables : L'Algérie et l'UE passent au concret	766
Le soleil est l'avenir de l'Algérie	458
Constantine : Colloque sur la technologie verte au service de l'environnement et du développement durable	283
Les start-up en milieu universitaire : Une valeur ajoutée pour l'économie nationale	535
Ces femmes qui veulent sauver l'environnement	3254
Soutien aux entreprises et développement de réseaux d'affaires : Le projet Ebsomed passe le relais	605
Startups dans l'économie verte : Alegria Venture lance un programme d'accélération	222
Économie verte : 15 start-up participeront à un programme d'accélération lancé par Algeria Venture	616

Tableau 6 : Nombre de mots par article sur l'entrepreneuriat vert.

Commentaire :

En examinant le tableau, on constate une variabilité significative dans la longueur des articles. Certains articles sont relativement courts, avec moins de 300 mots, tandis que d'autres sont

beaucoup plus longs, dépassant parfois 1000 mots. Cette variabilité peut refléter les différentes approches éditoriales et la diversité des sujets abordés dans le domaine de l'entrepreneuriat vert.

Selon la théorie de la dépendance aux médias, la longueur des articles peut influencer la façon dont les informations sont perçues par le public. Les articles plus longs ont généralement plus d'espace pour explorer en profondeur les sujets, fournir des analyses détaillées et présenter une gamme plus large de perspectives. En revanche, les articles plus courts peuvent se concentrer sur les faits saillants et offrir une vue d'ensemble plus concise des sujets.

Dans le contexte de l'entrepreneuriat vert, la longueur des articles peut refléter l'importance accordée à certains sujets par les médias, ainsi que l'ampleur des informations disponibles sur ces sujets. Par exemple, les articles plus longs peuvent être associés à des sujets complexes ou émergents qui nécessitent une exploration approfondie, tandis que les articles plus courts peuvent se concentrer sur des événements ou des initiatives spécifiques dans le domaine de l'entrepreneuriat vert.

En résumé, l'analyse de la longueur des articles sur l'entrepreneuriat vert dans la presse électronique EL WATAN.DZ pour l'année 2023 met en évidence la diversité des approches éditoriales et la complexité des sujets abordés dans ce domaine. Ces observations fournissent un aperçu précieux de la manière dont les médias couvrent l'entrepreneuriat vert et de leur rôle potentiel dans la formation de l'opinion publique sur ces questions.

Section 02 : Analyse de contenu quantitative.

1. Analyse Quantitative du Traitement Médiatique de l'Entrepreneuriat Vert

L'analyse quantitative du traitement médiatique de l'entrepreneuriat vert vise à examiner de manière systématique et chiffrée la couverture médiatique accordée à ce sujet, en se concentrant sur des aspects tels que la fréquence de publication, la répartition par thème, les vues des articles et les sujets les plus populaires.

1.1. Identification des articles :

Nous avons identifié et collecté tous les articles pertinents sur l'entrepreneuriat vert publiés par El Watan-DZ en 2023. Ces articles ont été regroupés par catégorie ou thème, notamment la gestion des déchets, l'agriculture biologique, les énergies renouvelables et le développement.

Troisième partie : Cadre pratique

Thème	Titre de l'article	Auteur	Date de publication	Nombre de vues le 09/04/2024 à 21H.
Gestion des déchets.	Coca Cola appelée à adopter Eco-Jem.	Mohamed Benzerga.	12/01/2023.	2189
Gestion des déchets.	El Ménéa : Le plan de gestion des déchets en milieu urbain bientôt ficelé.		17/04/2023.	1242
Gestion des déchets.	Gestion des déchets : Vers la mise en place d'un plan national.		11/05/2023.	2568
Gestion des déchets.	Journée d'étude à Tizi Ouzou : Plaidoyer pour une gestion territorialisée des déchets.	Hafid Azzouzi.	22/06/2023.	2868
Gestion des déchets.	Repenser la gestion des déchets pour lutter contre les changements climatiques.		18/07/2023.	3256
Gestion des déchets.	Lancement de la gestion intelligente des déchets à Annaba.		23/11/2023.	205
Gestion des déchets.	Un projet pilote de gestion intégrée des déchets à Constantine et Sétif.		25/11/2023.	1178
Gestion des déchets.	Réflexion sur une stratégie		20/12/2023	2197

Troisième partie : Cadre pratique

déchets.	d'intégration du secteur informel dans la gestion des déchets en Algérie.			
Agriculture biologique.	Indépendance alimentaire : Plaidoyer pour une agriculture intelligente.	Farouk Baba Hadji.	01/02/2023.	1778
Agriculture biologique.	3ème édition du concours de l'innovation dans l'agriculture : Promouvoir les initiatives.	Tarek Larbi	04/02/2023.	951
Agriculture biologique.	Oran : Vingt entreprises émergentes exposent des solutions innovantes en agriculture.		19/03/2023.	895
Agriculture biologique.	Les experts appellent à un changement de paradigme de croissance : l'économie verte en quête de dispositifs réglementaires.	Samira Lmadalou.	21/03/2023.	1785
Agriculture biologique.	Agriculture durable : Ce que la permaculture apportera à l'Algérie.	ChrifLahdiri.	21/03/2023.	2197
Agriculture biologique.	Afrique : La BAD préconise la mobilisation d'investissement privé.	ZhorHadjam.	17/04/2023.	1009
Agriculture biologique.	Prix Pierre Castel Algérie : Des murs végétaux et la charcuterie artisanale	Nassima Oulebsir.	08/06/2023.	2868

Troisième partie : Cadre pratique

	primés.			
Agriculture biologique.	Économie verte : un programme pour booster les startups.		08/07/2023.	424
Agriculture biologique.	Brahim Zitouni, vice-président du groupe de réflexion Filahainnov(GRFI) : « Les changements climatiques nous imposent un remodelage de notre système agricole ».	Asma Bersali.	28/08/2023.	2902
Agriculture biologique.	Agriculture : Le 1er Salon de l'entrepreneuriat vert du 9 au 12 novembre.	R. E.	08/10/2023.	934
Agriculture biologique.	Salon de l'entrepreneuriat vert du 9 au 12 novembre à Tizi Ouzou : Le rendez-vous des professionnels de l'agriculture et de l'agroalimentaire.	Hafid Azzouzi.	12/10/2023.	1712
Énergies renouvelables.	Hacène Mahmoudi. Professeur à l'université de Chlef : «Les stations de dessalement peuvent être alimentées par de l'énergie renouvelable».	Sofia Ouahib.	10/01/2023.	2097
Énergies	Energie : Nécessité de		09/03/2023.	460.

Troisième partie : Cadre pratique

renouvelables.	soutenir la technologie et la recherche scientifique.			
Énergies renouvelables	Energies renouvelables: hausse de plus de 9% des capacités de production dans le monde en 2022.		21/03/2023.	506
Énergies renouvelables.	Tout en maintenant le charbon et le Gaz naturel : Le G7 plaide pour l'accélération de la sortie des énergies fossiles.	NadjiaBouaricha.	17/04/2023.	1185
Énergies renouvelables	Energies renouvelables : Un programme spécial dédié aux exploitations agricoles.	R.E.	10/08/2023.	934
Énergies renouvelables.	Énergies renouvelables en Algérie : Une puissance de 589,7 MW installée jusqu'à la fin 2022.		09/09/2023.	2106
Énergies renouvelables.	Développement des énergies renouvelables : L'Algérie et l'UE passent au concret.	ZhorHadjam.	07/10/2023.	2923
Énergies renouvelables.	Le soleil est l'avenir de l'Algérie.	Cherif Lahdiri.	07/12/2023.	1802
Développement durable.	Constantine : Colloque sur la technologie verte au service. de		28/02/2023.	810

Troisième partie : Cadre pratique

	l'environnement et du développement durable.			
Développement durable.	Les start-up en milieu universitaire : Une valeur ajoutée pour l'économie nationale.		08/03/2023.	490
Développement.	Ces femmes qui veulent sauver l'environnement.	Sofia Ouahib.	08/03/2023.	3206
Développement durable.	Soutien aux entreprises et développement de réseaux d'affaires : Le projet Ebsomed passe le relais.	Nassima Oulebsir.	20/06/2023	1741
Développement durable.	Startups dans l'économie verte : Alegria Venture lance un programme d'accélération		08/07/2023	1287
Développement durable.	Économie verte : 15 start-up participeront à un programme d'accélération lancé par Algeria Venture		11/07/2023	1287

Tableau 7 : Identification des Articles sur l'entrepreneuriat vert publié par EL WATAN.DZ, durant l'année 2023.

1.2. Analyse de la Fréquence des Articles :

Nous avons calculé le nombre total d'articles sur l'entrepreneuriat vert publiés en 2023 par El Watan-DZ. Ensuite, nous avons examiné la répartition de ces articles par mois pour identifier d'éventuelles tendances saisonnières ou périodes d'intérêt accru.

1.2.1- Comptage du nombre total d'articles sur l'entrepreneuriat vert publiés en 2023 :

Sous thème	Nombre d'articles
Gestion des déchets.	8
Agriculture biologique.	11
Énergies renouvelables.	8
Développement durable.	6
Total	33

Tableau 8: Nombre d'articles sur l'entrepreneuriat vert par sous thème.

Le nombre total d'articles sur l'entrepreneuriat vert publiés en 2023 est donc : 33.

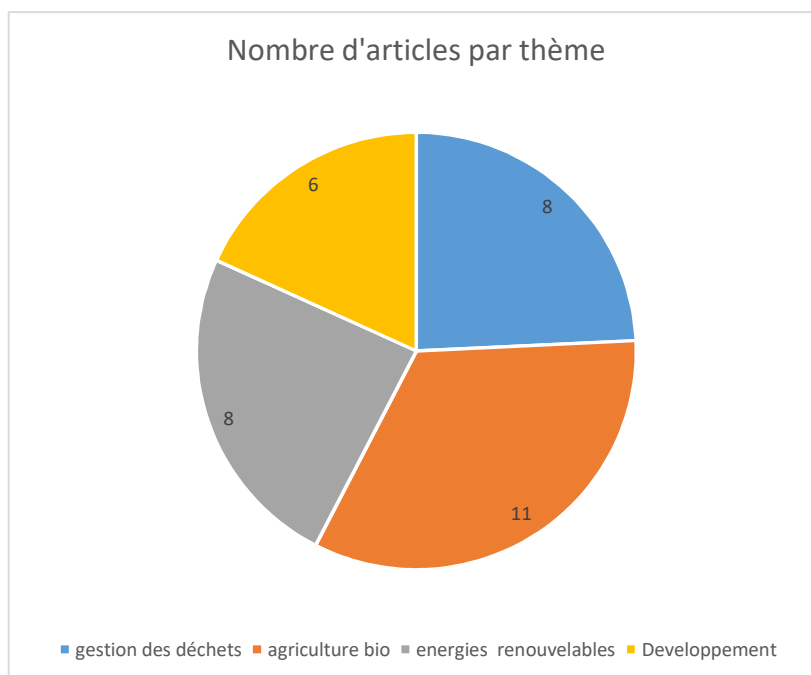


Figure 14 : Représentation graphique sur le nombre d'articles sur l'entrepreneuriat vert par sous thème publiés en 2023.

1.2.2- Fréquence de publication par sous-thème (en pourcentage) en 2023 :

Sous thème	Fréquence de publication
Gestion des déchets.	24,24 %
Agriculture biologique.	33,33 %
Énergies renouvelables.	24,24 %
Développement durable.	18,18 %
Total	100 %

Tableau 9 :Fréquence de publication des articles sur l'entrepreneuriat vert par sous-thème (en pourcentage) sur EL WATAN.DZ en 2023.

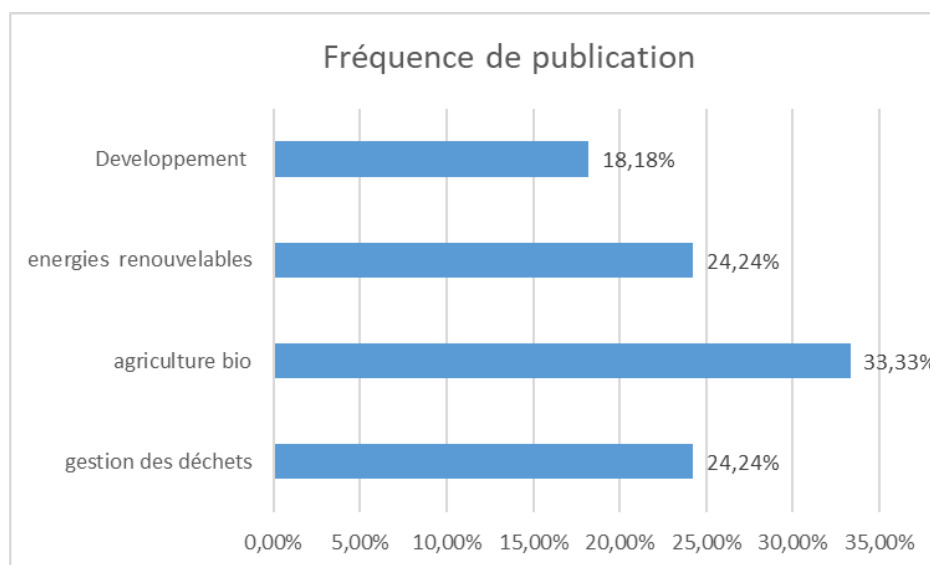


Figure 15 :Représentation graphique sur la fréquence de publication des articles sur l'entrepreneuriat vert par sous-thème (en pourcentage) sur EL WATAN.DZ en 2023.

Commentaire :

En analysant les données relatives à la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert en Algérie pour l'année 2023, il est clair que certains sous-thèmes ont capté davantage l'attention que d'autres, comme le montre le graphique informatif (fig n°15).

La gestion des déchets, représentant près d'un quart des publications (24,24%), émerge comme une préoccupation majeure dans le paysage médiatique. Cela souligne l'importance accordée à une gestion efficace des déchets et peut refléter une prise de conscience croissante des défis environnementaux liés à ce domaine.

L'agriculture biologique, avec plus d'un tiers des articles dédiés (33,33%), témoigne d'un intérêt significatif pour les pratiques agricoles respectueuses de l'environnement et de la santé. Cette attention accrue pourrait indiquer un changement vers une alimentation plus durable et locale.

Les énergies renouvelables, représentant également environ un quart des discussions (24,24%), occupent une place importante dans le débat sur l'entrepreneuriat vert. Cela met en lumière un intérêt persistant pour les solutions énergétiques alternatives et durables.

Enfin, bien que représentant le plus petit pourcentage, le développement durable reste une préoccupation importante, totalisant 18,18% des articles. Cela souligne l'importance de trouver un équilibre entre la croissance économique et la préservation de l'environnement.

1.3- Analyse de la répartition des articles par mois :

Pour cette analyse, on va regrouper les articles par mois dans chaque sous thème et compter leur nombre.

Troisième partie : Cadre pratique

Mois	Gestion des déchets	Agriculture biologique	Énergies renouvelables	Développement durable
Janvier	2	0	1	0
Février	0	2	0	1
Mars	0	3	2	2
Avril	1	1	1	0
Mai	1	0	0	0
Juin	1	1	0	1
Juillet	1	1	0	2
Août	0	1	1	0
Septembre	0	0	1	0
Octobre	0	2	1	0
Novembre	2	0	0	0
Décembre	1	0	1	0

Tableau 10 : La répartition des articles sur l'entrepreneuriat vert dans chaque sous thème par mois.

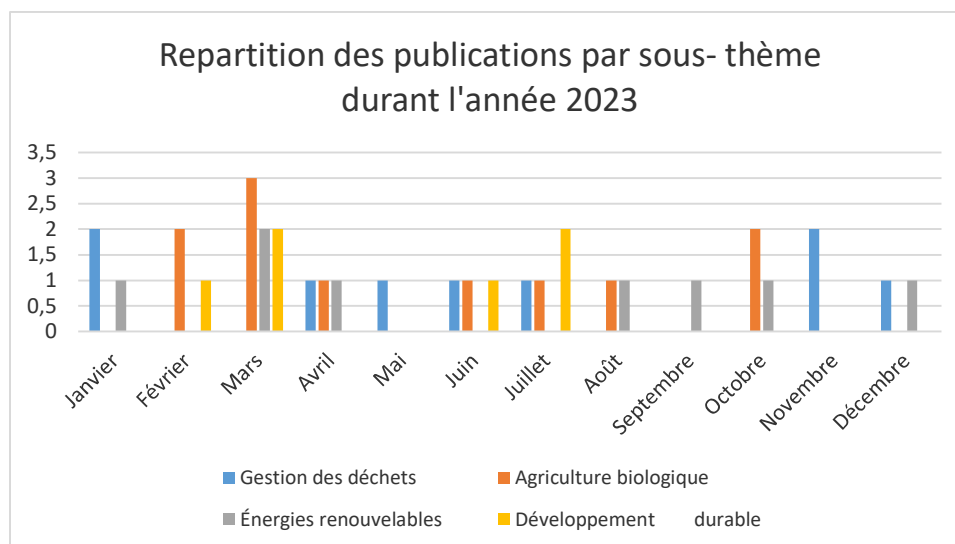


Figure 16 : Représentation graphique La répartition des articles sur l'entrepreneuriat vert dans chaque sous thème par mois.

Commentaire :

Cette analyse détaillée de la répartition des articles par mois dans chaque sous-thème : Tout d'abord, en observant les mois où le nombre d'articles est significatif, on remarque une forte présence de sujets liés à l'agriculture biologique, avec des pics en mars, juillet et octobre, indiquant un intérêt soutenu tout au long de l'année pour cette pratique durable.

Ensuite, la gestion des déchets est également un sujet d'attention, particulièrement en janvier, avril, juin et novembre. Cela peut refléter une préoccupation continue pour la gestion efficace des déchets tout au long de l'année.

Les énergies renouvelables semblent être moins régulièrement couvertes, mais restent présentes dans plusieurs mois, notamment mars, avril, août, septembre et octobre.

Enfin, le développement durable est un sujet moins fréquent dans les articles analysés, mais il est notablement présent en février, mars et juin.

En utilisant la théorie de la diffusion des idées et des innovations, on peut interpréter ces résultats comme des manifestations des différentes phases par lesquelles passent les innovations dans leur adoption par la société. Par exemple, la forte présence des sujets liés à l'agriculture biologique tout au long de l'année, avec des pics en mars, juillet et octobre, suggère une adoption croissante de cette pratique durable, suivant le modèle de diffusion des innovations. Ces pics pourraient représenter les phases où cette innovation gagne en visibilité et en acceptation, entraînant une augmentation de la couverture médiatique et une plus grande attention du public. De même, la présence régulière de la gestion des déchets tout au long de l'année pourrait indiquer une phase plus avancée dans le processus d'adoption, où cette pratique est devenue une préoccupation constante, tandis que les énergies renouvelables et le développement durable, bien que moins fréquents, pourraient être à des stades différents de ce processus, avec des périodes d'attention plus marquées en fonction de leur niveau d'acceptation et de leur intégration dans la société. En somme, cette analyse à travers le prisme de la théorie de la diffusion des idées et des innovations offre un éclairage précieux sur la progression des initiatives liées à l'entrepreneuriat vert dans le paysage médiatique et la société en général.

1.4- Analyse des Vues :

Nous avons calculé la moyenne des vues pour tous les articles sur l'entrepreneuriat vert, ainsi que la moyenne des vues par catégorie ou sous thème. Cette analyse nous permet de comprendre l'impact et l'intérêt des différents sujets pour les lecteurs.

1.4.1- Moyenne des vues pour tous les articles sur l'entrepreneuriat vert :

Nombre total d'articles sur l'entrepreneuriat vert	Nombre total de vues pour tous les articles	Moyenne des vues par article
33	53992	1636.

Tableau 11 : Moyenne des vues pour tous les articles sur l'entrepreneuriat vert.

1.4.2 -Moyenne des vues par sous-thème :

Sous thème	Moyenne des vues par article
Gestion des déchets	1963
Agriculture biologique	1587
Énergies renouvelables	1502
Développement durable	1502

Tableau 12 : Moyenne des vues pour les articles sur l'entrepreneuriat vert par sous-thème

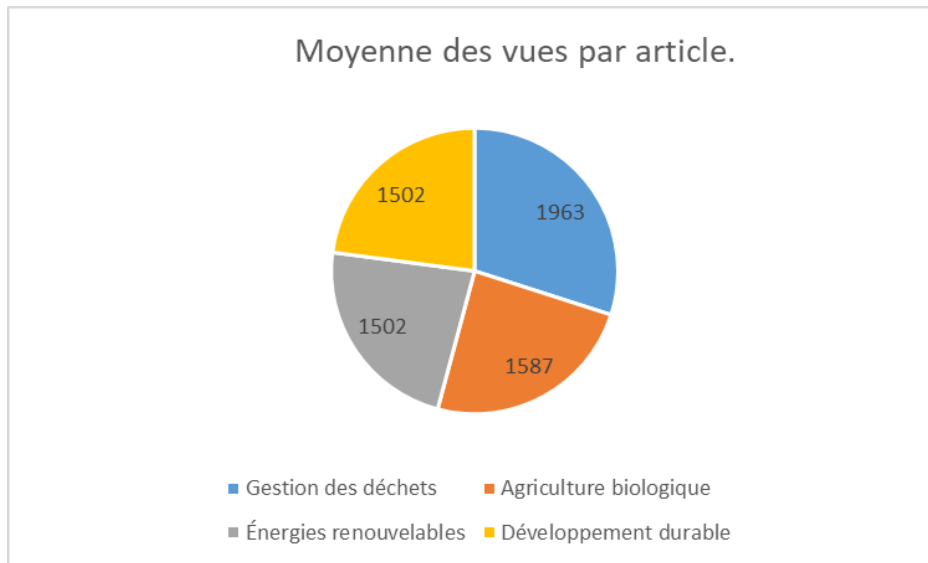


Figure 17 : Moyenne des vues pour les articles sur l'entrepreneuriat vert par sous-thème.

Commentaire :

Ce camembert illustre la répartition des vues par article pour chaque sous-thème de l'entrepreneuriat vert. Les données révèlent des informations précieuses sur l'impact relatif de chaque sujet dans l'opinion publique.

En tête du classement, nous observons que les articles sur la gestion des déchets bénéficient en moyenne du plus grand nombre de vues par article, avec environ 1963 vues. Cette forte visibilité peut s'expliquer par l'importance croissante accordée à la gestion des déchets dans les préoccupations environnementales et sociales.

Ensuite, l'agriculture biologique se démarque également avec environ 1587 vues par article. Cela suggère un intérêt significatif du public pour les pratiques agricoles durables et respectueuses de l'environnement, en ligne avec une tendance croissante vers une alimentation plus saine et respectueuse de la planète.

Les énergies renouvelables et le développement durable sont au coude-à-coude avec environ 1502 vues par article chacun. Bien que légèrement moins médiatisés que la gestion des déchets et l'agriculture biologique, ces sujets continuent d'attirer une attention importante de la part du public, témoignant d'un intérêt continu pour des solutions énergétiques et économiques durables ainsi que pour des pratiques commerciales responsables.

En somme, cette représentation graphique met en lumière les différents niveaux d'attention médiatique accordés à chaque aspect de l'entrepreneuriat vert

1.4.3 -Identification des Articles les Plus Populaires :

Nous avons identifié les articles les plus populaires en termes de vues, ce qui nous permet de comprendre quels sujets ont suscité le plus d'intérêt parmi les lecteurs. Ces articles sont souvent indicatifs des tendances et des préoccupations majeures du public.

Titre d'Articles	Nombre de vues
Repenser la gestion des déchets pour lutter contre les changements climatiques	3256
Ces femmes qui veulent sauver l'environnement	3206
Indépendance alimentaire : Plaidoyer pour une agriculture intelligente	1778

Tableau 13 : Identification des Articles d'entrepreneuriat vert les Plus Populaires

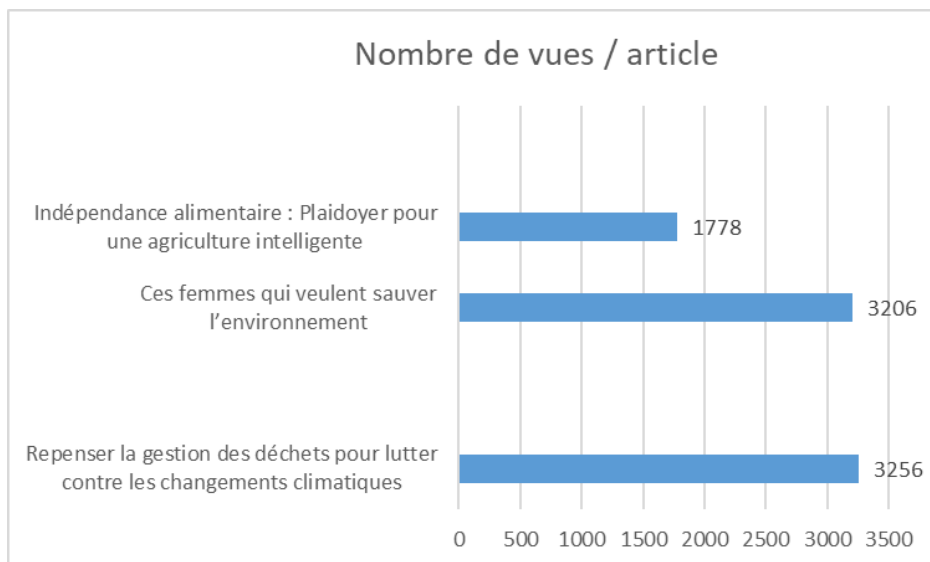


Figure 18 : Représentation graphique des Articles d'entrepreneuriat vert les Plus Populaires en termes de vues

Commentaire :

Cette représentation met en lumière les articles les plus populaires en termes de vues, offrant ainsi un aperçu précieux des sujets qui ont suscité le plus d'intérêt parmi les lecteurs.

En tête du classement, l'article "Repenser la gestion des déchets pour lutter contre les changements climatiques" a attiré l'attention avec un total de 3256 vues. Cela suggère un intérêt marqué du public pour les solutions innovantes dans la gestion des déchets, en lien avec les préoccupations croissantes concernant les changements climatiques.

Suivant de près, l'article "Ces femmes qui veulent sauver l'environnement" a également captivé l'audience avec 3206 vues. Cela met en lumière l'importance accordée aux initiatives féminines dans la protection de l'environnement et peut refléter un intérêt croissant pour la diversité des voix dans le mouvement écologiste.

L'article "Indépendance alimentaire : Plaidoyer pour une agriculture intelligente" a également reçu un nombre significatif de vues, avec respectivement 1778 vues. Cela souligne l'intérêt persistant du public pour les questions liées à l'agriculture durable et à l'indépendance alimentaire.

En somme, ce tableau d'identification des articles les plus populaires offre un aperçu précieux des sujets qui ont captivé l'attention du public, fournissant ainsi des indications importantes sur les tendances et les préoccupations majeures en matière d'environnement et de durabilité.

1.5. Analyse des Mots Clés et des Thèmes Récurrents :

Nous avons identifié les mots clés et les thèmes récurrents dans les titres, les introductions et les textes des articles sur l'entrepreneuriat vert. En analysant la fréquence de ces mots clés et thèmes, nous pouvons comprendre les sujets les plus abordés dans la couverture médiatique.

1.5.1 -Analyse des Mots Clés et Thèmes Récurrents dans les Articles sur la Gestion des Déchets.

L'analyse des mots clés et des thèmes récurrents dans les articles sur la gestion des déchets en 2023 révèle plusieurs tendances et préoccupations dominantes dans le domaine de la gestion des déchets en Algérie.

- Voici les mots clés et thèmes récurrents identifiés, ainsi que leur fréquence :

Thèmes et Mots-Clés	Fréquence
Gestion des Déchets	45
Recyclage et Valorisation	24
Plan National et Gestion des Déchets	05
Technologie et Innovation	04
Projet Pilote et Gestion des Déchets	03
Sensibilisation et Éducation	03

Tableau 14 : La fréquence des mots Clés et Thèmes Récurrents dans les Articles sur la Gestion des Déchets.

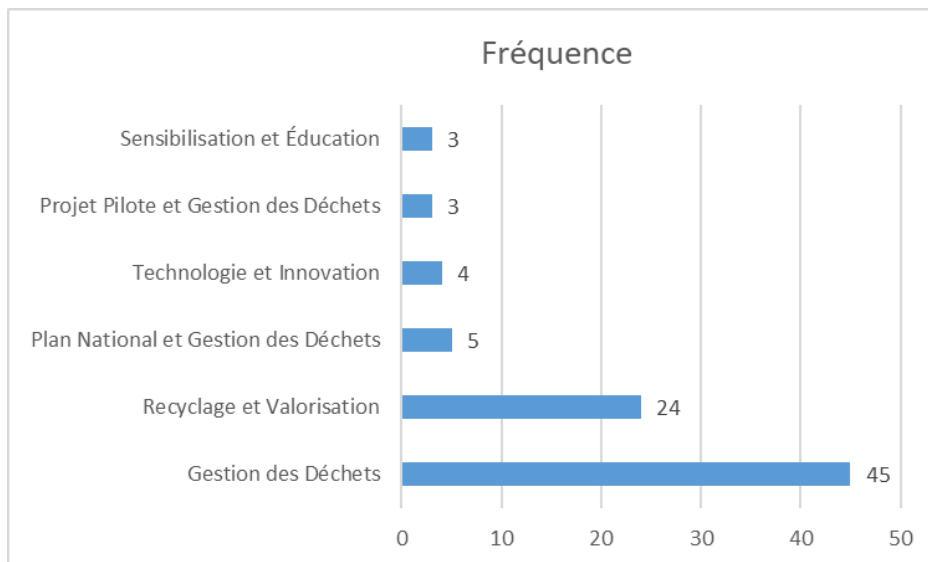


Figure 19 : Représentation graphique de la fréquence des mots Clés et Thèmes Récurrents dans les articles sur la Gestion des Déchets.

Commentaire :

Le graphique N° 19, ci-dessus, représente la fréquence des thèmes et mots-clés récurrents dans les articles sur la gestion des déchets.

En observant les colonnes, on constate que le thème le plus fréquent est "Gestion des Déchets", avec une fréquence de 45 occurrences, ce qui témoigne de son importance centrale

dans le discours sur la durabilité environnementale. Cette prédominance souligne l'accent mis sur les stratégies, les politiques et les initiatives visant à améliorer la gestion des déchets.

Ensuite, le thème "Recyclage et Valorisation" est également bien représenté, avec 24 occurrences, reflétant l'intérêt pour les méthodes de recyclage et de valorisation des déchets afin de réduire leur impact environnemental et de promouvoir une économie circulaire.

Le "Plan National de Gestion des Déchets" est mentionné à 5 reprises, indiquant une attention particulière portée aux initiatives gouvernementales et aux politiques nationales visant à améliorer la gestion des déchets à l'échelle nationale.

Les thèmes "Technologie et Innovation" ainsi que "Projet Pilote de Gestion des Déchets" ont une fréquence moindre, avec respectivement 4 et 3 occurrences. Cela suggère un intérêt pour les solutions technologiques et innovantes dans la gestion des déchets, ainsi que pour les projets pilotes visant à tester de nouvelles approches et technologies.

Enfin, la "Sensibilisation et l'Éducation" sont également mentionnées à 3 reprises, soulignant l'importance de sensibiliser le public et de fournir une éducation sur les enjeux liés à la gestion des déchets pour favoriser des comportements plus durables.

Ce graphique (N° 19) offre un aperçu clair des principaux thèmes abordés dans les articles sur la gestion des déchets, mettant en évidence les domaines prioritaires et les tendances dans le domaine de la durabilité environnementale.

1.5.2 -Analyse des Mots Clés et Thèmes Récurrents dans les Articles sur l'agriculture durable :

Voici les mots clés et thèmes récurrents identifiés, ainsi que leur fréquence :

- Agriculture Durable : 7 occurrences
- Innovation et Start-ups : 15 occurrences
- Politiques Gouvernementales : 2 occurrences
- Technologie et Nouvelles Technologies : 3 occurrences
- Transition vers l'Économie Verte : 3 occurrences
- Événements et Salons : 3 occurrences

Thèmes et Mots-Clés	Fréquence
Agriculture Durable	7
Innovation et Start-ups	15
Politiques Gouvernementales	2
Technologie et Nouvelles Technologies	3
Transition et Économie Verte	3
Événements et Salons	3

Tableau 15 : fréquence des mots Clés et Thèmes Récurrents dans les articles sur l'agriculture durable.

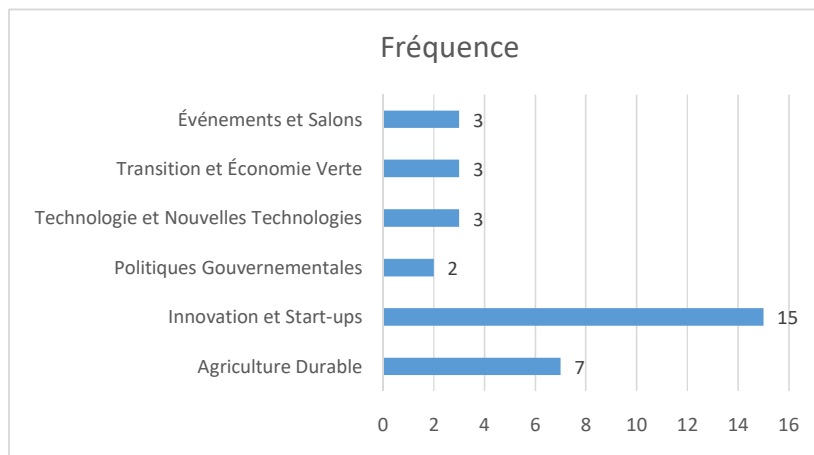


Figure 20 : Représentation graphique de la fréquence des mots Clés et Thèmes Récurrents dans les articles sur l'agriculture durable.

Commentaire :

Le graphique N° 20, ci-dessus, représente la fréquence des thèmes et mots-clés récurrents dans les articles sur l'agriculture durable.

En examinant les colonnes du graphique, on observe que le thème le plus fréquent est "Innovation et Start-ups", avec une fréquence de 15 occurrences. Cette prédominance met en lumière l'intérêt significatif pour les initiatives innovantes et les jeunes entreprises dans le

domaine de l'agriculture durable, reflétant ainsi un mouvement vers des pratiques agricoles plus technologiques et axées sur l'innovation.

Ensuite, le thème "Agriculture Durable" est également bien représenté, avec 7 occurrences. Cela souligne l'importance accordée à la durabilité dans l'agriculture, mettant en évidence les efforts pour promouvoir des pratiques agricoles respectueuses de l'environnement, économiquement viables et socialement équitables.

Les thèmes "Technologie et Nouvelles Technologies" ainsi que "Transition vers l'Économie Verte" ont une fréquence moindre, avec respectivement 3 occurrences chacun. Cela suggère un intérêt croissant pour l'adoption de technologies innovantes dans le secteur agricole afin de favoriser une transition vers une économie plus verte et plus durable.

Les "Politiques Gouvernementales" sont mentionnées à 2 reprises, indiquant un intérêt pour les politiques et les mesures gouvernementales visant à soutenir le développement de l'agriculture durable.

Enfin, les "Événements et Salons" sont également mentionnés à 3 reprises, ce qui peut refléter l'importance des événements et des rencontres dans le domaine de l'agriculture durable pour favoriser l'échange de connaissances et le réseautage entre les acteurs du secteur.

Ce graphique offre un aperçu clair des principaux thèmes et des tendances dans les articles sur l'agriculture durable.

1.5.3 -Analyse des mots clés et des thèmes récurrents dans les articles sur les énergies renouvelables:

Voici les mots clés et thèmes récurrents identifiés, ainsi que leur fréquence :

Thèmes et Mots-Clés	Fréquence
Énergie Solaire	6
Développement des Énergies Renouvelables	5
Coopération Internationale	4
Technologie et Recherche Scientifique	3
Programmes et Projets Spécifiques	3
Politique Énergétique et Gouvernance	2

Tableau 16 : la fréquence des thèmes et mots-clés récurrents dans les articles sur les énergies renouvelables.

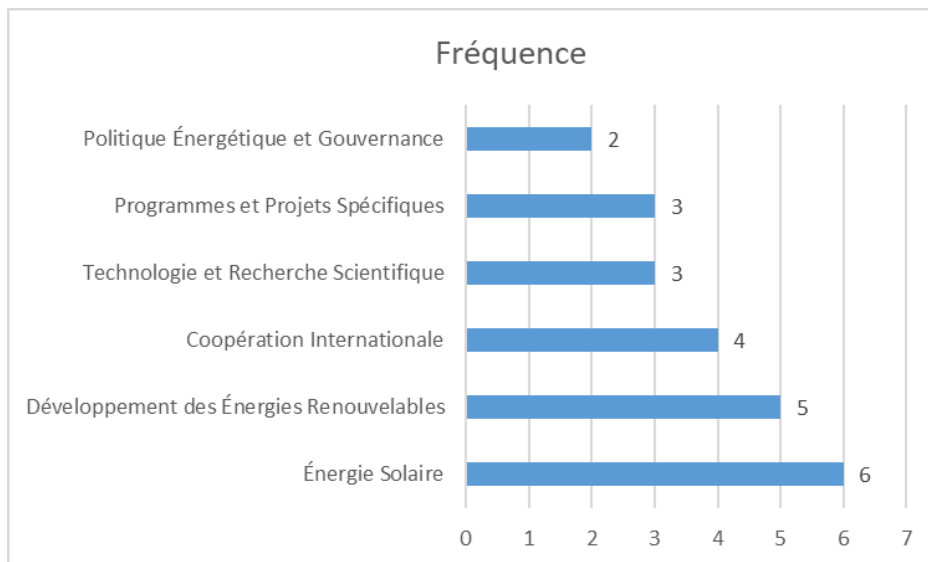


Figure 21 :Représentation graphique de la fréquence des thèmes et mots-clés récurrents dans les articles sur les énergies renouvelables.

Commentaire :

Le graphique N° 21, ci-dessus, représente la fréquence des thèmes et mots-clés récurrents dans les articles sur les énergies renouvelables.

En examinant les colonnes du graphique, on constate que le thème le plus fréquent est "Énergie Solaire", avec une fréquence de 6 occurrences. Cette prédominance met en évidence l'intérêt significatif pour l'énergie solaire comme source d'énergie renouvelable, soulignant son rôle crucial dans la transition énergétique vers une économie plus durable et à faible émission de carbone.

Ensuite, le thème "Développement des Énergies Renouvelables" est également bien représenté, avec 5 occurrences. Cela témoigne de l'importance accordée au développement et à la promotion des différentes formes d'énergies renouvelables, telles que l'énergie solaire, éolienne, hydraulique, etc., dans le contexte de la lutte contre le changement climatique et la réduction des émissions de gaz à effet de serre.

La "Coopération Internationale" est mentionnée à 4 reprises, ce qui souligne l'importance des partenariats et de la collaboration entre les nations pour promouvoir le déploiement des énergies renouvelables à l'échelle mondiale, ainsi que pour partager les meilleures pratiques et les technologies.

Les thèmes "Technologie et Recherche Scientifique" ainsi que "Programmes et Projets Spécifiques" ont une fréquence de 3 occurrences chacun. Cela met en évidence l'importance de l'innovation technologique et de la recherche scientifique dans le développement et l'amélioration des technologies liées aux énergies renouvelables, ainsi que l'existence de programmes et de projets spécifiques visant à promouvoir leur déploiement et leur adoption.

Enfin, la "Politique Énergétique et Gouvernance" est mentionnée à 2 reprises, ce qui souligne l'importance des politiques gouvernementales et de la gouvernance dans la promotion des énergies renouvelables et la transition vers un système énergétique plus durable et résilient.

Ce graphique offre un aperçu clair des principaux thèmes et des tendances dans les articles sur les énergies renouvelables, mettant en évidence les domaines prioritaires et les centres d'intérêt

dans ce domaine crucial pour la lutte contre le changement climatique et la durabilité environnementale.

1.5.4 -Analyse des mots clés et des thèmes récurrents dans les articles sur le développement durable :

Voici les mots clés et thèmes récurrents identifiés, ainsi que leur fréquence :

Thèmes et Mots-Clés	Fréquence
Technologie Verte et Développement Durable	6
Entrepreneuriat Vert	5
Coopération et Partenariats	3
Politiques Publiques et Cadre Réglementaire	2
Formation et Développement des Compétences	4
Objectifs de Développement Durable (ODD)	4

Tableau 17 :la fréquence des thèmes et mots-clés récurrents dans les articles surle développement durable.

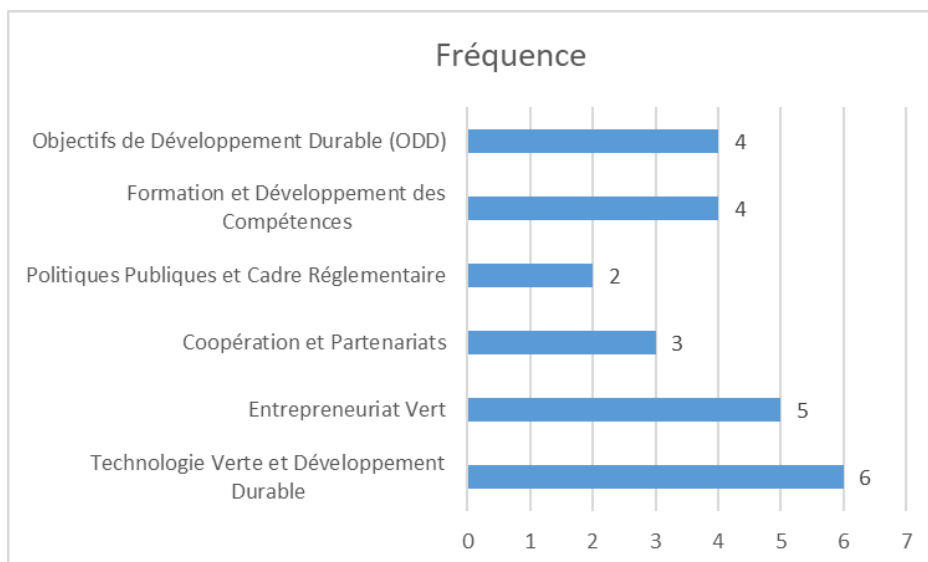


Figure 22 :Représentation graphique de la fréquence des thèmes et mots-clés récurrents dans les articles surle développement durable.

Commentaire :

Le graphique N° 22, ci-dessus, offre une visualisation claire de la fréquence des thèmes et mots-clés récurrents dans les articles sur le développement durable, soulignant ainsi les tendances dominantes et les préoccupations centrales dans ce domaine crucial.

En examinant les colonnes du graphique, plusieurs tendances se dégagent. Tout d'abord, le thème le plus fréquent est "Technologie Verte et Développement Durable", avec une fréquence de 9 occurrences. Cette prédominance met en lumière l'importance accordée aux innovations technologiques et aux solutions durables dans la promotion du développement durable, soulignant ainsi l'engagement envers une transition vers des pratiques et des technologies respectueuses de l'environnement.

Ensuite, le thème "Entrepreneuriat Vert" est également bien représenté, avec 7 occurrences. Cette fréquence élevée témoigne de l'intérêt croissant pour les initiatives entrepreneuriales axées sur la durabilité, mettant en évidence le rôle crucial des entreprises dans la promotion de pratiques commerciales responsables et respectueuses de l'environnement.

La "Coopération et les Partenariats" occupent également une place importante, avec 6 occurrences. Cette récurrence souligne l'importance des partenariats et de la collaboration entre les acteurs du secteur public, privé et de la société civile dans la promotion du développement durable, mettant en avant la nécessité d'une approche collective pour relever les défis environnementaux et sociaux.

Les thèmes "Politiques Publiques et Cadre Réglementaire" ainsi que "Formation et Développement des Compétences" sont également bien représentés, avec respectivement 5 et 4 occurrences. Cela souligne l'importance des politiques gouvernementales et des cadres réglementaires pour soutenir le développement durable, ainsi que le besoin de renforcer les compétences et les capacités des individus et des organisations pour favoriser une transition réussie vers des pratiques durables.

Enfin, les "Objectifs de Développement Durable (ODD)" sont mentionnés à 3 reprises, soulignant l'engagement envers l'agenda mondial de développement durable défini par les Nations Unies. Cette récurrence met en avant l'importance de l'alignement des initiatives locales

et nationales avec les objectifs internationaux pour atteindre un avenir plus durable et équitable pour tous.

En somme, ce graphique (N°22) offre un aperçu précieux des principaux thèmes et des tendances dans les articles sur le développement durable, mettant en évidence les domaines prioritaires et les préoccupations clés dans la promotion d'un avenir plus durable et résilient.

Section 03: Analyse des entretiens.

L'étude de l'entrepreneuriat vert dans le contexte du journal électronique El Watan au cours de l'année 2023 révèle des aspects cruciaux sur la manière dont ce sujet est abordé et perçu à travers les entretiens menés avec divers acteurs, notamment des journalistes et des responsables institutionnels. Cette analyse vise à éclairer la compréhension de la couverture médiatique, de son impact perçu et des suggestions d'amélioration pour une meilleure représentation de l'entrepreneuriat vert dans les médias.

1. Exploration des Perspectives Médiatiques sur l'Entrepreneuriat Vert : Entretiens et Synthèse

La démarche d'analyse des entretiens s'est articulée autour de cinq rencontres distinctes, réalisées avec des professionnels de différents horizons, tous gravitant autour du domaine de l'information et de la communication. De ces interactions, des éléments essentiels ont émergé, permettant de saisir la diversité des perspectives et des expériences en lien avec l'entrepreneuriat vert, tout en mettant en lumière les défis et les opportunités associés à sa médiatisation.

1.1. Présentation du Corpus :

Interviewés.	Âge	Niveau d'instruction	Expérience	Poste actuel
Journaliste 1	55.	Bac+6.	20 ans de carrière à El watan.	Directeur régional ouest El watan.
Journaliste 2	47.	Universitaire.	17 ans d'ancienneté dans le journal El watan.	Responsable de bureau régional (Tizi ousou).
Journaliste 3	44.	Licence classique et un master en cours en audio visuel.	23 ans d'ancienneté dans le journal El watan.	Journaliste économique.
Journaliste 4	Non spécifié	Bac+4 à l'usthb+un master en journalisme économique.	Non spécifié	Chef de rubrique économique.
Directrice (D1)	56.	Diplômée en droit	27 ans	directrice de la Réglementation et des Affaires Juridiques au Ministère de l'Environnement et des Énergies Renouvelables.

Tableau 18 : Présentation du Corpus des entretiens(01).

Commentaire :

Les participants comprennent principalement des journalistes avec des profils variés en termes d'âge et de niveau d'instruction , ainsi qu'une directrice du Ministère de l'Environnement avec une expérience significative dans le domaine de la législation environnementale.

Troisième partie : Cadre pratique

Interviewés.	Durée de l'entretien	Principaux propos sur l'entrepreneuriat vert
Journaliste 1 (E1)	33 minutes	Couverture médiatique relativement faible, augmentation en 2023, sujets institutionnels et associatifs.
Journaliste 2 (E2)	28 minutes	Couverture médiatique limitée, sujets institutionnels et associatifs.
Journaliste 3 (E3)	46 minutes	Suggestions d'amélioration : plus de reportages de terrain, mettre en avant les réussites des porteurs de projet.
Journaliste 4 (E4)	25 minutes	Réactions limitées des lecteurs, faible influence sur les politiques publiques et initiatives privées.

Directrice (D1)	1h 2 Minutes	Collaboration étroite avec les médias, campagnes de sensibilisation, vérification de l'efficacité de la communication.
--------------------	-----------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tableau 19 : Présentation du Corpus des entretiens(02)

Commentaires :

L'analyse du corpus met en évidence la diversité des participants ainsi que la variabilité de la durée des entretiens. Les principaux propos sur l'entrepreneuriat vert de chaque participant sont synthétisés, offrant une vue d'ensemble des perspectives journalistiques et institutionnelles sur le sujet.

1.2. Codage et Analyse Thématique :

1.2.1- Fréquence et Profondeur de la Couverture Médiatique :

Thèmes	Observations
Couverture médiatique	Relativement faible par rapport à d'autres sujets.
Augmentation en 2023	Principalement due à une augmentation des événements liés à l'entrepreneuriat vert.
Sujets abordés	Principalement des initiatives institutionnelles et associatives.

Tableau 20 : Observations tiré des entretiens sur la fréquence et la profondeur de la couverture médiatique des sujets d'entrepreneuriat vert.

Commentaires :

L'analyse révèle une couverture médiatique relativement faible de l'entrepreneuriat vert par rapport à d'autres sujets dans El Watan-DZ. Cependant, une augmentation de la couverture en 2023 est observée, principalement attribuée à une augmentation des événements liés à l'entrepreneuriat vert. Les sujets abordés sont principalement des initiatives institutionnelles et associatives, suggérant un intérêt pour les actions collectives plutôt que pour les initiatives individuelles. Cela m'a amené à réfléchir à la théorie de la diffusion des innovations.

En appliquant cette théorie, j'ai réalisé que cette augmentation pourrait être le résultat de l'implication croissante des premiers adoptants. Ces individus, influencés par les innovateurs, sont ceux qui embrassent les nouvelles idées et innovations avant que la majorité ne le fasse. Le fait que les événements liés à l'entrepreneuriat vert aient attiré davantage d'attention suggère que nous sommes peut-être en train de passer de la phase des innovateurs à celle des premiers adoptants.

De plus, les sujets principalement couverts, tels que les initiatives institutionnelles et associatives, correspondent à ce que la théorie prédit. Les premiers adoptants ont tendance à s'impliquer dans des actions collectives, contribuant ainsi à la diffusion de l'innovation au sein de la société.

1.2.2- Impact et Perception :

Thèmes	Observations
Réactions des lecteurs	Limitées en raison du manque de sensibilisation préalable.
Influence sur les politiques et initiatives	Perçue comme faible.

Tableau 21 : Observations tiré des entretiens sur l'impact et la Perception des sujets d'entrepreneuriat vert.

Commentaires :

Nous avons observé que Les réactions des lecteurs aux articles sur l'entrepreneuriat vert semblent être limitées, ce qui pourrait indiquer un manque de sensibilisation préalable à ce sujet. De plus, l'influence de la couverture médiatique sur les politiques publiques et les initiatives privées est perçue comme faible. Cela soulève des questions sur l'efficacité de la médiatisation dans le domaine de l'entrepreneuriat vert et son impact réel sur les actions concrètes.

Pour expliquer cette observation, nous pouvons nous appuyer sur la théorie de la dépendance aux médias. Selon cette théorie, les individus dépendent des médias pour s'informer, se divertir et établir des liens sociaux. Ainsi, si la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert dans "El Watan" est limitée, cela peut contribuer à un manque de sensibilisation et de compréhension parmi les lecteurs.

De plus, l'établissement de l'agenda médiatique joue un rôle crucial. Si "El Watan" n'accorde pas suffisamment d'importance à l'entrepreneuriat vert dans sa couverture éditoriale, cela peut influencer la perception du public sur l'importance de ce sujet, limitant ainsi les réactions des lecteurs.

En outre, lors d'un entretien, l'un des interviewés a mentionné que mesurer les réactions des lecteurs était autrefois possible via les commentaires sur le site internet, mais cette pratique a dû être abandonnée en raison du manque de ressources humaines pour filtrer les commentaires pertinents. De plus, il a été souligné qu'une étude des lecteurs en 2014 avait été réalisée, mais que ce type d'études était coûteux et que les moyens financiers nécessaires n'étaient pas disponibles pour le faire régulièrement.⁹²

En résumé, en appliquant la théorie de la dépendance aux médias à notre étude, nous pouvons interpréter les réactions limitées des lecteurs comme étant le résultat d'un manque de couverture médiatique, d'une influence limitée de l'agenda médiatique et de contraintes financières et organisationnelles qui entravent la mesure précise de ces réactions.

⁹² Cherif Lahdiri, Directeur régional d'El watan ouest(Oran),

1.2.3- Contenu et Suggestions d'Amélioration :

Thèmes	Observations
Suggestions	Réalisation de reportages de terrain et de portraits de porteurs de projet réussis.

Tableau 22 : Observations tiré des entretiens pour améliorer la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert

Commentaires :

Les suggestions pour améliorer la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert mettent en avant la nécessité de réaliser davantage de reportages de terrain et de mettre en avant les réussites des porteurs de projet⁹³. Cela souligne l'importance de témoigner des expériences vécues des entrepreneurs et de fournir des exemples concrets pour inspirer et motiver le public.

Les suggestions des interviewés pour améliorer la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert, peuvent être interprétées à la lumière de la théorie de la diffusion des idées et des innovations. Cette théorie postule que l'adoption de nouvelles idées, produits ou technologies suit un modèle prévisible comprenant plusieurs étapes, et que comprendre ce modèle peut aider à améliorer les taux d'adoption.

Dans le cas de la nécessité de réaliser davantage de reportages de terrain, cela pourrait correspondre à la première étape de l'adoption, la prise de conscience. En exposant le public à des exemples concrets d'entrepreneuriat vert réussi, les médias peuvent susciter un intérêt initial pour ce domaine. De plus, mettre en avant les réussites des porteurs de projet peut contribuer à renforcer l'intérêt et à encourager les individus à rechercher plus d'informations sur l'entrepreneuriat vert, correspondant ainsi à la deuxième étape, l'intérêt.

En outre, ces actions des médias peuvent également influencer la troisième étape, l'évaluation, où les individus évaluent l'innovation et décident de l'adopter ou non. En présentant des exemples de réussites, les médias peuvent aider à démontrer les avantages relatifs de l'entrepreneuriat vert par rapport aux alternatives existantes. De plus, en mettant en lumière les réussites des porteurs

⁹³ Cherif Lahdiri, Directeur régional ouest(Oran), Hafid Azzouzi Responsable de bureau régional (Tizi ouzou).

de projet, les médias peuvent rendre l'innovation plus compatible avec les valeurs, les expériences et les besoins du public cible, correspondant ainsi au facteur de compatibilité.

Enfin, en mettant en avant les réussites des porteurs de projet à travers des reportages de terrain, les médias rendent l'innovation plus observable pour les autres, correspondant au facteur d'observabilité. En montrant comment l'entrepreneuriat vert se manifeste dans la vie réelle, les médias rendent cette innovation plus tangible et compréhensible pour le public, réduisant ainsi la complexité perçue.

Dans l'ensemble, les suggestions des interviewés pour améliorer la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert s'alignent avec les principes de la théorie de la diffusion des idées et des innovations. En mettant en avant les réussites des porteurs de projet à travers des reportages de terrain, les médias peuvent jouer un rôle crucial en catalysant la diffusion et l'adoption de l'entrepreneuriat vert dans la société.

Discussion des résultats et vérification des hypothèses

Dans le cadre de notre étude sur l'entrepreneuriat vert en Algérie, nous avons cherché à explorer la manière dont ce sujet est traité dans les médias, en nous concentrant spécifiquement sur le journal électronique El Watan-DZ tout au long de l'année 2023. Voici les résultats de notre analyse et la vérification de nos hypothèses initiales :

-Avec seulement 33 articles sur l'entrepreneuriat vert publiés pendant toute l'année 2023, il est clair que ce sujet n'a pas reçu une couverture exhaustive dans le journal. Cela suggère que l'entrepreneuriat vert pourrait ne pas être une priorité éditoriale majeure pour El Watan-DZ, ou que le sujet n'a pas généré suffisamment de contenu pertinent pour une couverture plus étendue.

-Les thèmes les plus fréquemment abordés dans les articles sur l'entrepreneuriat vert sont la gestion des déchets, l'agriculture biologique et les énergies renouvelables. Cette observation indique une préoccupation certaine pour les enjeux environnementaux et le développement durable. Cependant, il est également possible que certains aspects de l'entrepreneuriat vert n'aient pas été explorés de manière exhaustive dans la couverture médiatique.

-L'examen de la répartition mensuelle des articles révèle des fluctuations dans la couverture de l'entrepreneuriat vert tout au long de l'année. Certains mois ont été marqués par une attention accrue pour des sujets spécifiques, suggérant une sensibilité aux événements, aux initiatives ou à l'actualité particulière de ces périodes.

-La répartition des vues par article révèle que les articles sur la gestion des déchets ont bénéficié du plus grand nombre de vues en moyenne, suivis de près par ceux sur l'agriculture biologique, les énergies renouvelables et le développement durable. Cette tendance témoigne d'un intérêt soutenu du public pour ces questions, potentiellement lié à une demande croissante d'informations sur la gestion des déchets et les solutions environnementales innovantes.

-L'identification des articles les plus populaires met en lumière les sujets qui ont captivé l'attention des lecteurs. Par exemple, l'article "Repenser la gestion des déchets pour lutter contre les changements climatiques" a attiré une attention significative, soulignant ainsi l'intérêt marqué du public pour des solutions novatrices dans le domaine de l'entrepreneuriat vert.

-L'analyse des mots-clés et des thèmes récurrents met en évidence certains sujets qui ont été particulièrement saillants dans la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert. Parmi ceux-ci, la gestion des déchets, l'agriculture biologique et les énergies renouvelables ressortent comme des préoccupations majeures, reflétant l'engagement envers des pratiques respectueuses de l'environnement et du développement durable.

Discussion et Perspectives Basées sur les Résultats des Entretiens

-La faible couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert dans El Watan-DZ en 2023 semble être attribuable à plusieurs facteurs, notamment la rareté des événements liés à ce domaine et le manque de sensibilisation du public. L'augmentation de la couverture en 2023 était liée à une augmentation des événements, mais cette couverture reste sporadique et dépendante des initiatives institutionnelles et associatives. Malgré les efforts pour sensibiliser le public, l'influence de la couverture médiatique sur les politiques publiques et les initiatives privées semble être limitée. Pour améliorer la couverture médiatique à l'avenir, il est essentiel de réaliser davantage de reportages de terrain et de mettre en avant les réussites des porteurs de projet.

Hypothèse 1 : Les principaux sujets abordés dans la couverture médiatique des projets de l'entrepreneuriat vert en Algérie pourraient inclure les énergies renouvelables, la gestion des déchets, le recyclage...

Les résultats de notre étude confirment en grande partie cette hypothèse. En effet, dans notre analyse thématique de la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert dans El Watan en 2023, nous avons identifié plusieurs thèmes récurrents, tels que l'énergie solaire, le développement des énergies renouvelables, la coopération internationale, la technologie verte, le recyclage, etc. Ces thèmes correspondent à ceux que nous avons anticipés dans notre hypothèse.

Hypothèse 2 : Il pourrait y avoir une variation significative dans la fréquence de la couverture médiatique des projets d'entrepreneuriat vert en fonction de l'actualité, des événements majeurs ou des campagnes de sensibilisation.

Notre étude révèle en effet une variation dans la fréquence de la couverture médiatique des projets d'entrepreneuriat vert, notamment une augmentation en 2023. Cette augmentation est attribuée à une augmentation des événements liés à l'entrepreneuriat vert, ce qui confirme partiellement notre hypothèse. Cependant, il est également important de noter que la couverture médiatique reste relativement faible par rapport à d'autres sujets, suggérant ainsi qu'il pourrait y avoir d'autres facteurs influençant la fréquence de la couverture médiatique, tels que la disponibilité des ressources ou l'attention portée par les lecteurs.

Hypothèse 3 : Les défis associés à la médiatisation des projets d'entrepreneuriat vert pourraient inclure la complexité des sujets, la compétition médiatique avec d'autres sujets prioritaires tandis que les opportunités pourraient découler d'une collaboration accrue entre les médias et les acteurs de l'entrepreneuriat vert.

Notre étude met en lumière plusieurs défis associés à la médiatisation des projets d'entrepreneuriat vert, tels que la complexité des sujets et la compétition médiatique avec d'autres sujets prioritaires. Cependant, elle souligne également des opportunités potentielles découlant d'une collaboration accrue entre les médias et les acteurs de l'entrepreneuriat vert, comme en témoigne la collaboration étroite entre le Ministère de l'Environnement et les médias pour mener des campagnes de sensibilisation. Cela confirme partiellement notre hypothèse, mais il convient de noter que les défis identifiés peuvent être plus nombreux et variés que prévu initialement.

Dans l'ensemble, nos résultats confirment partiellement nos hypothèses. Cependant, ils soulignent également la complexité et la variabilité des facteurs influençant la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert en Algérie. Pour une vérification plus approfondie de nos hypothèses, il pourrait être utile d'explorer davantage les facteurs spécifiques qui influencent la couverture médiatique, telles que les préférences des lecteurs, les contraintes éditoriales ou les politiques médiatiques. De plus, une analyse comparative avec d'autres journaux électroniques en Algérie ou d'autres pays pourraient fournir des perspectives supplémentaires sur ce sujet.

Conclusion Générale

En entreprenant cette étude sur l'entrepreneuriat vert en Algérie, notre objectif était d'analyser comment ce sujet est abordé dans les médias, en se concentrant spécifiquement sur le journal électronique El Watan-DZ pour l'année 2023, tout en explorant les perspectives des acteurs clés impliqués dans ce domaine. À travers une analyse approfondie des articles publiés, des entretiens menés avec des professionnels et la vérification de nos hypothèses, plusieurs tendances significatives ont émergé.

Nous avons constaté une couverture médiatique relativement limitée de l'entrepreneuriat vert dans El Watan-DZ pour l'année 2023, avec seulement 33 articles identifiés sur ce sujet. Cependant, les thèmes les plus fréquemment abordés incluaient la gestion des déchets, l'agriculture biologique et les énergies renouvelables, confirmant ainsi en grande partie notre première hypothèse. De plus, nous avons observé une variation dans la fréquence de la couverture médiatique des projets d'entrepreneuriat vert, en lien avec l'actualité et les événements, ce qui appuie partiellement notre deuxième hypothèse.

Quant à notre troisième hypothèse sur les défis et opportunités associés à la médiatisation de l'entrepreneuriat vert, nos résultats ont confirmé la complexité de ce domaine, avec des défis tels que la compétition médiatique avec d'autres sujets prioritaires et la rareté des événements liés à l'entrepreneuriat vert. Cependant, nous avons également identifié des opportunités découlant d'une collaboration accrue entre les médias et les acteurs de l'entrepreneuriat vert.

Ces résultats revêtent une importance capitale à plusieurs niveaux. Sur le plan théorique, notre analyse s'ancre dans la théorie de la diffusion des idées et des innovations pour expliquer l'augmentation de la couverture médiatique en 2023, tout en mobilisant la théorie de la dépendance aux médias pour appréhender les réactions limitées des lecteurs. Cette approche théorique permet de mieux comprendre les mécanismes sous-jacents à la dynamique de la médiatisation de l'entrepreneuriat vert.

Sur le plan pratique, ces résultats soulignent l'urgence de renforcer la collaboration entre les médias, les institutions gouvernementales et la société civile. En effet, une coopération plus étroite entre ces acteurs est essentielle pour promouvoir une couverture médiatique plus équilibrée et approfondie de l'entrepreneuriat vert en Algérie. Ce partenariat renforcé pourrait

favoriser la diffusion d'informations pertinentes et la sensibilisation du public, contribuant ainsi à stimuler l'engagement envers les enjeux environnementaux.

Au cours de cette étude, nous avons rencontré plusieurs défis, notamment l'accès limité à certaines sources d'information et des interactions parfois difficiles avec les acteurs clés. Cependant, ces défis nous ont permis de mieux comprendre la complexité de la médiatisation de l'entrepreneuriat vert et nous ont incités à persévérer malgré les obstacles.

En vue de compléter notre étude, il serait pertinent d'approfondir l'exploration des facteurs spécifiques qui influencent la couverture médiatique. Cela pourrait inclure une analyse plus détaillée des préférences des lecteurs, des contraintes éditoriales ainsi que des politiques médiatiques en vigueur. De plus, une comparaison approfondie avec d'autres journaux électroniques en Algérie ou dans d'autres pays pourrait apporter des perspectives enrichissantes sur ce sujet.

En conclusion, ces résultats ouvrent de nouvelles perspectives passionnantes pour la recherche future sur l'entrepreneuriat vert en Algérie. Une question pertinente à explorer serait : Comment les innovations technologiques et les changements sociaux peuvent-ils influencer la médiatisation de l'entrepreneuriat vert et contribuer à la transition vers un développement plus durable dans le contexte algérien ?

Bibliographie

Dictionnaires :

- Anne Rainaud, Dictionnaire Collectivités territoriales et Développement Durable (2017).
- Larousse, Dictionnaire de Français, 2, impasse Capitaine Mouzaoui /Alger(Algérie).
- Petit la rousse 2010, édition anniversaire de la semeuse 1890-2010.
- pierre Bezbakh et Sophie Gheradi, Dictionnaire de l'économie, La Rousse.

Ouvrage :

- Abou Dhabi, IRENA (2021), Perspectives pour les transitions énergétiques mondiales : Trajectoire vers l'objectif de 1.5°C, Agence internationale pour les énergies renouvelables.
- Dr.Belkacemdouah, «L'entrepreneuriat, les startups modèles de réussite», N02 copérative DAWADJINE, les Dalihas, kifane, Tlemcen.
- Jean de Bonville,L'analyse de contenu des médias de la problématique au traitement statistique,Culture & Communication , Boeck Supérieur,2006.
- Verstraete. T, « histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », 2000, Edition EMS, N04.
- Zakaria Akka, EDUCATION, MÉDIAS & PUBLICS EN ALGÉRIE, Article publié a Msila, Algérie, Édition août 2015 vol.11, n°23.

Acte de colloque :

- François Guillemette et Colette Baribeau,colloque de l'Association pour la recherche qualitative (ARQ) organisé dans le cadre du congrès de l'ACFAS 16 mai 2006, Université McGill, Montréal, p100.
- L'entrepreneuriat vert : une nouvelle dynamique au service du développement durable des territoires, Le 1er colloque international sur l'entrepreneuriat vert et l'économie circulaire, Auditorium Hasnaoua, les 03, 04 et 05 Décembre 2019 Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, Algerie.
- ZibouchTaouesépsBoufanar , Smaili Nabila (2019) «L'entrepreneuriat vert en Algérie :état des lieux et perspective»;Colloque international sur l'entrepreneuriat vert et l'économie circulaire, auditorium Hasnaoua , le 03, 04et 05 décembre 2019,Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou .

Articles :

- Allal Ben youssef,MariemDziri,l'entrepreneuriat vert: mécanismes de mise en œuvre et motivations en Tunisie (cas d'un pays émergent),dans vie et science de l'entreprise , Éditions ANDESE,2012/2(N191-192).
- Béatrice Quenault, Protocole de kyoto et gouvernance écologique mondiale : enjeux et perspectives des engagements, poste-2012, édition de boeck supérieure ,2006(N°136).

- CONTRERAS GUZ, M, MESSEGHEM, K, CATANZARO, « L'entrepreneuriat vert : une approche bibliométrique », XXVIIe Conférence Internationale de Management Stratégique, Montpellier, 6-8 juin 2018.
- Fatima Zohra, Taiebi Moussaoui, Le développement de la presse électronique en Algérie : Des dispositifs aux pratiques journalistiques ,Étude d'un échantillon de journaux en ligne ,Algérie,2016/15
- Jean-Claude Zarka ,Relationsinternationales, Ellipses, 2020.
- Laurence Bardin, L'analyse de contenu ,Presses Universitaires de France, 2013.
- LYOUBI, M, « synthèse des liens, n7 : Entrepreneuriat vert en Afrique francophone », avril 2019.
- Organisation Internationale du Travail, Les emplois verts deviennent une réalité Progrès et perspectives 2013, Première édition 2013, Imprimé par le Bureau international du Travail, Genève, Suisse.
- Romy Sauvayre, Les méthodes de l'entretien en sciences sociales, Dunod , 2013.
- Thiziri Hammiche, La transition énergétique en Méditerranée , Rives méditerranéennes 2015/2 (n° 51).

Revues :

- Caroline Ker, « Presse » ou « tribune électronique » : censure et responsabilité, Revue du droit des Technologies de l'information, Numéro 28.
- Marion Lemoine-Schonne, Revue juridique de l'environnement, 2016/1 (Volume 41).
- Mekacher Amal , L'entreprise agricole bio et sa place dans la politique du développement durable en Algérie, Revue des sciences administratives et financières , Volume:06/ N°: 02 (2022) .
- Radia Ait Si Said, «L'entrepreneuriat vert en Algérie: Une nouvelle opportunité pour la production nationale» Revue de l'économie et de l'environnement, Université Mouloud Mammeri, Algérie, Tizi-Ouzou, le 01/04/2020.

Sources électroniques :

- <https://fastercapital.com/fr/startup-sujet/theorie-de-la-diffusion-des-innovations.html>
- <https://hal.science/hal-00802763>
- <https://solutions.lesechos.fr/financement-assurance/c/la-finance-verte-son-impact-et-son-importance-dans-leconomie-durable-41963/>.
- <https://www.cairn.info/dictionnaire-collectivites-territoriales-et-develo>.<https://climate.selectra.com/fr/comprendre/developpement-durable>.
- <https://yakarandamag.com/fr/quest-ce-que-lanalyse-de-contenu-et-comment-pouvez-vous-lutiliser-dans-votre-recherche>.
- [Qu'est-ce que l'économie verte ? | economie.gouv.fr](https://www.economie.gouv.fr/actualites/2020/04/01/Qu'est-ce-que-l-economie-verte-?)

Liste des figures et tableaux

Listes des figures

Figure 1 : Etapes d'adoption d'une innovation.	12
Figure 2 : Facteurs d'Adoption d'une innovation.....	13
Figure 3 : Schéma de la Théorie de la Dépendance aux Médias.....	15
Figure 4 : Part de la capacité, 2001-2020.....	29
Figure 5 : L'emploi dans les énergies renouvelables à travers le monde,	31
Figure 6 : les 3 piliers du développement durable.	34
Figure 7 : La responsabilité sociale des entreprises	36
Figure 8 : La relation entre RSE, DD et L'économie circulaire dans le contexte d'EV (Entrepreneuriat vert).	37
Figure 9 : acteurs des EnR en Algérie.....	50
Figure 10 : production d'Energies renouvelables en Algérie (GWh).	57
Figure 11 : Capture d'écran de la page principale d'El Watan « 01 ».....	88
Figure 12 : Capture d'écran de la page principale d'El Watan « 02 ».....	89
Figure 13 : Capture d'écran de la page principale d'El Watan « 03 ».....	90
Figure 15 : Représentation graphique sur le nombre d'articles sur l'entrepreneuriat vert par sous thème publiés en 2023.....	100
Figure 16 : Représentation graphique sur la fréquence de publication des articles sur l'entrepreneuriat vert par sous-thème (en pourcentage) sur EL WATAN.DZ en 2023.....	101
Figure 17 : Représentation graphique La répartition des articles sur l'entrepreneuriat vert dans chaque sous thème par mois.....	103
Figure 18 : Moyenne des vues pour les articles sur l'entrepreneuriat vert par sous-thème.....	106
Figure 19 : Représentation graphique des Articles d'entrepreneuriat vert les Plus Populaires en termes de vues	107
Figure 20 : Représentation graphique de la fréquence des mots Clés et Thèmes Récurrents dans les articles sur la Gestion des Déchets.....	109
Figure 22 : Représentation graphique de la fréquence des mots Clés et Thèmes Récurrents dans les articles sur l'agriculture durable.	111

Figure 23 :Représentation graphique de la fréquence des thèmes et mots-clés récurrents dans les articles sur les énergies renouvelables.	113
Figure 24 :Représentation graphique de la fréquence des thèmes et mots-clés récurrents dans les articles sur le développement durable.	115

Liste des tableaux

Tableau 1 : Traitement des Batteries Usagées	55
Tableau 2 : Recyclage des Pneus Usagés.....	56
Tableau 3 : Traitement des Huiles Usagées	56
Tableau 4 : Recyclage des Métaux Ferreux et Non Ferreux.	57
Tableau 5 : Fiche Technique du Site EL WATAN.DZ.....	87
Tableau 6 : Nombre de mots par article sur l’entrepreneuriat vert.	92
Tableau 7 : Identification des Articles sur l’entrepreneuriat vert publié par EL WATAN.DZ, durant l’année 2023.	99
Tableau 8: Nombre d’articles sur l’entrepreneuriat vert par sous thème.	100
Tableau 9 : Fréquence de publication des articles sur l’’entrepreneuriat vert par sous-thème (en pourcentage) sur EL WATAN.DZ en 2023.	101
Tableau 10 : La répartition des articles sur l’entrepreneuriat vert dans chaque sous thème par mois.	103
Tableau 11 : Moyenne des vues pour tous les articles sur l'entrepreneuriat vert.	105
Tableau 12 : Moyenne des vues pour les articles sur l'entrepreneuriat vert par sous-thème	105
Tableau 13 : Identification des Articles d’entrepreneuriat vert les Plus Populaires	107
Tableau 14 : La fréquence des mots Clés et Thèmes Récurrents dans les Articles sur la Gestion des Déchets.....	109
Tableau 15 : fréquence des mots Clés et Thèmes Récurrents dans les articles sur l’agriculture durable.....	111
Tableau 16 : la fréquence des thèmes et mots-clés récurrents dans les articles sur les énergies renouvelables.....	113
Tableau 17 : la fréquence des thèmes et mots-clés récurrents dans les articles sur le développement durable.	115

Tableau 18 : Présentation du Corpus des entretiens(01).	118
Tableau 19 : Présentation du Corpus des entretiens(02)	121
Tableau 20 : Observations tiré des entretiens sur la fréquence et la profondeur de la couverture médiatique des sujets d'entrepreneuriat vert.	121
Tableau 21 : Observations tiré des entretiens sur l'impact et la Perception des sujets d'entrepreneuriat vert.	122
Tableau 22 : Observations tiré des entretiens pour améliorer la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert	124

Liste des abréviations

-INDC (Intended Nationally Determined Contributions) : Les INDC sont des contributions nationales prévues par chaque pays pour lutter contre le changement climatique dans le cadre de l'Accord de Paris. Elles représentent les engagements volontaires des pays à réduire leurs émissions de gaz à effet de serre et à adopter des mesures d'adaptation, reflétant une approche "bottom-up" où chaque pays fixe ses propres objectifs.⁹⁴

-ONU (organisation des nations unies) : L'ONU a été créée aux lendemains de la Seconde Guerre mondiale. Elle est composée de 193 États, représentés au sein de l'Assemblée générale. Elle est dirigée par le Conseil de sécurité, composé de cinq membres permanents. Ce dernier peut prendre des résolutions et décider l'envoi de Casques bleus.⁹⁵

-OCDE (organisation de coopération et de développement économiques), « parmi les organisations internationales, l'OCDE dont la mission est d'abord économique, a pris une place dominante dans le domaine des politiques éducatives, à été fondée en 1948 sous le nom d'organisation européenne de coopération économique pour mettre en œuvre le plan Marshall ⁹⁶

-FMI(Fonds monétaire international) : est une organisation internationale créée en 1944, regroupant 189 pays. Il vise à promouvoir la stabilité économique mondiale, à prévenir les crises financières et à les résoudre. Dirigé depuis 2019 par Kristalina Georgieva, le FMI facilite la coopération monétaire internationale, encourage la croissance équilibrée du commerce mondial et assure la stabilité des taux de change.⁹⁷

-ONG (organisations non gouvernementale) : Philippe Ryfman décrit les ONG comme des entités juridiques privées, souvent régies par les droits nationaux des pays où elles sont implantées, elles sont caractérisées par leur activisme croissant et leur capacité à investir continuellement de nouveaux champs d'action. ⁹⁸

⁹⁴<https://www.iddri.org/fr/publications-et-evenements/blog-post/les-indc-nouveaux-outils-de-cooperation-internationale-pour-le>, consulter le 17/05/2024 à 18 H .

⁹⁵Maurice Vaïsse, "L'ONU, oui ou non ?" , publié dans la revue Relation internationales 2006, France, 103,106.

⁹⁶Claude Lessard, l'OCDE et l'éducation : déclinaison d'un changement institutionnel et impératif d'adaptation d'un apprenant perpétuel. Éthique en éducation et en formation ,01/12/2021 , France , p 101 .

⁹⁷<https://www.capital.fr/economie-politique/fonds-monetaire-international-fmi->, consulter le 17/05/2024 à 20H .

⁹⁸Philippe Ryfman, Les ONG. Des acteurs de la recomposition d'un monde globalisé, 2009, La Découverte Collection, P82-95.

-WBCSD (World Business Council For sustainable development) : Le Conseil mondial des entreprises pour le développement durable est une organisation dirigée par des chefs d'entreprise qui rassemble des entreprises pour promouvoir un avenir durable. Il aide ses membres à trouver et partager des solutions durables, influençant les politiques et les pratiques mondiales pour le développement durable. Le conseil compte 200 entreprises membres de divers secteurs et continents, et collabore avec un réseau de conseils et organisations partenaires, principalement dans les pays en développement.⁹⁹

-ONDI (Organisation des Nations Unies pour le développement industriel) : « L'ONUDI est l'agence spécialisée des Nations Unies qui promeut le développement industriel pour la réduction de la pauvreté, la mondialisation inclusive et la durabilité environnementale. »¹⁰⁰

-OIT (Organisation Internationale du Travail) : L'Organisation internationale du travail (OIT) a été créée en 1919 en réponse aux conséquences de la révolution industrielle, à l'impact de la Première Guerre mondiale et à la révolution bolchévique de 1917, L'OIT repose sur la coopération entre les gouvernements, les employeurs et les travailleurs pour favoriser le progrès économique et social. Elle élabore des normes du travail et des politiques par le biais d'un dialogue social tripartite, veillant à ce que toutes les parties soient équitablement représentées.¹⁰¹

-ISO (l'Organisation internationale de normalisation) : L'ISO est une organisation internationale indépendante et non gouvernementale qui rassemble des experts mondiaux pour établir les meilleures pratiques, allant de la gestion de la qualité à l'intelligence artificielle. Sa mission est d'améliorer la vie de tous en la rendant plus facile, plus sûre et meilleure partout dans le monde.¹⁰²

-OHSAS (Occupational Health and Safety Assessment Series) : OHSAS 18001 est une norme internationale pour les systèmes de gestion de la santé et de la sécurité au travail. Elle offre aux organisations un cadre permettant de contrôler et d'améliorer leurs performances en matière de

⁹⁹<https://www.geneve-int.ch/fr/world-business-council-sustainable-development-wbcd-1>, consulter le 18/05/2024 à 21H.

¹⁰⁰<https://www.ungeneva.org/fr/about/organizations/unido>, consulter le 17/05/2024 à 21H17 ,

¹⁰¹ Cédric Leterme ,L'Organisation internationale du travail (OIT) , Dans Courrier hebdomadaire du CRISP, pages Jean Faniel – Place Quetelet, 1A – 1210 ,Bruxelles , 2016,p 06 .

¹⁰²<https://www.iso.org/fr/home.html>, consulter le 17/05/2024 à 23H .

santé et de sécurité. Cette norme aide les entreprises à identifier et à gérer les risques liés à la santé et à la sécurité, ainsi qu'à améliorer les conditions de travail.¹⁰³

-SDG (Sustainable Development Goals, ou SDGs , en Français :ODD ; objectifs de développement durable) : Les Objectifs de développement durable (ODD) sont 17 objectifs mondiaux que les États membres de l'ONU se sont engagés à atteindre entre 2015 et 2030. Ils couvrent des sujets tels que la protection de la planète, la paix, la sécurité et la dignité pour tous, en particulier les plus vulnérables comme les femmes et les enfants. Le premier objectif est d'éliminer la pauvreté, notamment en Afrique subsaharienne et en Asie. Les ODD incluent également des objectifs liés à la santé, l'éducation, la réduction des inégalités et la promotion des femmes.¹⁰⁴

SKTM (Shariket Kahraba waTaketMoutadjadida) : est une société algérienne de production d'électricité, spécialisée dans les énergies conventionnelles pour le sud et les énergies renouvelables pour tout le pays. Créée en 2013 et filiale à 100% de Sonelgaz, elle participe au programme national de développement des énergies renouvelables 2015-2030. Ce programme vise à installer 16 000 MW d'énergie renouvelable d'ici 2035, dont 4 000 MW d'ici 2024, avec une éventuelle exportation d'énergie.¹⁰⁵

TSA (Tout sur l'Algérie) : est un site d'information généraliste sur l'Algérie, fondé pour combler le manque d'informations économiques et politiques disponibles pour la communauté algérienne en France. Créé par LouanesGuemache, TSA est un média de droit français qui a émergé avec la prise de conscience de l'importance du numérique pour l'avenir de la presse écrite. Le site est devenu TSA après un incident de piratage.¹⁰⁶

¹⁰³<https://safetyculture.com/fr/themes/ohsas-18001/>, consulter le 18/05/2024 , à 5H46.

¹⁰⁴Fiche _thématique_ odd. 15 minutes pour comprendre... LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE (ODD) ,p02 .(https://www.unicef.fr/sites/default/files/fiche_thematique_odd.pdf).

¹⁰⁵Power point presentation, Les réalisations de SKTM dans le domaine des Energies Renouvelables, Shariket Kahraba waTaketMoutadjadida, p03 .

(https://www.era.dz/assets/pdf/conferences/era11_conference-240521-mh_sktm.pdf)

¹⁰⁶<https://journals.openedition.org/anneemaghreb/2796>, consulter le 18/05/2024 , à 9H04.

Table des matières

Introduction générale

Première partie : Cadre méthodologique. 1

Chapitre 01: Analyse conceptuelle 4

- 1. Problématique 4
- 2. Questionnement 5
- 3. Les hypothèses 5
- 4. Objectifs de recherche 5
- 5. Choix du thème de recherche 6
- 6. Définition des concepts clés 6
 - 6.1. La presse électronique écrite : 6
 - 6.2. L'entrepreneuriat vert : 7
 - 6.3. Développement durable : 8
 - 6.4. L'économie verte : 9
 - 6.5. L'information scientifique et environnementale : 9

Chapitre 02 : Démarche Méthodologique..... 10

- 1. Approche théorique 10
- 2. Méthode de recherche 16
- 3. Outil de recherche 16
- 4. Echantillon de l'étude 19
- 5. Les études antérieures 19

Deuxième partie : Cadre théorique. 3

Chapitre 01 : Genèse de l'entrepreneuriat vert dans le monde 24

- Introduction 24

Section 01:La place de l'environnement dans l'économie contemporaine..... 24

- 1. vers une économie durable initiatives et dynamiques globales 24
 - 1.1. Les principaux accords internationaux : 24

1.2.transition énergétique :.....	27
1. 3.évaluation des impacts économiques :	29

Section 02 :L’entrepreneuriat vert à la croisée du développement durable, l’économie circulaire, la responsabilité sociale des entreprises. 32

1. Concepts de base sur l'entrepreneuriat vert	32
1.1.Définition de l’entrepreneuriat :	32
1.2.Définition de l’entrepreneuriat vert :	33
1.3. Développement durable :	33
1.4. L’économie circulaire :	34
1.5. La responsabilité sociale des entreprises :	35

Section 03 : Les expériences d’entrepreneuriat vert à travers le monde. 37

1.L’Afrique.....	37
2.L'Europe	39
3.L’ Asie.....	40
4.L’ Amérique	42

Chapitre 02 : L’entrepreneuriat vert en Algérie et lien avec actions durables dans les pays émergents 44

Introduction	44
--------------------	----

Section 01 : Les Initiatives Vertes en Amérique Latine et en Afrique : Catalyseurs du Développement Durable dans les Pays en Voie de développement..... 44

1. L’Afrique :	45
2. Amérique latine :	45

Section 02 : L’entreprise et la protection de l’environnement en Algérie..... 47

1.Lois et dispositifs juridiques :	48
2.Les principaux Acteurs :	50
3.Exemples des projets d’entrepreneuriat vert en Algérie.....	54
3.1.la gestion efficace des déchets spéciaux et/ou dangereux :	54
3.2.Investissements dans les Énergies Renouvelables :	57

3.3.projet de l'Agro écologie en Algérie :	59
--------------------------------------------------	----

Section03:La responsabilité sociale des entreprises dans le contexte vert en Algérie..... 60

1. Engagement exemplaire des leaders agroalimentaires en Algérie en matière de Responsabilité Sociale des Entreprises :	61
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Chapitre 03: L'effet des medias sur la mise en place des projets verts en Algérie 63

Section 01:L'importance des média dans l'éducation environnementale. 63

1.Vers une reconnaissance journalistique de l'environnement :	64
1.1. Médias Environnementaux : Perspectives et Défis.	65
1.2. Les Médias Locaux: Une Voix Essentielle pour l'Éducation Environnementale.	67
1. 3. Le rôle des médias dans la sensibilisation environnementale en Afrique.	68

Section 02 : Médias et communication organisationnelle dans la promotion des projets verts..... 71

1. La Communication dans les Entreprises Éco-Responsables	71
1.1. Communication Interne :	72
1.2. Communication Externe	72
1.3. Principes de la Communication Responsable	72
2. Les stratégies de communication efficace pour les entrepreneurs verts.....	73
2.1. Comment Communiquer Vert : Les Clés d'une Alliance entre Visibilité et Responsabilité Environnementale :	73
2.2. Démarche de Communication environnementale :	74
3. Le rôle des médias dans la promotion du développement durable.....	76
3.1. Les médias comme catalyseurs de l'entrepreneuriat vert : Solutions aux défis environnementaux :	77

Section 03 : L'évolution de la presse électronique en Algérie : Son rôle dans la promotion des projets d'entrepreneuriat vert. 78

1.Évolution de la presse électronique en Algérie.....	78
1.1. Les conditions de création des journaux électroniques :	78
1.2. Les défis financiers de la presse en ligne :	79

1.3.Au-delà de l'Imprimé : Les Défis et Opportunités de la Presse Électronique Algérienne :.....	80
2-Théorie de communication et de l'influence médiatique	81
Troisième partie : Cadre pratique.	24
Chapitre 01 : Analyse de la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert par le journal en ligne EL WATAN durant l'année 2023	85
Introduction	85
Section 01 : présentation du site web « EL WATAN.DZ »	86
1. Fiche Technique du Site EL WATAN.DZ	86
2. Analyse descriptive La page principale d'"El Watan"	87
3. Analyse de la présentation visuelle des articles sur l'entrepreneuriat vert sur EL WATAN.DZ	90
3.1. Analyse de la longueur des articles sur l'entrepreneuriat vert : Nombre de mots par article : ..	91
Section 02 : Analyse de contenu quantitative.	93
1. Analyse Quantitative du Traitement Médiatique de l'Entrepreneuriat Vert	93
1.1. Identification des articles :	94
1.2. Analyse de la Fréquence des Articles :	99
1.2.1- Comptage du nombre total d'articles sur l'entrepreneuriat vert publiés en 2023 :	100
1.2.2- Fréquence de publication par sous-thème (en pourcentage) en 2023 :	101
1.3- Analyse de la répartition des articles par mois :	102
1.4- Analyse des Vues :	105
1.4.1- Moyenne des vues pour tous les articles sur l'entrepreneuriat vert :	105
1.4.2 -Moyenne des vues par sous-thème :	105
1.4.3 -Identification des Articles les Plus Populaires :	107
1.5. Analyse des Mots Clés et des Thèmes Récurrents :	108
1.5.1 -Analyse des Mots Clés et Thèmes Récurrents dans les Articles sur la Gestion des Déchets.	108
1.5.2 -Analyse des Mots Clés et Thèmes Récurrents dans les Articles sur l'agriculture durable :	110
1.5.3 -Analyse des mots clés et des thèmes récurrents dans les articles sur les énergies renouvelables:.....	113
1.5.4 -Analyse des mots clés et des thèmes récurrents dans les articles sur le développement durable :	115

Section 03: Analyse des entretiens..... 117

1. Exploration des Perspectives Médiatiques sur l'Entrepreneuriat Vert : Entretiens et Synthèse..... 117

1.1. Présentation du Corpus : 118

1.2. Codage et Analyse Thématique : 121

1.2.1- Fréquence et Profondeur de la Couverture Médiatique : 121

1.2.2- Impact et Perception : 122

1.2.3- Contenu et Suggestions d'Amélioration : 124

Conclusion

Liste des figures et tableaux

Bibliographie

Liste des abréviations

Annexes

ANNEXES

Entretien N°1 :

Entretien avec Mr LAHDIRI Cherif, Directeur du bureau EL Watan à Oran.

Question : Comment décririez-vous les couvertures de l'entrepreneuriat vert dans El Watan-DZ par rapport à d'autres sujets traités par le journal en termes de fréquence et de profondeur de couverture ?

Réponse : **Comparativement à d'autres sujets, les couvertures de l'entrepreneuriat vert dans El Watan-DZ sont évidemment moins fréquentes. Cela s'explique principalement par la rareté des événements liés à ce domaine en Algérie, étant donné que c'est un sujet relativement nouveau. Par conséquent, le nombre de couvertures et de comptes-rendus est moins élevé par rapport à d'autres sujets. Toutefois, avec l'augmentation progressive des événements dans ce domaine, nous prévoyons une tendance à la hausse dans les années à venir.**

Question : Quels facteurs, selon vous, ont influencé l'augmentation des couvertures de l'entrepreneuriat vert au fil de l'année 2023 ?

Réponse : **L'augmentation des couvertures en 2023 est principalement due à la multiplication des événements relatifs à l'entrepreneuriat vert au cours de cette année par rapport aux années précédentes. El Watan, comme d'autres médias, se doit de refléter ces événements qui suscitent l'intérêt de ses lecteurs. Les couvertures des initiatives liées à l'entrepreneuriat vert sont appelés à suivre une tendance croissante dans les années à venir.**

Question : Avez-vous remarqué des tendances spécifiques dans les sujets abordés ou dans les angles pris dans les articles sur l'entrepreneuriat vert ?

Réponse : **Les choix éditoriaux sont étroitement liés aux ressources humaines disponibles au sein du journal. Malheureusement, notre équipe a été réduite récemment, ce qui limite nos capacités à couvrir pleinement tous les sujets comme nous l'aurions souhaité. Nous nous sommes principalement concentrés sur la diffusion d'informations factuelles sur les événements liés à l'entrepreneuriat vert. Nous aurions aimé pouvoir faire davantage de reportages approfondis, mais cela nécessiterait des ressources humaines supplémentaires.**

Question : Comment les lecteurs ont-ils réagi aux articles sur l'entrepreneuriat vert ? Y a-t-il eu des discussions particulières ou des réactions marquantes ?

Réponse : Nous utilisions autrefois les commentaires sur notre site internet pour avoir les réactions des lecteurs, mais nous avons dû arrêter cette pratique en raison du manque de ressources humaines pour filtrer les commentaires pertinents. En 2014, une étude des lecteurs a été réalisée en collaboration avec l'École de journalisme de Lille (France) au profit d'El Watan, mais ce type d'études est coûteux et nous n'avons pas les moyens de le faire régulièrement.

Question : Dans quelle mesure pensez-vous que la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert peut influencer les politiques publiques ou les initiatives privées dans ce domaine en Algérie ?

Réponse : Théoriquement, les contenus médiatiques peuvent influencer les politiques publiques et les initiatives privées en sensibilisant le public. Cependant, il est difficile de mesurer cette influence sans études scientifiques.

Question : Y a-t-il des aspects de l'entrepreneuriat vert que vous pensez avoir été sous-représentés ou mal compris dans la couverture médiatique ?

Réponse : Nous nous sommes jusque-là contentés de relayer des informations factuelles sur les événements. Nous aurions aimé pouvoir explorer davantage les histoires vécues des entrepreneurs, leurs succès et leurs échecs... Cependant, cela demande des ressources humaines et financières que nous n'avons pas actuellement.

Question : Quels types d'initiatives d'entrepreneuriat vert ont été mises en avant par la presse électronique algérienne en 2023, et quelles sont les motivations derrière leur sélection ?

Réponse : Les initiatives institutionnelles et associatives ont principalement été mises en avant par la presse électronique. La sélection de ces sujets est motivée par leur pertinence pour les lecteurs, étant donné que l'entrepreneuriat vert est un sujet nouveau et innovant qui intéresse la société.

Question : Comment la presse électronique algérienne a-t-elle traité les succès et les échecs des projets d'entrepreneuriat vert ? Y a-t-il une tendance à mettre en avant certaines pratiques narratives ?

Réponse : Malheureusement, je n'ai pas observé d'articles traitant spécifiquement des succès ou des échecs dans le domaine de l'entrepreneuriat vert, que ce soit dans El Watan ou d'autres médias. Cela est également lié aux contraintes de ressources humaines et financières.

Question : Quels sont les feedbacks des lecteurs et des experts concernant la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert en Algérie en 2023 ? Quelles suggestions sont avancées pour améliorer cette couverture à l'avenir ?

Réponse : **Nous ne disposons pas d'études récentes sur les feedbacks des lecteurs et des experts. Cependant, pour améliorer la couverture médiatique à l'avenir, il serait essentiel de consacrer plus de ressources à suivre les parcours des entrepreneurs, à relater leurs réussites ou leurs échecs, ce qui nécessiterait une mobilisation humaine permanente et des investissements financiers.**

Entretien N°2 :

Axe01 : Les données personnelles.

Question : Pourriez-vous vous présenter, s'il vous plaît ?

Réponse : **Je suis Madame Samira Imadalou, journaliste économique et chef de rubrique économique. Ancienne étudiante à l'USTHB, j'ai obtenu un Bac+4 ainsi qu'un master en Journalisme économique.**

Axe02 : Fréquence et profondeur de la couverture médiatique.

Question : Comment décririez-vous la couverture de l'entrepreneuriat vert dans El Watan-DZ par rapport à d'autres sujets traités par le journal en termes de fréquence et de profondeur de couverture ?

Réponse : **La couverture de l'entrepreneuriat vert dans El Watan-DZ est relativement faible en raison de plusieurs facteurs. Tout d'abord, l'actualité politique et économique occupe une place prépondérante dans le journal. De plus, les initiatives en matière d'entrepreneuriat vert en Algérie restent sporadiques et peu médiatisées. Les jeunes entreprises qui se lancent dans ce domaine ne maîtrisent pas toujours les outils de communication, ce qui limite la diffusion de leurs projets. Par conséquent, la couverture médiatique de ces initiatives est souvent limitée. Cependant, les événements soutenus par des organismes internationaux, tels que l'Union européenne, bénéficient d'une plus grande visibilité dans les médias.**

Question : Quels facteurs, selon vous, ont influencé l'augmentation de la couverture de l'entrepreneuriat vert au fil de l'année 2023 ?

Réponse : **En 2023, nous avons observé une augmentation de la couverture de l'entrepreneuriat vert, principalement en raison de l'intérêt croissant pour des sujets tels que l'hydrogène vert et la coopération avec des partenaires étrangers, notamment l'Allemagne. De plus, les entreprises commencent à percevoir les avantages économiques liés à ces initiatives. Cependant, cette augmentation de la couverture est également influencée par les orientations politiques et les incitations gouvernementales, qui peuvent susciter un intérêt accru de la part des médias.**

Question : Avez-vous remarqué des tendances spécifiques dans les sujets abordés ou les angles pris dans les articles sur l'entrepreneuriat vert ?

Réponse : **Les articles sur l'entrepreneuriat vert mettent souvent l'accent sur le financement des projets et sur les initiatives innovantes. Par exemple, j'ai assisté à une rencontre où des jeunes startups présentaient des projets originaux, tels que la fabrication d'assiettes comestibles. Cependant, ces sujets ne sont pas toujours traités de manière régulière dans les médias, en raison du manque de sensibilisation et de communication de la part des porteurs de projets.**

Axe 03 : Impact et perception.

Question : Comment les lecteurs ont-ils réagi aux articles sur l'entrepreneuriat vert ? Y a-t-il eu des discussions particulières ou des réactions marquantes ?

Réponse : **Les réactions des lecteurs aux articles sur l'entrepreneuriat vert sont souvent limitées en raison du manque de sensibilisation préalable sur ces sujets. Cependant, certaines associations et institutions suivent de près ces initiatives. Par exemple, j'ai travaillé sur un projet de recyclage des déchets d'olives financé par l'Union européenne, et bien que l'intérêt soit présent chez les acteurs impliqués, il reste limité au sein du grand public.**

Question : Dans quelle mesure pensez-vous que la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert peut influencer les politiques publiques ou les initiatives privées dans ce domaine en Algérie ?

Réponse : **Je considère que l'influence de la couverture médiatique sur les politiques publiques et les initiatives privées en matière d'entrepreneuriat vert est actuellement faible en Algérie.**

Question : Y a-t-il des aspects de l'entrepreneuriat vert que vous pensez avoir été sous-représentés ou mal compris dans la couverture médiatique ?

Réponse : **Je trouve que certains aspects de l'entrepreneuriat vert, tels que l'agriculture durable, sont sous-représentés dans les médias. Ces sujets sont souvent abordés de manière superficielle, alors qu'ils sont cruciaux pour la sécurité alimentaire et d'autres enjeux nationaux.**

Question : Quels types d'initiatives d'entrepreneuriat vert ont été mis en avant par la presse électronique algérienne en 2023, et quelles sont les motivations derrière leur sélection ?

Réponse : Les initiatives d'entrepreneuriat vert soutenues par des organismes internationaux, comme l'Union européenne, ont généralement bénéficié d'une plus grande visibilité dans les médias. Les motivations derrière leur sélection sont souvent liées au financement disponible et à l'intérêt des partenaires internationaux pour ces projets.

Question : Comment la presse électronique algérienne a-t-elle traité les succès et les échecs des projets d'entrepreneuriat vert ? Y a-t-il une tendance à mettre en avant certaines narratives ?

Réponse : La presse électronique algérienne traite généralement des succès des projets d'entrepreneuriat vert, mais de manière sporadique. Les échecs sont rarement abordés, en raison du manque de communication et de sensibilisation autour de ces projets.

Question : Quels sont les feedbacks des lecteurs et des experts concernant la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert en Algérie en 2023 ? Quelles suggestions sont avancées pour améliorer cette couverture à l'avenir ?

Réponse : Les feedbacks des lecteurs et des experts sont souvent limités, mais il existe un intérêt certain pour une meilleure couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert. Pour améliorer cette couverture, il est nécessaire de sensibiliser davantage le public, de soutenir les initiatives locales et de créer des supports spécialisés dédiés à ces sujets.

Entretien N°3 :

Axe 1 : Les données personnelles.

À 44 ans, titulaire d'une licence classique avec un master en cours en audiovisuel, je suis journaliste depuis 2001 dans la presse écrite. Depuis 2009, je travaille à El Watan, où j'ai occupé le poste de rédactrice en chef du supplément El Watan Weekend (une édition de 24 pages publiée chaque vendredi), le seul journal en français publié le weekend en Algérie. J'ai également été rédactrice en chef du supplément environnement (une édition intégrée au journal El Watan, publiée chaque jeudi).

Axe 2 : Fréquence et Profondeur de la Couverture Médiatique.

Question : Comment décririez-vous la couverture de l'entrepreneuriat vert dans El Watan-DZ par rapport à d'autres sujets traités par le journal en termes de fréquence et de profondeur de couverture ?

Réponse : La couverture de l'entrepreneuriat vert dans le quotidien El Watan est assez timide. À l'exception du supplément El Watan, publié de 2019 jusqu'en 2023, où tous les sujets environnementaux étaient une priorité, la thématique n'a pas une fréquence quotidienne comme les sujets politiques ou économiques en général. Il n'y a pas de refus de couverture, mais elle est assez timide.

Question : Quels facteurs, selon vous, ont influencé l'augmentation de la couverture de l'entrepreneuriat vert au fil de l'année 2023 ?

Réponse : Il n'y a pas eu d'augmentation de la couverture de cette thématique. Cependant, la multiplication des activités, notamment les associations et les appels à candidatures pour les porteurs de projets verts, a suscité un certain intérêt chez certains journalistes, notamment moi-même. Grâce au supplément, j'ai acquis une certaine culture environnementale, et j'ai conservé un intérêt pour ces sujets ainsi qu'un réseau étoffé, notamment après avoir couvert la COP 28 portant sur le changement climatique en 2023.

Question : Avez-vous remarqué des tendances spécifiques dans les sujets abordés ou les angles pris dans les articles sur l'entrepreneuriat vert ?

Réponse : Je pense que les start-ups et les étudiants de certaines spécialités sont encouragés à mener des projets dans ce sens. Des facilitations et des financements sont décidés par le gouvernement pour mener ces étudiants sur ce terrain. L'entrepreneuriat en général est une tendance pour ces étudiants.

Axe 3 : Impact et Perception

Question : Comment les lecteurs ont-ils réagi aux articles sur l'entrepreneuriat vert ? Y a-t-il eu des discussions particulières ou des réactions marquantes ?

Réponse : Lors de mon expérience dans le supplément environnement, nous mettions nos tweets au-dessus de nos signatures d'articles. Nous recevions régulièrement les réactions des lecteurs, notamment des experts et des porteurs de projets.

Question : Dans quelle mesure pensez-vous que la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert peut influencer les politiques publiques ou les initiatives privées dans ce domaine en Algérie ?

Réponse : Lors du Prix Castel Algérie ou d'un séminaire sur l'entrepreneuriat féminin vert, j'ai été agréablement surprise par la qualité des projets et les idées innovantes présentées. Cela m'a inspiré l'idée de présenter ces porteurs de projets, dont l'âge ne dépasse pas 30 ans, dans des portraits. Au fil des mois, j'ai remarqué que plusieurs initiatives privées étaient lancées dans ce sens. Il y a un intérêt mutuel, même si l'on sait que l'économie verte n'est pas une priorité du gouvernement en raison de la nature de notre économie basée sur les hydrocarbures. Cependant, des initiatives comme les villages propres, basées sur le concept de l'économie verte, donnent l'impression d'une bonne volonté des citoyens.

Question : Y a-t-il des aspects de l'entrepreneuriat vert que vous pensez avoir été sous-représentés ou mal compris dans la couverture médiatique ?

Réponse : Toute la politique est mal médiatisée, du moins c'est une nouveauté pour tous. On essaie tant bien que mal de présenter des idées nouvelles. Mais il faut savoir que tous les thèmes environnementaux n'ont pas l'espace nécessaire dans le journal ni la fréquence qu'ils méritent. On peut avoir la volonté de donner de l'importance à cela, mais une fois qu'un sujet "vendable" apparaît, comme la consommation, le logement, la banque, Gaza ou le Hirak auparavant, il prend le dessus. Je parle ici en l'absence du supplément qui a été supprimé en mars 2023 pour des raisons internes. Lorsque le

supplément était encore là, tous les sujets d'entrepreneuriat vert étaient publiés avec des recherches approfondies. Nous cherchions des porteurs de projets pour les présenter et expliquer leurs idées. Je contactais les écoles d'agriculture ou autres pour avoir une idée des mémoires de fin d'études et des expériences menées qui méritaient d'être présentées et médiatisées.

Axe 4 : Contenu et Suggestions d'Amélioration.

Question : Quels types d'initiatives d'entrepreneuriat vert ont été mis en avant par la presse électronique algérienne en 2023, et quelles sont les motivations derrière leur sélection ?

Réponse : La presse, de manière générale, met en avant les belles expériences médiatisables, les nouvelles idées et les projets dont les porteurs savent les vendre. À ce stade, ce n'est pas le média qui s'oriente vers cette information, mais l'autre côté, les économistes verts, qui sensibilisent d'abord les médias sur l'importance de leur démarche. Il est nécessaire que les journalistes soient mieux sensibilisés à cette thématique avant de prendre le relais. Je ne parle pas de tous les journalistes évidemment, d'où la nécessité de réfléchir à des formations sur le journalisme et l'économie verte.

Question : Comment la presse électronique algérienne a-t-elle traité les succès et les échecs des projets d'entrepreneuriat vert ? Y a-t-il une tendance à mettre en avant certaines narratives ?

Réponse : Ce sont surtout les succès qui sont mis en avant. Il n'y a pas beaucoup de spécialistes en la matière pour arriver à avoir une vision critique de ce genre de projets verts.

Question : Quels sont les feedbacks des lecteurs et des experts concernant la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert en Algérie en 2023 ? Quelles suggestions sont avancées pour améliorer cette couverture à l'avenir ?

Réponse : La couverture médiatique n'est pas sélective. Lorsque de bons événements sont organisés, les médias sont là, surtout lorsqu'il s'agit de journalistes spécialisés en économie ou ayant un penchant pour l'environnement. Il reste à déterminer quel genre d'événements est organisé. Il y a tout un programme sur l'économie verte, mais cela reste jusqu'à présent l'un des sujets sur lesquels on communique peu. On a l'impression que le lecteur est le dernier souci, alors que notre mission en tant que médias est de

sensibiliser ce lecteur à l'importance de cette nouvelle économie. C'est un enjeu politique et économique, en plus des engagements environnementaux auxquels nous devons faire face aujourd'hui. C'est l'avenir de la planète.

Entretien N°4 :

Axe 1 : les données personnelles.

Hafid Azzouzi, 47 ans, avec un parcours universitaire, Je travaille au sein du journal El Watan depuis maintenant 17 ans en tant que journaliste, occupant actuellement le poste de Responsable de Bureau Régional.

Axe 2: Fréquence et Profondeur de la Couverture Médiatique.

Question : Comment décririez-vous la couverture de l'entrepreneuriat vert dans El Watan-DZ par rapport à d'autres sujets traités par le journal en termes de fréquence et de profondeur de couverture ?

Réponse: La couverture des activités portant sur l'entrepreneuriat vert par le journal El Watan s'articule beaucoup plus sur des séminaires, colloques et journées d'étude animés par des universitaires. Il y a aussi des articles sur d'autres initiatives des associations qui essaient de vulgariser l'entrepreneuriat vert.

Question : Quels facteurs, selon vous, ont influencé l'augmentation de la couverture de l'entrepreneuriat vert au fil de l'année 2023 ?

Réponse : Les factures ont influencé l'augmentation de la couverture de l'entrepreneuriat vert sont liés particulièrement à l'augmentation d'activités traitant de cette thématique

Question : Avez-vous remarqué des tendances spécifiques dans les sujets abordés ou les angles pris dans les articles sur l'entrepreneuriat vert ?

Réponse : Je n'ai pas remarqué de tentances spécifiques

Axe 3 : Impact et Perception

Question : Comment les lecteurs ont-ils réagi aux articles sur l'entrepreneuriat vert ? Y a-t-il eu des discussions particulières ou des réactions marquantes ?

Réponse : Il y a des réactions aux articles sont généralement celles des gens concernés directement par le sujet. Il n y a pa eu de réactions particlières

Question : Dans quelle mesure pensez-vous que la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert peut influencer les politiques publiques ou les initiatives privées dans ce domaine en Algérie ?

Réponse :Je pense que la médiatisation de l'entrepreneuriat vert peut donner des éclairage aux citoyens voulant entreprendre des actions d'investissement dans le domaine. Les pouvoirs publics seront également sensibilisés à promouvoir l'entrepreneuriat vert et aider les porteurs de projets

Question : Y a-t-il des aspects de l'entrepreneuriat vert que vous pensez avoir été sous-représentés ou mal compris dans la couverture médiatique ?

Réponse :Il y a beaucoup d'éléments qui peuvent être abordés dans ce domaine. Je pense que nous, les journalistes, faisons beaucoup plus un travail d'information de ce que les scientifiques et les porteurs de projets entreprennent.

Axe 4 : Contenu et Suggestions d'Amélioration.

Question : Quels types d'initiatives d'entrepreneuriat vert ont été mis en avant par la presse électronique algérienne en 2023, et quelles sont les motivations derrière leur sélection ?

Réponse :Les types d'initiatives d'entrepreneuriat vert mis en avant sont beaucoup plus celles qui portent sur le recyclage de déchets. Les motivations: créer de la richesse et des postes d'emploi.

Question : Comment la presse électronique algérienne a-t-elle traité les succès et les échecs des projets d'entrepreneuriat vert ? Y a-t-il une tendance à mettre en avant certaines narratives ?

Réponse Aucune ...

Question : Quels sont les feedbacks des lecteurs et des experts concernant la couverture médiatique de l'entrepreneuriat vert en Algérie en 2023 ? Quelles suggestions sont avancées pour améliorer cette couverture à l'avenir ?

Réponse : Les suggestions. La réalisation des reportages de terrain et des portraits de porteurs de projet qui ont réussi dans leurs aventures.

Entretien N°5 :

Question: Pourriez-vous partager quelques informations personnelles telles que votre âge, votre niveau d'instruction, votre ancienneté dans le domaine de la législation environnementale et votre poste actuel?

Réponse:"Je suis Madame Ebercienne Zahia, directrice de la Réglementation et des Affaires Juridiques au Ministère de l'Environnement et des Énergies Renouvelables. Je suis avocate de formation, diplômée en droit depuis 32 ans. Mon expérience dans le domaine de la législation environnementale s'étend sur 27 ans. Actuellement, j'ai 56 ans."

Collaboration avec les médias:

Question: Comment le Ministère de l'Environnement collabore-t-il avec les médias pour promouvoir les projets d'entrepreneuriat vert et sensibiliser le public à ces initiatives?

Réponse:"Nous collaborons étroitement avec les médias pour promouvoir nos projets d'entrepreneuriat vert. Par exemple, nous organisons des portes ouvertes et des rencontres en collaboration avec le Conservatoire National des Formations à l'Environnement (CNFE). Ces événements sont souvent couverts par les médias locaux et nationaux, ce qui nous permet de toucher un large public. De plus, nous disposons d'une commission ministérielle qui reçoit et oriente les porteurs de projets dans le domaine de la protection de l'environnement, et cela est également relayé par les médias."

Importance de la médiatisation:

Question: Quelle importance accorde le Ministère de l'Environnement à la médiatisation des projets d'entrepreneuriat vert et leur visibilité dans les médias?

Réponse:"La médiatisation de nos projets d'entrepreneuriat vert est cruciale pour nous. Nous cherchons à diffuser largement nos initiatives pour encourager l'engagement du public. Par exemple, nous avons élaboré des campagnes de sensibilisation visant à promouvoir les énergies renouvelables et la gestion des déchets. Ces campagnes sont relayées par les médias et

permettent de toucher un large public, ce qui est essentiel pour encourager le changement de comportement."

Principaux défis de communication:

Question: Quels sont les principaux défis auxquels le Ministère de l'Environnement est confronté lorsqu'il s'agit de communiquer sur les projets d'entrepreneuriat vert?

Réponse:" L'Algérie rencontre diverses difficultés dans le cadre du relancement de son économie, notamment liées à sa dépendance aux hydrocarbures. Ceci pose un défi majeur dans le contexte du développement durable, où il est impératif de protéger l'environnement pour les générations futures, tout en assurant la sécurité alimentaire et en améliorant le niveau de vie des citoyens.

En ce qui concerne la communication du ministère de l'environnement, nous faisons face à des obstacles liés au changement de comportement. Nous avons investi considérablement pour sensibiliser le public à la protection de l'environnement, en mettant l'accent sur ses trois composantes essentielles : l'eau, le sol et l'air. Notre public cible comprend une large gamme de personnes, des écoliers aux universitaires en passant par les opérateurs du secteur.

Au cours des 20 dernières années, nous avons formé des journalistes spécialisés dans le domaine de la protection de l'environnement pour mieux faire face aux changements de mentalité. Actuellement, nous nous concentrons sur le changement de comportement. Nous avons observé des résultats positifs, tels que la compétition entre les villages pour le titre de "village le plus propre". Cette initiative, qui a d'abord débuté en Kabylie, s'est étendue à tout le pays, démontrant ainsi un changement de comportement tangible.

Nous avons également sensibilisé les détenus grâce à des programmes de formation en collaboration avec le ministère de la justice. Cette démarche a conduit certains détenus à lancer leurs propres projets d'entrepreneuriat dans le domaine de l'environnement, notamment dans le secteur de l'éco-entrepreneuriat, contribuant ainsi à leur réinsertion sociale.

Stratégies pour renforcer la visibilité:

Question: Quelles stratégies le Ministère de l'Environnement envisage-t-il pour renforcer la visibilité des projets d'entrepreneuriat vert dans les médias électroniques algériens à l'avenir?

Réponse:"Nous prévoyons de continuer à organiser des événements médiatisés, comme ceux que nous avons réalisés en 2023, tels que l'événement de Ghardaïa et l'événement d'accompagnement des recycleurs PET, pour mettre en avant nos initiatives.

Mesure de l'efficacité de la communication:

Question: Comment le Ministère de l'Environnement mesure-t-il l'efficacité de sa communication sur les projets d'entrepreneuriat vert auprès du public et des parties prenantes?

Réponse: Nous mesurons l'efficacité de notre communication à travers différents indicateurs, tels que la participation du public lors de nos événements et les retours d'information que nous recevons. Par exemple, nous menons des évaluations après chaque événement pour évaluer l'impact de nos actions. De plus, nous suivons la couverture médiatique de nos projets pour évaluer leur visibilité dans les médias. Ces données nous permettent d'avoir une vue d'ensemble de l'efficacité de notre communication et de prendre des mesures pour l'améliorer si nécessaire.

Conseils aux médias électroniques:

Question: Quels conseils ou recommandations le Ministère de l'Environnement pourrait-il donner aux médias électroniques pour améliorer leur couverture des sujets liés à l'entrepreneuriat vert en Algérie?

Réponse:"Nous encourageons les médias électroniques à jouer un rôle actif dans la sensibilisation du public aux enjeux environnementaux. Par exemple, nous avons formé des journalistes spécialisés dans le domaine de l'environnement pour garantir une couverture précise et équilibrée. De plus, nous recommandons aux médias de vérifier leurs sources et de fournir une

couverture équilibrée des sujets liés à l'entrepreneuriat vert. Il est important de présenter les faits de manière objective et d'encourager le dialogue sur ces questions. En travaillant ensemble, médias et institutions publiques peuvent contribuer efficacement à sensibiliser le public et à promouvoir une compréhension approfondie des enjeux environnementaux, permettant ainsi de favoriser des actions positives et durables."