



FR

2015

UNE
CO-PRODUCTION



SPORT
DÉVELOPPEMENT
DURABLE



RECUEIL DES INITIATIVES
REMARQUABLES ET INNOVANTES
DU SPORT FRANÇAIS DANS LA LUTTE
CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE

WWF

Le WWF est l'une des toutes premières organisations indépendantes de protection de l'environnement dans le monde. Avec un réseau actif dans plus de 100 pays et fort du soutien de près de 6 millions de membres, le WWF œuvre pour mettre un frein à la dégradation de l'environnement naturel de la planète et construire un avenir où les humains vivent en harmonie avec la nature, en conservant la diversité biologique mondiale, en assurant une utilisation soutenable des ressources naturelles renouvelables, et en faisant la promotion de la réduction de la pollution et du gaspillage.

En 2011, le WWF a fêté ses 50 ans.

Depuis 1973, le WWF France agit au quotidien afin d'offrir aux générations futures une planète vivante.

Avec ses bénévoles et le soutien de ses 200 000 donateurs, le WWF France mène des actions concrètes pour sauvegarder les milieux naturels et leurs espèces, assurer la promotion de modes de vie durables, former les décideurs, accompagner les entreprises dans la réduction de leur empreinte écologique, et éduquer les jeunes publics. Mais pour que le changement soit acceptable, il ne peut passer que par le respect de chacune et chacun. C'est la raison pour laquelle la philosophie du WWF est fondée sur le dialogue et l'action.

Depuis décembre 2009, la navigatrice Isabelle Autissier est présidente du WWF France.

En 2013, le WWF France a fêté ses 40 ans. Retrouvez la rétrospective de nos actions sur le site <http://40.wwf.fr>

Ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports

Le sport a une place unique dans nos sociétés et peut jouer un rôle particulier quant aux enjeux du développement durable. Le sport, comme n'importe quel acteur de notre société, a une responsabilité à assumer en prenant en compte les impacts environnementaux dans son organisation. Il peut jouer un rôle dans cette nécessaire évolution, dans l'éducation et dans le changement de comportement des pratiquants sportifs. Stratégiquement, il apparaît indispensable d'anticiper les évolutions de nos sociétés. Les nouvelles attentes des pratiquants, les réglementations futures, l'acceptabilité du coût environnemental, économique et social sont autant d'évolutions à accompagner. Enfin le sport peut être source de solutions. Par sa capacité à canaliser les dynamiques et les moyens, le sport peut être un acteur responsable et positif sur les enjeux du développement durable.

Le Ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports, au travers de sa Mission sport et développement durable, met en place une politique de développement durable du sport ambitieuse et partagée. Cette politique se traduit sur plusieurs niveaux : définir un cadre et des ambitions à moyen et long terme notamment au travers de plusieurs stratégies nationales de développement durable du sport ; accompagner et valoriser les acteurs du sport dans leurs démarches RSE notamment via l'animation de nombreux groupes de travail et d'échanges ; inciter les acteurs du sport à intégrer cette même démarche et pour finir, développer les connaissances et l'expertise notamment en créant des ressources et des outils à disposition des acteurs du sport. L'ensemble de ces actions fédèrent près de 1600 acteurs du sport originaires de tous les horizons (club et fédérations, entreprises, collectivités, ONG, etc.) et anime un centre de ressources Sport et Développement Durable de référence sur le sujet.

Participer à la construction et à la publication de ce recueil d'initiatives remarquables et innovantes du sport français pour le climat en collaboration avec le WWF est donc une action concrète de plus que la mission SDD s'est fait un plaisir d'accomplir.

Responsables projet : Isabelle Jean (WWF France) et Emmanuelle Magdalena (Mission Sport et Développement Durable)

Mise en page et infographie : Laura François et Pascal Herbert (WWF France)

Merci à l'ensemble des porteurs de projet

Merci aux équipes de la Mission Sport et Développement Durable : Maël Besson et Francis Labreuche

Merci aux équipes du WWF France pour leur expertise et leur relecture exigeante: Carlos Garcia Paret, Audrey Solans, Mathilde Valingot

Merci aux bénévoles du WWF France pour leur analyse et leur soutien: Naromie Joseph, Julien Godbert, Lauriane Leton

© Concept & design by © ArthurSteenHorneAdamson

© 1986 Panda Symbol WWF - World Wide Fund For nature
(Formerly World Wildlife Fund)

® «WWF» & «Living planet» are WWF Registered Trademarks /
«WWF» & «Pour une planète vivante» sont des marques déposées.

WWF France, 1 carrefour de Longchamp, 75016 Paris.

SOMMAIRE

Edito de Madame Isabelle Autissier, Présidente du WWF France	4
Edito de Monsieur Thierry Braillard, Secrétaire d'Etat chargé des sports	5
Introduction	6
Une seconde vie pour les maillots de sport / 1Bag1Match	10
L'engagement éco-responsable de la Coupe du Monde de Rugby 2007 Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie	16
Château Bleu, un centre aquatique chauffé par les eaux usées / Annemasse Agglo	22
Les pneus recyclés entrent en piste - Piste d'athlétisme Association Sportive Montferrandaise	28
Matelo, un portail pour louer et prêter du matériel événementiel / ATEMIA	34
Gobelets réutilisables : un engouement durable / ECOCUP	40
Ecoride, un label vert dédié au monde de la glisse European Surf Industry Manufacturers Association	46
L'EcoTrail de Paris, une course entre ville et nature EcoTrail de Paris Ile-de-France®	52
Plongée : favoriser la connaissance et la protection des fonds marins / FFESSM	58
Tennis : des actions pour réduire l'impact environnemental / FFT	66
Le cycle de l'eau expliqué à tous / Du Flocon à la Vague	72
Golf National : encourager la biodiversité / FF Golf national	78
Le bois, matière première d'objets sportifs / IN'BÔ	86
Un flocon vert pour labelliser les stations de montagne / Mountain Riders	92
Parcourir la montagne en changeant d'approche / Mountain Wilderness	98
Les Eco-Games, un concept d'évènement sportif alternatif / SVPlanète	104
L'UTMB®, un évènement éco-responsable au cœur des Alpes Ultra-Trail du Mont-Blanc®	110
Des matériaux usagés au recyclage créatif / Wood Stock Creation	116

ÉDITO

Isabelle Autissier
Présidente du WWF France

© MARTIN LEERS



La course au large m'a amenée à une prise de conscience particulière : l'activité humaine, quelle qu'elle soit, a toujours un impact sur la planète. Emission de déchets pendant les préparatifs et pendant la compétition, émission de produits polluants, émissions de gaz à effet de serre liées aux process de construction des bateaux... Même les activités sportives que l'on pense les moins nocives ont toujours un impact.

Amateur ou professionnel, un sportif consomme de l'espace naturel et de la biodiversité via les installations qu'il utilise, l'eau pour ses besoins vitaux et sanitaires mais aussi l'entretien des infrastructures. Tout au long de sa pratique sportive, il produit des déchets et génère de multiples pollutions et nuisances pour satisfaire ses besoins nutritifs et matériels. Ces impacts des activités sportives pourraient être qualifiés d'empreinte écologique directe. Source de bien-être pour un nombre croissant

de femmes et d'hommes, l'activité sportive génère une empreinte qui s'alourdit chaque année.

Mais ce n'est pas tout. Le sport est aussi un spectacle, vecteur d'émotion pour des millions de personnes. Ces foules émettent du carbone en se déplaçant, consomment de l'espace, produisent des déchets et consomment de l'énergie pour leur bien-être. On pourrait parler à ce sujet d'empreinte écologique indirecte ou induite.

L'empreinte écologique du sportif et de l'ensemble des populations gravitant autour du sport est donc mesurable et quantifiable. Cette activité doit être contrôlée pour être allégée afin de permettre la pratique du plus grand nombre, tout en restant dans les limites des ressources de notre planète.

Pour le WWF, le sport doit prendre conscience de ses responsabilités vis-à-vis de la planète. En effet, au-delà de l'impact de ses activités, le sport véhicule des valeurs essentielles comme la solidarité, le dépassement de soi, le respect de l'autre. Des valeurs qui participent de façon positive de la citoyenneté et du vivre ensemble. En France, le sport fédère 16 millions de licenciés, 34 millions de pratiquants et bien plus encore de passionnés qui se retrouvent chaque semaine dans les stades ou devant leur écran. En cela, le sport est un formidable espace d'éducation des mentalités de notre société.

C'est la raison pour laquelle le WWF s'est engagé aux côtés du Comité International Olympique dans le cadre de la préparation des jeux d'hiver de Turin (2006), puis de ceux d'été de Londres (2012). Cet engagement a abouti à une démarche One Planet Olympics.

Alors que la France accueille cette année la 21ème conférence internationale pour le climat, nous sommes heureux de vous présenter, avec le Ministère des Sports, ce recueil. Via 18 initiatives concrètes, il entend démontrer qu'un sport responsable et exemplaire, provoquant des effets positifs dans la lutte contre le dérèglement climatique ou la protection de la biodiversité, est possible, dès aujourd'hui.

ÉDITO

Thierry Braillard
Secrétaire d'Etat aux sports

© HERVÉ HAMON MWJS



Eviter un dérèglement climatique majeur et ses conséquences désastreuses en limitant l'émission des gaz à effet de serre est un enjeu qui doit tous nous concerner.

Les acteurs du sport, fédérations, entreprises, collectivités locales, clubs et associations l'ont bien compris. Ils sont entraînés par les sportifs et les usagers qui fondent leurs pratiques sur des valeurs citoyennes de partage et de respect. Ils furent parmi les premiers à développer une conscience environnementale.

C'est pourquoi, depuis plusieurs années, des initiatives remarquables et innovantes

de ce secteur se sont multipliées sur notre territoire. Quelques-unes des plus remarquables ont été fidèlement rapportées dans ce recueil par un pôle d'experts. Elles viennent illustrer, par la mise en œuvre d'actions concrètes, cette dynamique positive de développement durable.

Le partage de connaissances et les échanges de bonnes pratiques tant au niveau national qu'international, constituent des leviers d'actions de notre stratégie nationale de transition écologique vers un développement durable du sport. Que l'ensemble des contributeurs et plus particulièrement l'organisation non gouvernementale WWF, coproductrice de cet ouvrage, en soient ici vivement remerciés.

INTRODUCTION

LE DÉFI CLIMATIQUE EST DÉJÀ NOTRE PRÉSENT

Qu'on le veuille ou non, le réchauffement climatique est devenu une réalité. On en mesure aujourd'hui les causes et les effets. Évalué à l'échelle mondiale sur plusieurs décennies, ce phénomène se caractérise par l'augmentation de la température moyenne des océans et de l'atmosphère terrestre, traduisant une hausse de la quantité de chaleur à la surface de la Terre. A la clé, des conséquences majeures sur des secteurs très vulnérables aux conditions climatiques, notamment la forêt, les terres agricoles, les zones d'habitations situées sous le niveau de la mer ou les îles basses. Les zones chaudes ou subdésertiques font quant à elles face à un risque accru de désertification, de salinisation ou d'incendies, alors que les constructions appuyées sur le pergélisol perdent de leur stabilité là où la fonte des glaces s'accélère.

L'économie mondiale constitue l'une des nombreuses victimes de ce phénomène. Nul ne peut s'étonner qu'elle se situe au centre des discussions tant les enjeux sont élevés dans ce domaine. Ainsi, l'un des défis les plus importants du XXI^e siècle est-il de parvenir à développer conjointement des solutions de lutte contre les émissions de CO₂ et des stratégies d'adaptation aux dérèglements climatiques ainsi qu'à leurs conséquences sociales, économiques, agronomiques et environnementales.

LA COP21 EN FRANCE

Conscients des enjeux planétaires du climat sur la santé de la planète et de ses habitants, les chefs d'État membres des Nations Unies se réunissent chaque année pour s'engager ensemble en faveur de stratégies politiques dites de « transition écologique ». L'objectif ? Réduire l'impact des hommes et de leurs activités sur l'environnement.

La Conférence des Parties de la Convention Cadre des Nations Unies sur les Changements Climatiques (CCNUCC) se déroule par rotation dans un des pays des cinq groupes régionaux de l'ONU. En septembre 2012, lors d'une réunion concernant le Protocole de Kyoto, le Président de la République François Hollande a fait part de l'intention de la France d'accueillir en 2015 la 21^e Conférence des Parties. La France a été officiellement désignée lors de la Conférence des Parties de Varsovie, en novembre 2013.

La France placera cette conférence sous le signe de l'exemplarité environnementale, et mettra en œuvre un programme d'action permettant de réduire au maximum l'impact de la réunion sur le plan des consommations de ressources naturelles (eau, déchets, énergies) et des émissions de gaz à effet de serre. Cette échéance cruciale a pour objectif d'aboutir à l'adoption d'un premier accord universel et contraignant sur le climat : la hausse de la température mondiale doit être maintenue en deçà de la barre des 2°C.

MOBILISATION DES ACTEURS DU SPORT POUR LE CLIMAT

Pour préparer cet événement international majeur, différentes parties prenantes sont invitées à se mobiliser. Les acteurs sportifs, par leur mission d'éducation à l'environnement et au développement durable sont particulièrement concernés, que leurs activités se déroulent en milieu urbain ou naturel.

Avec plus de 16 millions de licenciés, 34 millions de pratiquants, 260 000 associations dont 175 000 affiliées à une fédération sportive et 60 000 établissements d'activités physiques et sportives, le sport français s'impose comme un espace éducatif incomparable. Il constitue un terrain idéal pour engager les citoyens dans une démarche environnementale et sociale cohérente, ambitieuse et de qualité.

Un rôle à jouer

Exemplarité, capacité à fédérer et mobiliser, recherche du dépassement de soi et communion par l'émotion, le sport peut jouer un rôle majeur pour changer les mentalités de notre société.

Une responsabilité à assumer

Pratiquants, licenciés, clubs amateurs et professionnels, fédérations sportives, collectivités, organisateurs d'événements, équipementiers : chaque acteur du sport est concerné et porte la responsabilité de permettre au mouvement sportif de faire mieux collectivement.

Un engagement à poursuivre

Depuis déjà un grand nombre d'années, les acteurs du sport agissent. Il est d'ailleurs possible de retrouver des exemples d'actions concrètes mises en œuvre sur le site <http://developpement-durable.sports.gouv.fr/m/acteurs>. Si de nouveaux porteurs de projets souhaitent faire connaître leurs initiatives, ils peuvent également publier librement leur projet sur ce même site.

Il est du devoir de chaque acteur de poursuivre et de développer ses actions pour diminuer l'impact de ses activités. Le cadre de la COP21 offre une formidable opportunité de montrer que le sport est parfois précurseur dans ce domaine (voir la fiche *Ecocup*, une innovation française) et qu'il peut participer à la lutte contre le dérèglement climatique. Faire connaître les bonnes pratiques du milieu sportif est l'occasion de partager une vision commune de ce qu'il est possible de faire et d'insuffler une envie d'agir.

Un outil fédérateur

La question climatique est une thématique qui apparaît souvent abstraite et éloignée aux yeux du grand public. Pourtant, les changements climatiques sont déjà notre quotidien et ne manqueront pas d'avoir un impact sur la pratique sportive. Ce recueil apparaît donc comme un outil pédagogique. Il permet de mettre en lumière des actions concrètes mises en œuvre par les acteurs du sport afin d'exposer des exemples palpables d'initiatives en faveur du climat. Il s'inscrit dans la vision que partagent une institution publique, le Ministère des Sports, et le WWF, une ONG mondiale de protection de l'environnement.

PRÉSENTATION DU RECUEIL

À l'initiative de la mission Sport et Développement Durable du Secrétariat d'État aux Sports et du WWF France, ce recueil met en avant 18 initiatives remarquables ou avant-gardistes dans le domaine du sport. Leur point commun ? Provoquer des effets positifs dans la lutte contre le changement climatique en matière de réduction des gaz à effet de serre et de maintien de la biodiversité. Ces projets permettent de balayer concrètement les meilleures pratiques dans les domaines suivants :

- Eco-conception et éco-gestion
- Transport et éco-mobilité
- Consommation/restauration responsable
- Lutte contre le gaspillage, réduction des déchets à la source et tri
- Efficacité énergétique et/ou recours aux énergies renouvelables
- Préservation de la biodiversité, matériaux et ressources naturelles
- Education, sensibilisation et information sur l'environnement

Il n'a pas été question de juger ou de classer ces initiatives mais de valoriser une démarche au regard des critères suivants :

- Cohérence du projet au sein d'une démarche globale de réduction de l'empreinte écologique
- Données quantifiables et qualifiables
- Argumentation sur les thématiques environnementales traitées
- Rayonnement du projet
- Transposabilité du projet
- Viabilité du projet
- Réponses concrètes données sur les axes atténuation/adaptation aux changements climatiques
- Prise en compte de la biodiversité

Objectifs du recueil

- Insuffler une dynamique nationale de la part de toutes les parties prenantes du sport afin de les investir dans une démarche environnementale durable
- Concerner la société civile afin de provoquer un effet d'entraînement
- Mettre en évidence des leviers d'actions concrets, viables socialement et économiquement

Méthodologie

Un comité composé de bénévoles, d'experts et de parties prenantes du Ministère des Sports et du WWF a procédé à la sélection de ces initiatives dans un souci d'équité. Les projets référencés sont portés par différents types d'acteurs : des fédérations, des associations, des collectivités territoriales, des entreprises proposant un service sportif, des entreprises organisatrices d'événements, des start-up commercialisant des produits innovants ou encore des entreprises gérant des équipements sportifs.

Le processus de sélection fut le suivant :

- Définition du périmètre, des critères de sélection
- Phase de recherches personnelles d'initiatives à valoriser
- Présélection des projets pour un entretien d'approfondissement en fonction de critères prédéfinis
- Entretiens des porteurs de projets
- Évaluation de l'impact des projets sur la biodiversité et le climat
- Sélection définitive des initiatives
- Rédaction du recueil

Les initiatives présentées dans ce recueil ne sont pas exhaustives. Elles ne représentent qu'un infime éventail des actions menées en faveur du développement durable et du climat dans l'univers du sport. Le contenu des fiches a été recueilli sous forme déclarative via des interviews réalisées avec les porteurs de projet. Les programmes mis en œuvre par le WWF et la mission Sport et Développement Durable ont été exclus de ce recueil. Précisons enfin que les deux parties prenantes déclinent toute responsabilité quant aux propos émis et publiés.

UNE SECONDE VIE POUR LES MAILLOTS DE SPORT

1Bag1Match

IMPACT
SUR LE CLIMAT

ATTÉNUATION
ADAPTATION



© 1BAG1MATCH

Lancée en 2013, la marque 1Bag1Match recycle les maillots de sport, toutes disciplines confondues, pour créer des sacs de sport, de ville ou de voyage, des housses d'ordinateurs et des accessoires de décoration. Inscrits dans une logique de développement durable et d'éco-conception, tous les produits sont réalisés à la main par des couturières qualifiées. L'origine du maillot, le design et les finitions rendent chaque produit unique. Une fiche d'authentification est ainsi cousue à l'intérieur afin de retranscrire toute son histoire.

Chiffres clés

15 MILLIONS DE MAILLOTS
ACHETÉS PAR AN EN EUROPE

400 000 MAILLOTS PORTÉS
ET JETÉS
PAR AN EN FRANCE

70 % DES MAILLOTS
SONT RÉCUPÉRABLES
ET RECYCLABLES PAR
1BAG1MATCH

100 À 200 EUROS
POUR LE PRIX D'UN SAC
DE LA MARQUE

2 HEURES
POUR FABRIQUER UN SAC

RÉCURRENCE DU DISPOSITIF

Ponctuelle, périodique ou permanente

THÉMATIQUES ENVIRONNEMENTALES

- Eco-conception et éco-gestion.
- Transport et éco-mobilité.
- Alimentation, consommation/restauration responsable.
- Lutte contre le gaspillage, réduction et valorisation des déchets à la source et tri.
- Efficacité énergétique et / ou recours aux énergies renouvelables.
- Préservation de la biodiversité, matériaux et ressources naturelles.
- Education, sensibilisation et information sur l'environnement.

CIBLES

- Les supporters, fans de sport.
- Les pratiquants et sportifs.
- Les clubs, les fédérations et les équipementiers.
- Les sponsors.
- Le grand public.

BÉNÉFICES DU PROJET

- Rallongement de la durée de vie des matières.
- Réduction, grâce au recyclage, de la pollution des sols (enfouissement) et de celle du paysage urbain en contribuant à la réutilisation de matières premières.
- Suppression de la consommation d'énergie et des émissions de gaz à effet de serre liées à la transformation des produits.

FORCES DU PROJET

- Collaboration avec les centres de tri textile pour encourager l'économie solidaire et l'emploi.
- Contribution au développement de l'activité économique française.

**10.000
MAILLOTS
PAR AN**

LE CONTEXTE

Le projet est né en 2012 grâce à la proximité de l'un des deux porteurs du projet 1Bag1Match avec l'entreprise 727 Sailbags, spécialiste du recyclage de voiles de bateaux en sac. Suite à une heureuse rencontre avec le directeur commercial du FC Lorient, l'idée est venue de décliner le concept aux maillots de sport, de façon pérenne. Après un an et demi de réflexion et de tests, l'entreprise 1Bag1Match a réellement émergé. Elle récupère, à l'heure actuelle, près de 10.000 maillots par an et a réalisé des collections avec de grandes « marques », tous sports confondus (PSG, Stade Français, AG2R-La Mondiale, FFR, Coca Cola, Société Générale...). Concrètement, l'expertise de la marque se base sur trois « métiers » : la collecte, le recyclage et la vente.

LE PROJET

L'offre de la marque se construit autour de cinq axes majeurs :

1. S'appuyer sur un réseau français de collecte

1Bag1Match collabore avec un réseau de centres de tri textile. Ces derniers sont chargés de collecter les vêtements jetés par les Français et de les trier selon un cahier des charges précis élaboré par 1Bag1Match (Qualité, Taille, Marquage). Les maillots sont ainsi achetés au kilo auprès de ces acteurs.

2. Assurer la traçabilité du maillot

Chaque maillot est identifié grâce à une cartographie des clubs français. Réaliser des interviews du club, du joueur et du centre de tri est souvent nécessaire pour identifier les origines du maillot et être en mesure de raconter son histoire authentique sur la fiche dédiée. Y sont renseignées les informations suivantes : le sport auquel le maillot fait référence, le nom du joueur professionnel ou à défaut la mention «joueur amateur», le nom et le résultat de la compétition et le nom du designer ayant réalisé le sac.

3. Restituer la singularité de chaque maillot

Les maillots sont découpés de façon à conserver les éléments jugés les plus esthétiques.

Chaque produit réalisé par 1Bag1Match est unique : de par le maillot utilisé, la manière de le sublimer et la création design du produit redessiné.

**CHAQUE
PRODUIT
EST UNIQUE**

4. Ajuster chaque réalisation façon haute couture

1Bag1Match étudie chaque maillot pour définir le design et le rendu de la pièce à confectionner. Sur chaque modèle sont choisies les couleurs des éléments à ajouter, comme les pièces de cuir, les anses, les doublures en coton ou les pièces en acrylique. Les couturières de l'entreprise ont été recrutées avec la plus grande attention car elles sont les actrices principales du rendu de chaque produit.

5. Réaliser des séries à destination des professionnels

Les sociétés investissant dans le sponsoring maillot ont la possibilité de commander des séries limitées de produits illustrant leur partenariat avec un club. Ce concept correspond à la moitié du business model de 1Bag1Match. Les clients sont essentiellement des clubs de football professionnels, mais aussi des équipes ou des fédérations d'autres disciplines sportives ou encore des entreprises privées sponsors. 1Bag1Match travaille de plus en plus à l'international, notamment pour des clubs allemands et anglais. L'entreprise possède également un distributeur aux Etats-Unis.

Le public visé :

La griffe s'adresse au marché des captifs sportifs. On définit un captif sportif comme une personne pratiquant un sport, se déplaçant au stade et s'intéressant au sport. Ce marché représente 10 millions de personnes en France, dont 2 millions disposant d'un pouvoir d'achat de type CSP+.

Les chiffres clés du marché :

- 75 % de ces captifs sont des hommes.
- 200 euros : dépense annuelle relative au sport.
- 75 euros : prix moyen d'un maillot neuf, contre 30 euros pour un maillot d'occasion.
- 45 euros : prix d'un sac d'une équipe de football professionnelle vendu en boutique.
- De 30 à 170 euros : prix d'un sac format sport pour homme.

CONTRAINTES RENCONTRÉES

Droit : la vente en direct de sacs utilisant des maillots de clubs professionnels est soumise à l'accord de l'équipementier et du club.

Unicité des produits : les différences de caractéristiques des maillots (taille, marquage, matière, etc) rendent difficile l'automatisation de leur traitement (découpe, couture, etc), et par répercussion, l'optimisation des coûts liés à ce traitement.

LES ACTEURS & PARTENAIRES

Acteurs impliqués dans la structure :

- 4 emplois créés et 7 emplois indirects.

Partenaires associés :

- Les centres de collecte et de tri et 727 Sailbags.

UN RÊVE ?

La croissance de 1Bag1Match passe en premier lieu par un levier technologique. La marque souhaiterait être capable d'identifier et de sourcer des machines industrielles qui permettraient d'absorber les contraintes techniques des maillots (différences de tailles, de couleurs et de design). Cette disparité rend compliquée et aléatoire la phase de transformation manuelle des matières initiales.

En s'appuyant sur la légitimité de l'entreprise autour du recyclage de textile sportif, 1Bag1Match nourrit aussi l'ambition d'étendre ce concept au matériel sportif (raquettes, ballons, banderoles...). Des premiers tests ont été effectués avec des bâches et des filets.





LA TRANSPOSABILITÉ

Toutes les industries du sport sont en mesure de reprendre le concept. 1Bag1Match est convaincu que les clubs et fédérations devraient développer une vraie filière de recyclage et surtout ne pas jeter les maillots au bout de quelques utilisations (voire une seule dans certains cas). Un maillot est avant tout le témoin d'une histoire, les marques de vécu telles que les traces de gazon, de sang

ou de terre donnent de la valeur à celui-ci.

D'autre part, tous les équipementiers se basent sur des processus poussés de certification de leurs maillots, générant des milliers de kilos de rejets par an. L'idée serait que 1Bag1Match aide ces entreprises internationales dans la mise en œuvre de leur politique environnementale en contribuant à recycler leurs déchets textiles.

EN SAVOIR PLUS SUR LE PROJET

La démarche 1Bag1Match

MAIS AUSSI...

727 Sailbags

Le Relais

CONTACT

Alexandre Shettle

Directeur Associé

alexandre.shettle@1bag1match.com

L'ENGAGEMENT ÉCO-RESPONSABLE DE LA COUPE DU MONDE DE RUGBY 2007

Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME)

IMPACT
SUR LE CLIMAT

ATTÉNUATION
ADAPTATION

©ADEME



Du 7 septembre au 20 octobre 2007, la France a accueilli la 6^e édition de la Coupe du Monde de Rugby à XV. 48 matchs ont ainsi été disputés dans 10 stades de l'Hexagone et 2 enceintes britanniques. L'ADEME a accompagné les organisateurs de cet événement international dans la définition et le déploiement de leur démarche éco-responsable. Un Bilan Carbone a été réalisé, le premier incluant la comptabilisation des émissions directes et indirectes pour un événement sportif de cette ampleur. L'ambition de cette étude ? Donner des clés pour réduire au maximum l'impact environnemental d'une manifestation qui a, au final, attiré plus de 2,5 millions de spectateurs.

Chiffres clés

Bilan Carbone (effectué en amont)

570 000 TONNES
DE CO₂ ÉMISES EN TOUT PAR
LE TOURNOI

84 % DES ÉMISSIONS
DUES AUX DÉPLACEMENTS
DE PERSONNES.
LE TRANSPORT AÉRIEN EST
RESPONSABLE À LUI SEUL DE
96 % DE CES ÉMISSIONS

132 MILLIONS
DE KWH CONSOMMÉS
PAR LES TÉLÉVISIONS,
REGARDÉES PAR 4 MILLIARDS
DE PERSONNES
(AUDIENCES CUMULÉES)

778 TONNES
DE DÉCHETS ENGENDRÉS
DANS LES STADES
ET AUX ALENTOURS

4,7 MILLIONS DE KWH
CONSOMMÉS POUR
L'ÉCLAIRAGE DES
12 ENCEINTES SPORTIVES

RÉCURRENCE DU DISPOSITIF

Ponctuelle périodique ou permanente.

THÉMATIQUES ENVIRONNEMENTALES

- Eco-conception et éco-gestion.
- Transport et éco-mobilité.
- Alimentation, consommation/restauration responsable.
- Lutte contre le gaspillage, réduction et valorisation des déchets à la source et tri.
- Efficacité énergétique et / ou recours aux énergies renouvelables.
- Préservation de la biodiversité, matériaux et ressources naturelles.
- Education, sensibilisation et information sur l'environnement.

CIBLES

- Les organisateurs de l'événement et leurs parties prenantes (fournisseurs, sponsors, comité d'organisation, villes hôtes).
- Les spectateurs.

BÉNÉFICES DU PROJET

- Réduction de la production des déchets et des émissions de gaz à effet de serre dans chaque ville hôte.
- Incitation au covoiturage, à l'usage des transports en commun, et au recours aux énergies renouvelables sur certains sites.

FORCES DU PROJET

- Première manifestation mondiale de cette taille ayant recours au Bilan Carbone® avec un spectre si large (émissions directes et indirectes).
- Vitrine événementielle quant à la faisabilité de l'organisation d'un éco-événement international.
- Sensibilisation du grand public via différents supports de communication et d'information.

LE CONTEXTE

En lisant une dépêche relative à l'organisation de la Coupe du Monde de Rugby en fin d'année 2005, la Présidente de l'ADEME, Michèle Pappalardo, s'interroge sur les mesures prises (ou non) au niveau environnemental. Peu de temps après, l'Agence et le Comité d'organisation ont organisé un partenariat pour faire de cet événement l'une des premières manifestations sportives éco-responsables de grande ampleur. Pour mener à bien cette mission, plusieurs ingénieurs/collaborateurs de l'ADEME ont accompagné pendant un an et demi le directeur du comité d'organisation et son adjoint.

Le « Programme Environnement » élaboré par l'ADEME s'articule autour de trois axes majeurs :

1. L'évaluation des émissions de gaz à effet de serre possiblement générées par la compétition (Bilan Carbone®).
2. La mise en œuvre d'actions concrètes visant à limiter les émissions de CO₂ et l'ensemble des impacts environnementaux (déchets, énergie, transport).
3. Le développement d'une campagne de communication et de sensibilisation auprès de tous les publics (supporters, amateurs, téléspectateurs).

LE PROJET

Suite au Bilan Carbone® réalisé, diverses mesures ont été prises :

Le transport

- Biocarburants : le Diester 30 (issu de la transformation des huiles végétales de colza et de tournesol) a été utilisé en région parisienne par les véhicules Peugeot transportant les invités officiels. En pratique, un véhicule roulant avec 30 % de Diester dans son gazole réduit de près de 25 % ses émissions en gaz à effet de serre.
- TGV : pour assurer les nombreux transports (notamment le transfert des équipes) liés à la compétition sur le territoire français, le Comité d'Organisation a privilégié le rail et l'utilisation du TGV. Résultat ? 1 000 tonnes équivalent CO₂ évitées. Par cette action, la Coupe du Monde de Rugby 2007 (20 nations engagées et près de 2,5 millions de spectateurs venus du monde entier) a également été l'occasion de sensibiliser et d'informer les spectateurs et le public pour leur permettre d'agir concrètement au quotidien en faveur de la protection de l'environnement et du développement durable.

**1 000
TONNES
ÉQUIVALENT
CO₂ ÉVITÉES**

DES PANNEAUX SOLAIRES INSTALLÉS DANS 3 VILLES

- Installation de parcs à vélos aux abords des stades de Marseille, Toulouse et Montpellier.

Maîtrise de l'énergie

- Recherche d'économies d'énergie : réalisation de diagnostics dans la plupart des stades d'accueil visant à mesurer les consommations d'énergie réelle puis à proposer des pistes d'actions concrètes.
- Promotion des énergies renouvelables : réalisation d'études dans le but de produire proprement de l'électricité (panneaux photovoltaïques) ou de la chaleur (panneaux thermiques). Des panneaux solaires ont ainsi été installés à Saint-Etienne, à Montpellier et à Marcoussis.

Prévention de la production de déchets

- Les consommations alimentaires et les documents distribués durant les 45 jours de compétition constituent la principale source de déchets de l'événement. Pour la limiter, des spots de sensibilisation à la prévention des déchets ont été diffusés dans les villes hôtes, une collecte sélective a été organisée et l'utilisation de gobelets réutilisables plutôt que jetables a été mise en place dans certains stades.

Achats responsables

- Principe d'éco-communication : supports édités en nombre limité, intégrant des améliorations environnementales portant sur le choix du papier, des encres et de l'imprimeur.
- Promotion des produits éco-responsables : vente de produits issus du commerce équitable dans certaines buvettes des stades de la compétition.

SIGNATURE D'UNE CHARTE D'ENGAGEMENT DES ÉQUIPES

Information & sensibilisation

- Module de formation sur l'environnement destiné aux acteurs de l'organisation (comité et volontaires).
- « Les Rebonds de la Mémoire » : signature par toutes les délégations d'une charte d'engagement des équipes, portant sur le respect de l'environnement et de l'adversaire.
- Sensibilisation du grand public : déploiement d'une campagne d'affiches humoristiques « Rugby & Environnement » et distribution du « Passeport de l'éco-supporter », apportant des réponses simples aux citoyens pour agir en faveur de la protection de l'environnement.
- Sensibilisation des jeunes générations : diffusion du conte engagé « Terre Ovale » dans plus de 1000 écoles (en partenariat avec l'USEP).

CONTRAINTES RENCONTRÉES

Timing : L'ADEME s'est associée tardivement au projet, seulement un an et demi avant le début de la compétition. L'éco-conception d'un tel événement doit se concevoir et s'organiser bien plus en amont (dès l'annonce de sa sélection !). En revanche, de nombreuses actions ont pu être menées pour réduire les impacts environnementaux de son organisation.

Procédures : la Coupe du Monde de Rugby est un événement très cadré, millimétré. L'intervention sur le volet environnemental n'étant pas prévue dans le cahier des charges de base, il a fallu obtenir des autorisations et des dérogations de la part de la fédération internationale de rugby (IRB).

©ADEME



LES ACTEURS & PARTENAIRES

Acteurs impliqués dans la structure :

- Le commanditaire de l'étude : l'ADEME.
- Les deux membres du groupement solidaire : le Cabinet ESPERE et JDH Consulting.
- Le Comité d'organisation, avec une implication forte de ses directeurs.

Partenaires associés :

- Les villes hôtes.
- Les prestataires et sponsors de l'événement.

UN RÊVE ?

Travailler plus étroitement avec les fédérations sportives nationales et internationales en les accompagnant à intégrer les enjeux de développement durable dans le cahier des charges des grands événements sportifs.

LA TRANSPOSABILITÉ

Tous les organisateurs de manifestations sportives peuvent s'inspirer des actions mises en place lors de la Coupe du Monde 2007. Suite à la tenue de cet événement, l'ADEME s'est par exemple investie en faveur de l'éco-responsabilité du mondial de handball féminin France 2007, du tournoi de Roland-Garros et des Mondiaux de ski de Val d'Isère, en 2009.

EN SAVOIR PLUS SUR LE PROJET

Le programme environnemental de la Coupe du Monde de Rugby France 2007

Passeport de l'éco-supporter

MAIS AUSSI...

Le site de l'ADEME.

CONTACT

Pierre Galio

Responsable pour l'ADEME du programme environnement de la Coupe du Monde de Rugby 2007.

pierre.galio@ademe.fr

Etienne Thobois

Directeur général du comité d'organisation.

Edouard Donnelly

membre du comité d'organisation.

CHÂTEAU BLEU, UN CENTRE AQUATIQUE CHAUFFÉ PAR LES EAUX USÉES

Annemasse Agglo

IMPACT
SUR LE CLIMAT

ATTÉNUATION
ADAPTATION



© ALAIN CUSIN

Entièrement rénové en 2014, le complexe aquatique Château Bleu situé à Annemasse en Haute-Savoie et géré par la communauté d'agglomération d'Annemasse a adopté la technologie «Degrés Bleus» afin de chauffer l'eau de ses bassins. Ce procédé développé par la Lyonnaise des Eaux permet d'utiliser les calories produites par les eaux usées grâce à une pompe à chaleur. Dans un souci de développement durable, d'autres solutions éco-responsables ont été installées, tels qu'un bassin modulable, des capteurs solaires et des cuves de récupération de l'eau de pluie.

Chiffres clés

2 ANS DE TRAVAUX
AVEC L'INTERVENTION DE
80 ENTREPRISES POUR
REMETTRE À NEUF L'ESPACE
AQUATIQUE

1 BASSIN OLYMPIQUE
DE 50 MÈTRES MODULABLE,
ET 1 BASSIN LUDIQUE
DE 25 MÈTRES

350 000 VISITEURS
ATTENDUS CHAQUE ANNÉE

DE 27 À 33 DEGRÉS
POUR LA TEMPÉRATURE
DE L'EAU DES BASSINS

50 000 M3 D'EAU
UTILISÉS PAR AN

OBJECTIFS : BAISSÉ DE 24 %
DE LA CONSOMMATION
D'ÉNERGIE
ET DIMINUTION DE 66 %
DES ÉMISSIONS
DE GAZ À EFFET DE SERRE

60 % DES BESOINS
ÉNERGÉTIQUES DU COMPLEXE
SONT COUVERTS PAR LES
ÉNERGIES RENOUVELABLES

RÉCURRENCE DU DISPOSITIF

Ponctuelle, périodique ou permanente.

THÉMATIQUES ENVIRONNEMENTALES

- Eco-conception et éco-gestion.
- Transport et éco-mobilité.
- Alimentation, consommation/restauration responsable.
- Lutte contre le gaspillage, réduction et valorisation des déchets à la source et tri.
- Efficacité énergétique et / ou recours aux énergies renouvelables.
- Préservation de la biodiversité, matériaux et ressources naturelles.
- Education, sensibilisation et information sur l'environnement.

CIBLES

- Le grand public.
- Les scolaires, clubs et associations.

BÉNÉFICES DU PROJET

- Diminution de la consommation d'énergie du complexe.
- Réduction des émissions de gaz à effet de serre.

FORCES DU PROJET

- Utilisation du réseau d'assainissement comme source d'énergie renouvelable.
- Recours aux ressources locales : le bois des bardages extérieurs est issu du massif alpin.

LE CONTEXTE

En 2009, la ville d'Annemasse (Haute-Savoie) a souhaité, avec l'accord des onze autres communes de l'Agglomération, lancer l'entière réhabilitation de sa piscine datant des années 70. La municipalité, qui a fait du développement durable un axe fort de sa politique, a ainsi intégré à ce nouveau projet une vraie démarche environnementale pour la rénovation d'un bâtiment extrêmement énergivore. Après la phase de conception et de construction, la gestion du centre aquatique inauguré en 2014 a été confiée à Annemasse Agglo. Le centre aquatique comprend un bassin couvert de 50m doté d'un fond modulable et d'un mur mobile. Il est composé aussi d'un bassin ludique, d'une pataugeoire ainsi que d'un espace bien-être comprenant un sauna, un hammam, un jacuzzi et une salle de fitness.

Parmi les différents dispositifs éco-responsables mis en place, le bureau d'étude mandaté a identifié le procédé « Degrés Bleus », proposé par la Lyonnaise des Eaux, comme une solution exemplaire en matière de gestion énergétique. Le principe ? Adopter un chauffage écologique en récupérant la chaleur dégagée par les réseaux d'assainissement.

LE PROJET

Le projet de réhabilitation de la piscine a permis la mise en place de cinq dispositifs en faveur du développement durable :

Le système « Degrés Bleus »

Invisible en surface, inodore et sans danger pour la santé, cette technologie qui permet de chauffer et climatiser différents types de bâtiments consiste à exploiter tout le potentiel calorifique présent dans les canalisations. Les eaux usées qui coulent sous nos pieds dans les réseaux d'assainissement affichent en effet une température moyenne de 11 à 20 degrés toute l'année.

Pour installer le procédé « Degrés bleus », racheté par la Lyonnaise des Eaux à la société suisse Rabtherm en 2007, il est nécessaire que ce système puisse s'appuyer et disposer des eaux usées d'une population équivalente à environ 10 000 habitants. Il s'adapte en outre à des canalisations neuves ou existantes.

ÉNERGIE MOYENNE DE 200 KWH GÉNÉRÉE PAR UNE POMPE À CHALEUR

Le principe : constitué de plaques en inox, l'échangeur permet de transférer les calories des eaux usées au fluide caloporteur qu'il contient. Constitué d'eau glycolée, ce fluide caloporteur circule en boucle fermée de l'intérieur des échangeurs jusqu'à la pompe à chaleur installée dans la chaufferie du bâtiment, elle-même reliée aux circuits de chauffage et/ou d'eau chaude sanitaire du bâtiment. Via une démultiplication des calories, la température de l'eau est alors élevée et rendue exploitable.

La pompe à chaleur du complexe Château Bleu génère actuellement une énergie moyenne de 200 KWh.

Les douches

Sur le même principe que l'exploitation calorifique des eaux usées, des échangeurs ont été installés au niveau des sanitaires pour récupérer la chaleur de l'eau des douches.

L'énergie solaire

Des capteurs solaires thermiques ont été fixés sur le toit du complexe. A l'heure actuelle, il est impossible de mesurer la quantité d'énergie réellement réemployée au sein du bâtiment grâce à ce procédé.

La récupération de l'eau

L'eau de pluie filtrée par le toit végétalisé, et récoltée dans huit cuves de stockage, sert à l'arrosage extérieur et alimente l'eau des toilettes de la piscine.

La modularité

La modularité des bassins (fonds et murs mobiles) permet de pouvoir faire cohabiter tous les publics à l'instant T et de s'adapter à ces différents publics (scolaires, aquaforme, compétition...). Ce principe de fonctionnement unique s'appuie sur l'ensemble des dispositifs décrits ci-dessus permettant les économies d'énergie.

CONTRAINTES RENCONTRÉES

Recul et évaluation : La maîtrise et l'analyse du fonctionnement d'outils comme Degrés Bleus et les capteurs solaires nécessitent un niveau d'expertise très élevé. Après seulement un an d'exploitation, il est encore difficile aux gestionnaires du centre de connaître précisément la quantité d'énergie collectée qui est réellement réemployée dans le système de chauffage, et son taux d'utilisation par rapport aux deux chaudières à gaz.

Budget : L'enveloppe globale de la rénovation de la piscine s'est élevée à 23 millions d'euros. Ce budget comprend une majoration de plus de 10 % par rapport à un budget classique, due à la mise en place de solutions « développement durable » (soit environ 2,5 millions d'euros supplémentaires). Un effort d'investissement que l'équipe souhaite voir petit à petit compensé par les économies d'énergie réalisées.

LES ACTEURS & PARTENAIRES

Acteurs impliqués dans la structure :

- La ville d'Annemasse.
- Annemasse Agglo.

Partenaires associés :

- Le bureau d'études et le cabinet d'architectes impliqués.
- Le Conseil Général de Haute-Savoie et la région Rhône-Alpes.
- L'ADEME.
- La Lyonnaise des Eaux (filiale de Suez Environnement).

UN RÊVE ?

L'ambition du complexe Château Bleu est de parvenir à réduire le déficit d'exploitation. Grâce à l'optimisation des systèmes de chauffage et donc aux économies réalisées, ses gestionnaires espèrent diminuer la facture énergétique du complexe, qui s'avère être le poste de dépenses le plus important d'une piscine.





LA TRANSPOSABILITÉ

Le potentiel de diffusion du procédé de réutilisation de la chaleur des eaux usées apparaît très large et ne se cantonne pas aux piscines. Il s'adapte également à d'autres lieux en ciblant surtout les grands ensembles de bâtiments (écoles, immeubles ... y compris ceux existants déjà) ou les quartiers à forte consommation de chaleur. Ainsi, en 2011, le Palais de l'Elysée a été l'un des premiers

sites à disposer de la technologie «Degrés Bleus». Le bâtiment a vu baisser sa consommation d'énergie fossile de 63 %, évitant ainsi l'émission de 206 tonnes de CO₂ par an. Aujourd'hui, l'hôtel de ville de Valenciennes, l'école Wattignies à Paris ou l'éco-quartier Sainte-Geneviève de Nanterre sont également dotés de ce système.

EN SAVOIR PLUS SUR LE PROJET

Le site du complexe Château Bleu

MAIS AUSSI...

Le système Degrés Bleus

Cahier des charges de l'étude de faisabilité pour la mise en place de pompe(s) à chaleur sur eaux usées, par l'ADEME

CONTACT

Alain Cusin

Directeur du centre aquatique

alain.cusin@annemasse-agglo.fr

LES PNEUS RECYCLÉS ENTRENT EN PISTE

Association Sportive Montferrandaise (ASM)

IMPACT
SUR LE CLIMAT

ATTÉNUATION
ADAPTATION



© ASM

Créée à l'initiative de Marcel Michelin en 1911, l'Association Sportive Montferrandaise (Clermont-Ferrand) dispose depuis 2012 de la première piste d'athlétisme constituée à 100% de granulats issus de pneumatiques usagés. Cette surface inédite, mise au point par les sociétés Aliapur et Technisol, a permis de recycler 9 000 pneus. De quoi donner une seconde vie sportive à ces produits fabriqués par Michelin, dont la Fondation d'Entreprise est mécène de l'association.

Chiffres clés

700 000 EUROS
BUDGET DE L'ÉLABORATION
ET DE L'INSTALLATION
DE LA PISTE

3 900 M² :
SUPERFICIE TOTALE DE
L'ANNEAU DE 400 M

350 M³ :
VOLUME DU BASSIN
DE RÉTENTION RÉCOLTANT
L'EAU DE PLUIE

1 TONNE
DE PNEUMATIQUES USAGÉS =
750 KG DE PÉTROLE
(CONCEPTION + CONSOMMATION CARBURANT)

80 % DES PNEUMATIQUES
SONT VALORISABLES
LORSQUE L'ON CHANGE LES
PNEUS D'UNE VOITURE

40 MILLIONS
DE PNEUMATIQUES USAGÉS
COLLECTÉS ET VALORISÉS
CHAQUE ANNÉE
PAR ALIAPUR EN FRANCE =
+ DE 4 440 PISTES
SEMBLABLES
À CELLE DE L'ASM

RÉCURRENCE DU DISPOSITIF

Ponctuelle périodique ou permanente.

THÉMATIQUES ENVIRONNEMENTALES

- Eco-conception et éco-gestion.
- Transport et éco-mobilité.
- Alimentation, consommation/restauration responsable.
- Lutte contre le gaspillage, réduction et valorisation des déchets à la source et tri.
- Efficacité énergétique et / ou recours aux énergies renouvelables.
- Préservation de la biodiversité, matériaux et ressources naturelles.
- Education, sensibilisation et information sur l'environnement.

CIBLES

- Adhérents sportifs de l'ASM Omnisports.

BÉNÉFICES DU PROJET

- Valorisation de l'équivalent de 9 000 pneus.
- Réutilisation de l'eau de pluie, ré-infiltrée dans le sous-sol et dans les réseaux de récupération d'eau de pluie de la ville.
- Réduction des émissions de gaz à effet de serre.

FORCES DU PROJET

- Innovation française.
- Longévité de la piste, grâce à la nouvelle technologie mise au point.
- Autonomie énergétique du site.
- Préservation de la santé des sportifs.

4 800
LICENCIÉS
25 HECTARES
319 ATHLÈTES

LE CONTEXTE

L'Association Sportive Montferrandaise, comptant 4 800 licenciés, est soutenue financièrement par la fondation d'entreprise Michelin. Appartenant à l'entreprise, ces installations sportives s'étendent sur 25 hectares. Le club, par le biais de sa section athlétisme (319 athlètes), a missionné Michelin en 2011 pour la conception d'une piste d'athlétisme au stade La Gauthière. Le leitmotiv ? Mêler engagement environnemental et innovation technologique. Des valeurs qui font partie de l'ADN de l'association, souhaitant offrir les meilleurs outils sportifs à ses adhérents.

De son côté, Michelin est engagé en faveur de la réduction de l'impact environnemental des pneumatiques à l'échelle nationale et mondiale. En partenariat avec les manufacturiers Bridgestone, Continental, Dunlop Goodyear, Kléber et Pirelli, l'entreprise a contribué en 2003 à la création de la société Aliapur, chargée de la collecte et de la revalorisation des pneus usagés. Jadis enfouis dans les sols, les pneumatiques sont dorénavant valorisés et recyclés à 80 %.

LE PROJET

INAUGURATION
EN 2012
UNE PISTE
UNIQUE AU
MONDE

En 2011, à la demande de Michelin, Aliapur et le fabricant de sols sportifs Technisol ont conduit une étude pour la mise au point d'une matière innovante à partir de pneus usagés. Après un an et demi de recherche, l'Aliagum®Track est né : il s'agit d'un revêtement constitué de granulats de pneus usagés non réutilisables et de liant de polyuréthane. L'enjeu principal était d'identifier la bonne taille de granulats et le bon liant, afin que la piste ne se détériore pas rapidement. D'ordinaire, ce type de sol est en effet exploité en sous-couche, et n'avait jusque là jamais été utilisé comme revêtement à 100 %.

Inaugurée en 2012, cette piste unique au monde se compose donc d'un anneau de 400 m divisé en 6 couloirs sur la ligne droite, d'une demi-lune pour la zone de saut en hauteur ainsi que d'une aire d'élan de saut en longueur et de triple saut.

Prévenir les blessures

Une piste d'athlétisme classique, réalisée en EPDM (éthylène-propylène-diène monomère), est composée au maximum de 20 % d'élastomère, alors que la piste de l'ASM en contient 50 %. L'apport de cette plus forte concentration a une incidence directe sur les performances des équipements et la santé des athlètes. Ce revêtement de 16 mm d'épaisseur

permet en effet une excellente absorption des chocs et une très bonne restitution de l'énergie, ce qui est idéal pour la pratique du sprint comme du fond.

Une audace récompensée

Pour ce projet, Aliapur et Technisol ont remporté le «Trophée Innovations Environnementales» du salon Pneu Expo 2013. Avec la création de cette piste, une nouvelle voie de revalorisation est explorée, dans un contexte de raréfaction des matières premières.

Un bénéfice pour l'environnement

Les 40 tonnes de granulats utilisées pour la piste de l'ASM Omnisports de Clermont-Ferrand représentent une économie cumulée équivalente à :

- la consommation d'énergie annuelle de 589 réfrigérateurs,
- la consommation d'eau annuelle de 83 lave-linge, soit 18 260 cycles de lavage,
- l'émission annuelle de dioxyde de carbone (CO₂) générée par 52 véhicules de tourisme, soit 624 000 km parcourus.

ZONES DE VIGILANCE

- L'incertitude : au lancement du projet, l'ASM redoutait que l'étude ne révèle une impossibilité de réalisation. Après une dizaine de mois de recherche, sa viabilité a été annoncée et la phase opérationnelle a pu être lancée.
- Le prix : comme toute innovation technologique, les prototypes coûtent cher. Dans le cas présent, ce n'était pas un problème insurmontable car la volonté de Michelin était d'œuvrer en faveur du développement durable, quel qu'en soit le prix.
- L'autorisation : en attente de l'homologation de la Fédération Française d'Athlétisme, aucune compétition officielle n'a pu être organisée sur cette piste par l'ASM. Elle est restée un lieu d'entraînement jusqu'à ce que la Commission Sportive d'Organisation de la Fédération Française d'Athlétisme l'homologue pour les compétitions le 8 septembre 2015 suite à la demande faite au début de l'année 2013.

LES ACTEURS & PARTENAIRES

Acteurs impliqués dans la structure :

- Les parties prenantes de l'ASM.

Partenaires associés :

- La Fondation Michelin, mécène principal.
- Michelin, propriétaire du site.
- Aliapur et Technisol.

UN RÊVE ?

Précurseur, l'ASM souhaiterait que d'autres villes s'intéressent à l'Aliagum®Track. Le but ? Que de nombreux équipements sportifs pour les clubs, réalisés à partir de pneus recyclés, voient le jour.

Ce type de sol est recommandé pour les aires de jeux à destination des enfants, que ce soit en plein air, dans les fast-foods ou au sein des grandes surfaces. L'objectif serait que les collectivités territoriales ajoutent des contraintes de réutilisation de pneumatiques dans leurs appels d'offres.

LA TRANSPOSABILITÉ

Dans un futur plus ou moins proche, on peut imaginer la multiplication de pistes d'athlétisme pourvues de ce revêtement novateur, mais aussi l'installation de plateaux sportifs en milieu scolaire. Un projet qui peut

être décliné à l'échelle de la planète, puisque les pneus circulent sur tous les continents. Reste cependant à organiser la collecte de ceux-ci au niveau mondial.



EN SAVOIR PLUS SUR LE PROJET

Communiqué de presse : présentation de la piste
L'expertise d'Aliapur

MAIS AUSSI...

Tout savoir sur les granulats de pneus usagés

CONTACT

Loic Cherel

Communication, marketing et Partenariat

accueil@asm-omnisports.com

www.asm-omnisports.com

MATELO, UN PORTAIL POUR LOUER ET PRÊTER DU MATÉRIEL ÉVÉNEMENTIEL

ATEMIA

IMPACT
SUR LE CLIMAT

ATTÉNUATION
ADAPTATION



© ATEMIA

Avec le soutien de l'ADEME et de la Région Rhône-Alpes, le bureau d'études Atemia a lancé en 2014 la première plateforme en ligne dédiée à la recherche, au référencement et à la mutualisation du matériel événementiel. Sorte de « Le bon coin » de l'événementiel, Matelo s'adresse à l'ensemble des acteurs du secteur, avec pour objectif de faciliter l'organisation de manifestations écoresponsables et d'encourager l'économie circulaire.

Chiffres clés

160 000 EUROS INVESTIS
POUR LA CRÉATION DE LA
PLATEFORME

80 CONNEXIONS PAR JOUR
EN MOYENNE

PLUS DE 390 ANNONCES
ET 150 UTILISATEURS

RÉCURRENCE DU DISPOSITIF

Ponctuelle périodique ou permanente.

THÉMATIQUES ENVIRONNEMENTALES

- Eco-conception et éco-gestion.
- Transport et éco-mobilité.
- Alimentation, consommation/restauration responsable.
- Lutte contre le gaspillage, réduction et valorisation des déchets à la source et tri.
- Efficacité énergétique et / ou recours aux énergies renouvelables.
- Préservation de la biodiversité, matériaux et ressources naturelles.
- Education, sensibilisation et information sur l'environnement.

CIBLES

Les acteurs de la filière « événementiel » : entreprises, collectivités territoriales et associations.

BÉNÉFICES DU PROJET

- Favoriser la réutilisation du matériel événementiel.
- Réduire l'utilisation des matières premières.
- Etre acteur de l'économie circulaire.
- Réduire les émissions de gaz à effet de serre liées au transport (par des locations de proximité et l'optimisation des circuits logistiques).

FORCES DU PROJET

- Augmenter l'intensité d'usage des biens.
- Limiter l'achat de matériel et amortir les frais de son entretien et sa mise aux normes (si applicable).
- Créer de nouvelles ressources via les recettes générées par la mise en location d'équipements sportifs.
- Valoriser des dispositifs existants : stocks de gobelets réutilisables, vaisselle durable, rampe à eau...
- Développer une coopération entre le monde culturel et sportif.
- Créer une dynamique de réseau autour de l'enjeu de la mutualisation du matériel, via un outil concret et pratique.

LE CONTEXTE

La naissance de Matelo résulte de trois constats :

1. Les organisateurs d'événements ont besoin de matériel adapté pour structurer une démarche éco-responsable de qualité, mais cela demande un investissement certain. En effet, comment trier de façon adéquate sans poubelle bi-flux ? Comment réduire l'utilisation de gobelets jetables sans gobelets lavables ? Comment réduire les consommations d'eau sans toilettes sèches ?
2. Les organisateurs éprouvent souvent des difficultés lorsqu'il s'agit d'identifier les typologies et les disponibilités de matériel sur leur territoire. Cette méconnaissance induit des dépenses supplémentaires en location ou en achat, alors que de nombreux équipements adéquats sont probablement disponibles localement.
3. Les organisateurs sont souvent propriétaires d'outils ou de matériel utilisés seulement quelques jours par an, et stockés le reste du temps. Cette faible intensité d'usage peut être transformée en plus value économique ou sociale par le prêt ou la location de ces équipements.

LE PROJET

**LE PORTAIL
FACILITE LA
VISIBILITÉ DU
MATÉRIEL ET
LA MISE EN
RELATION ENTRE
PROPRIÉTAIRES ET
ORGANISATEURS**

Bureau d'études dédié au développement durable des secteurs du tourisme, de l'environnement, et de la culture, Atemia a décidé de concevoir Matelo afin d'apporter une réponse concrète aux organisateurs en matière de recensement et de mutualisation de matériel.

Matelo permet à tous les acteurs de l'événementiel de créer gratuitement un compte, de publier des annonces ou de rechercher du matériel en quelques clics. Chaque utilisateur est libre de prêter ou de louer son équipement selon les conditions logistiques (avec ou sans transport), techniques (avec ou sans montage) et administratives de son choix (avec ou sans caution, uniquement sur son territoire). Le portail facilite ainsi la visibilité du matériel et la mise en relation entre propriétaires et organisateurs, mais Matelo n'est pas partie prenante de l'échange.

Les atouts de Matelo :

- Optimiser les dépenses des organisateurs sur les postes d'achats et/ou de location du matériel.
- Concrétiser et renforcer les démarches d'éco-conception des organisateurs par l'utilisation de matériel adapté et / ou réutilisé (exemple : poubelles de tri).
- Réduire les impacts environnementaux liés aux déplacements et à l'utilisation de ressources naturelles.
- Renforcer les démarches partenariales entre les organisateurs et les filières sur un territoire (croisement des filières sportives, culturelles, professionnelles).

Six principes essentiels facilitent le bon fonctionnement de l'outil :

- Matelo dispose d'un moteur de recherche pour identifier les typologies de matériel et/ou leur disponibilité par territoire.
- Le site est gratuit pour tous les organisateurs d'événements. Des forfaits et abonnements sont également proposés pour une utilisation plus intense de l'outil.
- L'organisateur décide des conditions de mise à disposition (location, prêt, vente).
- L'organisateur est responsable juridiquement et techniquement de son matériel et du matériel emprunté ou loué. Matelo simplifie uniquement la mise en relation.
- La plateforme met à disposition des visiteurs des modèles de convention de prêt ou de location afin de clarifier la relation entre utilisateurs. Avec l'aide de juristes, des modèles d'état des lieux ainsi qu'un tutoriel d'assurance ont été conçus. Ces outils sont téléchargeables depuis le compte des utilisateurs.
- La pertinence de développement durable des échanges est automatiquement évaluée et présentée aux utilisateurs sous la forme d'une « étiquette développement durable ».

CONTRAINTES RENCONTRÉES

- Rayonnement et implication : Le site a besoin de visibilité pour toucher un plus grand nombre d'utilisateurs. Il lui faut atteindre un seuil critique d'annonces sur les territoires locaux pour être attractif, ce qui nécessite une prise en main de l'outil par les utilisateurs et sa diffusion au sein de leurs réseaux respectifs.
- Objectif comptable : Matelo doit générer 15 000 euros par an pour que le projet soit viable (coûts strictement liés au fonctionnement, à l'hébergement, à la modération et à l'animation de base), ce qui explique que différents abonnements soient proposés aux membres souhaitant utiliser plus intensément l'outil.

LES ACTEURS & PARTENAIRES

Acteurs impliqués dans la structure :

Atemia :

- un responsable projet.
- un pôle technique.
- un pôle communication.
- une personne gérant l'administratif.

Partenaires associés :

- l'ADEME (Délégation Rhône-Alpes et Bretagne).
- la Région Rhône-Alpes.

UN RÊVE ?

L'ambition d'Atemia est de créer une communauté d'ambassadeurs et d'utilisateurs de Matelo ; c'est-à-dire un réseau d'acteurs de l'événementiel facilement identifiables et «moteurs» sur l'ensemble des questions de la mutualisation. De plus, le souhait de la société serait de développer la plateforme à l'international, auprès des partenaires et confrères des pays francophones dans un premier temps (Suisse, Québec et Belgique) avant d'envisager un déploiement auprès des pays de l'Union Européenne.

LA TRANSPOSABILITÉ

Matelo est parfaitement déclinable dans l'ensemble des pays dotés d'un tissu d'organisateur et d'acteurs de l'événement. En six mois, le site peut être facilement dupliqué. L'échelle la plus adaptée s'avère



être un développement national, si le territoire possède une très forte densité de matériel. Une fois que plusieurs plateformes nationales seront lancées, un comité international dédié à la mutualisation du matériel événementiel pourrait permettre de partager les expériences entre pays et de valoriser les bonnes pratiques.

EN SAVOIR PLUS SUR LE PROJET

Le site : <https://www.matelo-evenements.org/>

Le dossier de presse 2015

MAIS AUSSI...

E-loue et Zilok, plateformes de location de matériel entre particuliers et professionnels.

ArtStocK, récupération et recyclage de décors, accessoires et équipements scéniques.

CONTACT

Raphaël BOUJU

Directeur Développement

rb@atemia.org

GOBELETS RÉUTILISABLES : UN ENGOUEMENT DURABLE

Ecocup

IMPACT
SUR LE CLIMAT

ATTÉNUATION
ADAPTATION



© ECOUP

Fondée en 2008, Ecocup est un système de gobelets consignés permettant de supprimer les gobelets jetables dans les événements. Ecocup s'est imposé en Europe comme l'entreprise pionnière de la vente et la location de gobelets réutilisables. Inscrit dans une dynamique de développement durable, ce concept vise à alléger l'empreinte écologique des rassemblements sportifs et musicaux. Ainsi, le volume des déchets récoltés sur une manifestation peut être réduit de 80 % grâce à l'abandon des gobelets jetables. Ecocup s'engage auprès de ces acteurs de A à Z, de la fabrication au lavage et au recyclage des gobelets. En 2014, l'entreprise a lavé plus de 43 millions de verres.

Chiffres clés

3 500 ÉVÉNEMENTS
COUVERTS PAR AN, DONT
300 ACCUEILLANT
+ DE 15 000 PERSONNES

43 MILLIONS DE VERRES
LAVÉS PAR AN ET
9,2 MILLIONS DE VERRES
VENDUS PAR AN

DONC AU MINIMUM,
50 MILLIONS DE GOBELETS
JETABLES ÉVITÉS

7,2 MILLIONS D'EUROS
DE CHIFFRE D'AFFAIRES
GÉNÉRÉS EN 2014
PAR LA SOCIÉTÉ

RÉCURRENCE DU DISPOSITIF

Ponctuelle, périodique ou permanente.

THÉMATIQUES ENVIRONNEMENTALES

- Eco-conception et éco-gestion.
- Transport et éco-mobilité.
- Alimentation, consommation/restauration responsable.
- Lutte contre le gaspillage, réduction et valorisation des déchets à la source et tri.
- Efficacité énergétique et / ou recours aux énergies renouvelables.
- Préservation de la biodiversité, matériaux et ressources naturelles.
- Education, sensibilisation et information sur l'environnement.

CIBLES

Événementiel sportif et musical, stades et salles de concert.

BÉNÉFICES DU PROJET

- Réduction de la production de déchets (remplacement des gobelets jetables par des gobelets réutilisables).
- Contribution à la préservation de l'environnement.

FORCES DU PROJET

- Facilitation du tri et du recyclage pendant l'événement.
- Réduction de l'impact écologique du gobelet à toutes les phases de sa vie (lavage et recyclage).
- Incitation à faire évoluer le comportement des utilisateurs en tant que consommateurs.
- Engagement social : Ecocup fait appel à des travailleurs handicapés et en insertion.

3 AMIS RUGBYMEN CRÉENT ECOCUP EN 2005

LE CONTEXTE

S'inspirant d'un concept aperçu en Espagne, trois amis rugbymen créent en 2005 l'association Ecocup. Il s'agit alors de diffuser des gobelets consignés lors de la fête de leur village, Céret, dans les Pyrénées-Orientales. Au départ, leur action était évidemment bénévole et ils lavaient les verres à la main. Pour faire face à l'intérêt grandissant de divers autres événements, l'association prend le statut de SARL en 2008 et développe alors une vision logistique globale. Grâce à un système «clé en main» de livraison, de récupération et de lavage, l'offre de l'entreprise conquiert rapidement de nombreux festivals comme Les Vieilles Charrues ou le Printemps de Bourges, ainsi que des acteurs du sport comme le Stade Toulousain et le tournoi de Roland-Garros. Cette année, Ecocup a même été choisi par les organisateurs de la Coupe du Monde de Rugby, en Angleterre.

LE PROJET

Fabrication, flocage, lavage, séchage, stockage et recyclage...
Ecocup assume entièrement le processus de vie des gobelets :

Conception sur-mesure

CES VERRES FABRIQUÉS EN POLYPROPYLÈNE* PEUVENT RECEVOIR UN LIQUIDE CHAUD OU FROID

Pour plaire au plus grand nombre, Ecocup propose plusieurs types de contenants de 4 à 55 cl, tels que des gobelets, des verres à shooter, des coupes de champagne ou encore des pichets. Ces verres fabriqués en polypropylène (sans bisphénol A) peuvent recevoir un liquide chaud ou froid. Deux types de produits sont disponibles : les verres génériques (translucides, transparents ou colorés) ont pour objectif d'être utilisés d'événement en événement, tandis que les verres personnalisés ont vocation à caractériser une manifestation. Tous types de logos, de dessins ou de photos peuvent alors être apposés sur le gobelet, par impression en quadrichromie ou en sérigraphie. De quoi offrir un réel objet souvenir, ou se servir du verre comme un support publicitaire, contribuant à la visibilité d'un événement ou d'un sponsor.

Caution

Lors des manifestations, l'obtention d'un gobelet par le public fait le plus souvent l'objet d'une consigne de 1 à 2 euros, octroyant ainsi à l'objet une valeur symbolique. Un principe qui responsabilise l'utilisateur. A la fin de l'événement, libre ensuite à ce dernier de rendre son verre pour récupérer sa caution, ou de le conserver.

* (SANS BISPHÉNOL A)

DES GOBELETS
JUSQU'À
100 FOIS
RÉUTILISABLES
ENSUITE,
L'OBJET
A DROIT À UNE
SECONDE VIE

Lavage

Pour être lavé en machine, un verre réutilisable a besoin de 6 à 10 centilitres d'eau. Les produits de lavage utilisés sont à 95 % biodégradables. Afin de réduire sa consommation d'eau, Ecocup a commandité une étude pour connaître la faisabilité de deux options : le lavage en circuit fermé et le traitement de l'eau par des roseaux.

En pratique, l'entreprise propose aux événements majeurs la possibilité de louer des machines de lavage pour les implanter directement sur le lieu de la manifestation. Sinon, elle oriente les organisateurs vers l'une des 4 laveries Ecocup implantées en France. La société favorise l'insertion professionnelle puisqu'elle fait appel, pour le lavage de ces verres, à des travailleurs handicapés issus de plusieurs Etablissements et Services d'Aide par le Travail (ESAT).

Recyclage

Les gobelets sont réutilisables jusqu'à 100 fois. Ensuite, l'objet a droit à une seconde vie. Fondu, il est recyclé en cendrier de plage, en porte-verres ou en grattoir à givre pour voiture. Les seules matières que l'on ne parvient pas encore à recycler sont les encres utilisées pour le flocage. En effet, l'impression du plastique à l'aide d'encres écologiques n'est pas encore possible.

Innovation

En 2016, Ecocup va lancer à échelle industrielle un service de « désimpression » des gobelets afin que les contenants qui ont été personnalisés soient réutilisés et réimprimés pour d'autres événements. En 2014/2015, 300 000 verres ont subi ce traitement en phase de test, avec succès.

Dans la sphère privée

Les particuliers comme les entreprises s'approprient ces gobelets réutilisables. Adultes et enfants les utilisent en vacances, lors de pique-niques ou au camping. Certaines sociétés usent même de ces verres pour remplacer les gobelets jetables des machines à café et fontaines à eau. Une manne à conquérir.

CONTRAINTES RENCONTRÉES

- Scepticisme : une méfiance de certains utilisateurs vis-à-vis du concept est parfois observée. Toutefois, selon Ecocup, les mentalités évoluent de façon certaine. Sur certains événements, le taux de retour des gobelets peut être assez faible. Mais le verre conservé par un spectateur ne se transforme pas forcément en déchet, puisqu'il le réutilise dans sa vie privée. Le taux de retour oscille de 70 à 95 %.
- Budget R&D : les financements pour l'innovation sont souvent difficiles à obtenir.

LES ACTEURS & PARTENAIRES

Acteurs impliqués dans la structure : Ecocup emploie 15 personnes en CDI, 10 personnes en contrat d'insertion, et de nombreux saisonniers sont engagés lors du pic d'activité d'avril à octobre. Ce qui correspond, au total, à 50 emplois en équivalent temps plein annuel.

Partenaires associés : l'ADEME et diverses collectivités territoriales.

UN RÊVE ?

L'ambition première d'Ecocup serait de convaincre les aéroports, les gares, les parcs d'attractions et tous les lieux recevant du public de passer du jetable au réutilisable. Les univers du sport et de la musique ont ouvert le bal, mais de nombreux secteurs d'activités restent à conquérir.

Ensuite, l'entreprise espère que les pouvoirs publics s'engageront à terme en faveur d'une interdiction de l'utilisation des gobelets à usage unique. Autre alternative : une taxe pourrait être mise en place, à l'image des grandes surfaces qui ont œuvré à la suppression des sacs plastiques jetables.

LA TRANSPOSABILITÉ

Le concept s'avère facilement transposable à l'international, dans le même secteur d'activité ou sur d'autres marchés, comme celui de la restauration rapide.

EN SAVOIR PLUS SUR LE PROJET

www.ecocup.fr

La vision d'Ecocup

ET AUSSI...

Les entreprises Ecoverre ou Greencup

CONTACT

Torrent Emmanuel

(Co-gérant) e.torrent@ecocup.fr.

Casellas Flavien

(Co-gérant) fc@ecocup.fr.

Buscato Brice

(Co-gérant) b.buscato@ecocup.fr.



© ECOCUP

ECORIDE, UN LABEL VERT DÉDIÉ AU MONDE DE LA GLISSE

European Surf Industry Manufacturers Association (EuroSIMA)

IMPACT
SUR LE CLIMAT

ATTÉNUATION
ADAPTATION



L'association européenne EuroSIMA, qui fédère les entreprises de la glisse (surf, skate, snowboard...), a lancé en 2010 le label Ecoride, qui s'accompagne d'un programme de soutien et d'accompagnement des entreprises soucieuses de limiter leur impact sur l'environnement. Les participants bénéficient d'une aide complète visant l'amélioration de leur performance en matière de développement durable. L'agence AIR a été mandatée par EuroSIMA pour piloter et animer ce projet.

Chiffres clés

12 PROJETS COLLECTIFS
LANCÉS DEPUIS CINQ ANS

UNE QUINZAINE
D'ENTREPRISES LABELLISÉES
CHAQUE ANNÉE

100 000 EUROS DÉDIÉS AU
CONCOURS D'INNOVATION
ONT DÉJÀ ÉTÉ ATTRIBUÉS,
SOIENT 20 000 EUROS PAR AN

PLUS DE 400 PERSONNES
SENSIBILISÉES AU
DÉVELOPPEMENT
DURABLE DANS LA
FILIÈRE (FORMATIONS,
CONFÉRENCES)

PROJET POLYBAGS :
ÉCONOMIE DE PLUS
DE 600 TONNES
DE PLASTIQUE PAR AN

PROJET RECYCLAGE
EN FIN DE VIE :
RECYCLAGE DE PLUS 20
TONNES DE COMBINAISONS
EN EUROPE ET DON DE 8 000
JEANS AVEC L'OPÉRATION «
GIVE JEANS A CHANCE »

RÉCURRENCE DU DISPOSITIF

Ponctuelle périodique ou permanente.

THÉMATIQUES ENVIRONNEMENTALES

- Eco-conception et éco-gestion.
- Transport et éco-mobilité.
- Alimentation, consommation/restauration responsable.
- Lutte contre le gaspillage, réduction et valorisation des déchets à la source et tri.
- Efficacité énergétique et / ou recours aux énergies renouvelables.
- Préservation de la biodiversité, matériaux et ressources naturelles.
- Education, sensibilisation et information sur l'environnement.

CIBLES

- Les entreprises et les industriels du secteur de la glisse, ainsi que toute sa chaîne de valeur : les clubs, les magasins, les fournisseurs, les fabricants, les médias...
- De façon indirecte : les pratiquants et le grand public.

BÉNÉFICES DU PROJET

- Réduction de la production de déchets et de la consommation d'énergie dans les entreprises et chez les fournisseurs.
- Augmentation des parts d'achats éco-responsables dans la plupart des sociétés.
- Arrêt de l'utilisation de certaines substances préoccupantes dans la fabrication des vêtements (Restricted Substances Lists).
- Réduction des gaz à effet de serre via des plans d'actions issus des « Bilans Carbone » réalisés au sein des entreprises.
- Développement de l'utilisation de fibres recyclées pour les vêtements afin de limiter le recours aux fibres gourmandes en eau.

FORCES DU PROJET

- Eco-conception des produits et services.
- Management : engagement environnemental des marques.
- Labellisation des entreprises qui s'engagent.

LE CONTEXTE

**EUROSIMA
REGROUPE
180 MEMBRES**

Fondée en 1999, l'EuroSIMA regroupe aujourd'hui 180 membres actifs dont 122 marques et 58 prestataires de services, qui ont en commun la passion de la glisse et de ses territoires (la mer, la montagne, la ville). L'association a mis en place, en 2008, une commission développement durable. Ses membres sont invités à y proposer des projets collectifs environnementaux. Chaque année, deux à trois projets sont ainsi mis en œuvre sur des thématiques spécifiques à la filière glisse.

En parallèle de ces travaux, l'association a lancé en 2010 le label Ecoride dans le but de valoriser les entreprises les plus engagées au niveau environnemental et d'aider les autres sociétés à faire le point sur leurs pratiques et obtenir des préconisations d'actions. Tous les ans, une quinzaine d'entreprises sont ainsi évaluées par un jury indépendant, après avoir répondu à un questionnaire de 70 questions réparties en trois grands thèmes. Un diplôme Ecoride Bronze, Silver ou Gold, leur est ensuite décerné si réussite.

LE PROJET

L'EuroSIMA encourage la mutualisation des moyens et des compétences en accompagnant des projets collectifs de Recherche & Développement dans le domaine de l'environnement.

5 exemples d'actions collectives impulsées par l'association :

1. « Polybags »

Projet mené par BIO Intelligence Service et InovEco, qui consiste à étudier et tester le recyclage des sacs de protection en plastique utilisés par l'industrie textile, pour protéger les vêtements entre les usines de fabrication et les points de vente (3 millions d'unités par an).

2. « Ecoride Shape »

La fabrication des planches de surf nécessite l'utilisation de produits pétroliers non renouvelables et engendre des rejets polluants. Des tests d'équipements innovants ainsi qu'un guide technique « Ecoshape » ont été réalisés pour améliorer les conditions de travail des shapers (artisans qui fabriquent ces planches) et ainsi réduire l'impact de cette fabrication sur la santé et sur l'environnement, par la filtration des vapeurs et des poussières par exemple. Un projet mené par l'ARACT (Agence Régionale d'Amélioration des Conditions de Travail) et InovEco.

3. « Recyclage des produits de la filière »

Recyclage des combinaisons

Réalisation d'une étude de faisabilité sur la création d'une filière européenne de recyclage du néoprène entre les principaux fabricants de combinaisons de surf européens et le principal fournisseur de néoprène au monde.

Recyclage des planches de surf

L'EuroSIMA est partenaire du projet Resurf Europe concernant le recyclage des planches de surf. Des points de collecte ont été mis en place pour récupérer les planches cassées. L'agence AIR s'occupe de l'étape de délamination qui consiste à récupérer le noyau recyclable en polystyrène. Une éco-contribution sera mise en place en 2016 pour financer le développement de cette filière de recyclage.

4. « Eco-événements »

Accompagnement et formation par InovEco des organisateurs d'événements de la filière glisse (concerts, compétitions, festivals) vers une démarche éco-responsable.

5. « Ecoles de surf durables »

Formation et accompagnement des clubs et écoles de surf sur la thématique du développement durable pour sensibiliser les pratiquants (près de 300 000 personnes suivent un stage de surf chaque année en France). Une action menée par SurfConseil et l'EuroSIMA.

Bonnes pratiques d'entreprises labellisées ECORIDE en 2015 :

BIC SPORT

- Système de management environnemental certifié ISO 14001.
- R&D sur le recyclage des chutes de production afin de limiter les déchets.

**CHAQUE
ANNÉE PRÈS
DE 300 000
PERSONNES
SUIVENT UN
STAGE DE SURF**

NOTOX

- Développement d'une méthode de fabrication de planches éco-conçues (matières premières renouvelables, application sous vide, solvants végétaux...).

PETZL

- Mise en place de plusieurs Analyses de Cycle de Vie des produits.
- Présence d'un responsable développement durable en interne, qui forme tous les salariés.

VÖLKL

- Première usine de fabrication de skis certifiée ISO 50001 pour la gestion de l'énergie.
- Recyclage de l'eau en circuit fermé lors du processus de fabrication des skis.

VOLCOM

- Audits sociaux et environnementaux des sous-traitants.
- Campagne européenne « Give Jeans A Chance » pour la collecte et la redistribution de jeans aux plus démunis.

CONTRAINTES RENCONTRÉES

- Contraintes techniques et financières : pour chaque projet, la solution parfaite ne s'impose généralement pas dès le début. Cela demande donc de mettre en œuvre des études supplémentaires en R&D.
- Organisation : les membres de l'EuroSIMA sont nombreux, avec des attentes différentes. Cela induit un travail d'écoute et de coordination au niveau de chaque structure, afin de satisfaire le plus grand nombre.

LES ACTEURS & PARTENAIRES

- Acteurs impliqués dans la structure : le conseil d'administration de l'EuroSIMA composé de dirigeants de la filière glisse.
- Partenaires associés : les institutions et les collectivités présentes au comité de pilotage des projets de l'EuroSIMA.



UN RÊVE ?

Créer une communauté Ecoride mondiale pour toutes les entreprises de la glisse et de l'outdoor s'impose comme l'une des ambitions premières de l'association. L'idée est aussi de développer le label Ecoride pour les stations balnéaires, les stations de ski et les villes afin de valoriser et impliquer les collectivités dans le respect de l'environnement et l'intégration de la glisse sur leur territoire. Enfin, la création d'une boutique en ligne et d'un magasin physique Ecoride pensé comme un laboratoire permettrait de préciser les attentes et la vision des consommateurs.

LA TRANSPOSABILITÉ

La démarche a déjà été dupliquée avec succès au niveau de l'association Outdoor Sports Valley, qui fédère les entreprises du secteur de l'outdoor (sports d'extérieur) en Europe.

EN SAVOIR PLUS SUR LE PROJET

Le site de l'EuroSIMA Ecoride Resurf

MAIS AUSSI

L'association jumelle aux Etats-Unis : SIMA

CONTACT

Christophe SEILLER

(EuroSIMA Cluster)

info@eurosima.com

www.eurosima.com

L'ECOTRAIL DE PARIS, UNE COURSE ENTRE VILLE ET NATURE

IMPACT
SUR LE CLIMAT
• ATTÉNUATION
ADAPTATION



© SANDRINE GUYOT

Depuis 2008, l'EcoTrail de Paris Ile-de-France® réunit les amateurs de course à pied et de marche nordique autour d'épreuves « nature » en milieu urbain. Au delà d'un simple rendez-vous sportif, cet événement porte l'ambition de s'engager concrètement en faveur du développement durable. Un laboratoire qui invente, innove et expérimente les solutions d'éco-conception de demain. Les objectifs ? Mettre en valeur le territoire, rendre accessible le sport pour tous et faire évoluer les pratiques du secteur événementiel.

Chiffres clés

12 000 PARTICIPANTS
EN 2015 (DONT 75,8 %
RÉSIDENT EN ILE-DE-FRANCE)

570 BÉNÉVOLES
DONT 130 SIGNALEURS

70 ÉCO-ACTEURS IMPLIQUÉS

22 PARTENAIRES
ÉCO-ACTEURS

20 000 Gobelets Ecocup
DISTRIBUÉS ET PRÈS
DE 16 000 RÉCUPÉRÉS

700 KG DE BIODÉCHETS TRIÉS
PAR LES ÉCO-ACTEURS PUIS
COLLECTÉS ET VALORISÉS PAR
MOULINOT

440 KG DE DÉCHETS
RECYCLABLES (PLASTIQUES,
CANETTES, CARTONS)

960 KG DE DÉCHETS DE TYPE
ORDURES MÉNAGÈRES

RÉCURRENCE DU DISPOSITIF

Ponctuelle périodique ou permanente.

THÉMATIQUES ENVIRONNEMENTALES

- Eco-conception et éco-gestion.
- Transport et éco-mobilité.
- Alimentation, consommation/restauration responsable.
- Lutte contre le gaspillage, réduction et valorisation des déchets à la source et tri.
- Efficacité énergétique et / ou recours aux énergies renouvelables.
- Préservation de la biodiversité, matériaux et ressources naturelles.
- Education, sensibilisation et information sur l'environnement.

CIBLES

- Coureurs, spectateurs et locaux.

BÉNÉFICES DU PROJET

- Découverte pour les institutionnels, en grandeur nature, d'actions éco-responsables dans le secteur du sport.
- Développement de partenariats avec divers acteurs économiques pour agir sur le volet environnemental de la manifestation.

FORCES DU PROJET

- Engagement dans une démarche d'amélioration continue.
- Partage d'expériences et mise en relation d'acteurs éco-responsables.
- Mise en place pour la Région Ile-de-France d'un laboratoire d'actions éco-responsables innovantes dans le sport, reconnues par la profession et le grand public.
- Restauration de la biodiversité.

LE CONTEXTE

Ouverte à tous les pratiquants, quel que soit leur niveau, l'EcoTrail de Paris est une manifestation sportive qui se compose de plusieurs courses parcourant des espaces urbains et naturels du sud-ouest de la capitale. Les épreuves se déroulent à 90 % sur des sentiers et chemins de nature. Sa 8e édition, qui s'est déroulée du 20 au 22 mars 2015, était composée d'une course ascensionnelle (La Verticale de la Tour Eiffel), de 4 trails de 18 à 80 km, d'épreuves de marche nordique et de randonnées. Cette année, les 12 000 inscrits étaient âgés de 9 à 89 ans, parmi lesquels 29,3 % de femmes et 8,5 % de coureurs étrangers. L'événement a rapidement pris son envol puisqu'en 2008, pour la première édition de l'EcoTrail, seulement 815 participants s'étaient alignés au départ.

LE PROJET

Actions et objectifs de la manifestation structurés autour de six axes :

1. Mobilité

Pour encourager la mobilité « douce », limiter les émissions de gaz à effet de serre et faire évoluer les pratiques, les organisateurs proposent :

- des tickets de transport à l'inscription afin d'inciter à l'utilisation des transports en commun ;
- des navettes routières et fluviales mises à disposition des coureurs pour rallier les différents sites.

En 2015, 31,8 % des coureurs ont utilisé les transports en commun pour se rendre aux différents départs des épreuves, 18,5 % sont venus en covoiturage et 17,6 % en train.

2. Patrimoine culturel et naturel

L'objectif de l'événement est de faire découvrir des sites naturels, de promouvoir la biodiversité locale et de veiller à leur préservation. Dans cette perspective, l'EcoTrail a initié diverses actions au fil des ans :

- Réhabilitation de deux étangs, l'un en forêt de Versailles, l'autre en forêt de Meudon. Pour cela, 7 500 euros ont été prélevés sur les droits d'inscription du trail de 80 km ;

- Plantation de tilleuls dans les jardins du Château de Versailles ;
- Végétalisation de la zone d'arrivée ;
- Limitation du nombre de coureurs pour une meilleure appréciation de l'événement et un meilleur respect des sentiers naturels (3 000 coureurs maximum par course).

3. Prévention et sensibilisation

Afin d'éduquer à l'environnement et à la solidarité, les organisateurs ont mis en place :

- Une charte éthique composée de 10 éco-gestes, à destination des participants.
- Des opérations de sensibilisation par les éco-acteurs et éco-partenaires.
- Une campagne spécifique « Le climat change, changeons le climat » à l'occasion de la COP21, autour de 2 opérations : « forêt propre » et « zéro déchet perdu ».

4. Restauration

En 2015, 6 000 repas ont été distribués le samedi et 3 000 le dimanche. Pour éviter le gaspillage et favoriser les savoir-faire régionaux, plusieurs actions sont menées :

- Obliger les prestataires à limiter les choix de menus.
- Les inciter à constituer une offre bio, de saison et locale.
- Valoriser les bio-déchets.

Il reste encore aux organisateurs à limiter les repas industriels pour favoriser davantage le « fait maison » et l'agriculture locale avec une offre économiquement viable.

5. Eau, déchets et énergie

L'EcoTrail applique la logique de l'économie circulaire et entend limiter la consommation d'eau et d'énergie sur les courses :

- Echange et récupération de matériaux (bois, poubelles, signalétique).
- Citernes à eau avec rampes de distribution sur les différents sites, ce qui a permis d'économiser 12 000 bouteilles d'eau (partenariat avec Eau de Paris et le Sedif).
- Mise à disposition de toilettes sèches.
- Récupération par diverses associations des biodéchets, des bouteilles plastique et des surplus alimentaires.

6. Santé et solidarité

Afin de promouvoir le « sport santé » pour tous et de soutenir le secteur associatif, les organisateurs s'engagent :

- Séances d'entraînement organisées tout au long de l'année, conseils prodigués ;
- Quatre disciplines sportives différentes, de la marche à la course, pour une meilleure accessibilité ;
- La FDJ fait courir des jeunes en difficulté sur le 18 km ;
- Trois associations soutenues : Les Apprentis d'Auteuil, Le Rire Médecin et Africa Run.

CONTRAINTES RENCONTRÉES

Finances : le budget réduit de la manifestation ne permet pas de développer ou d'initier autant d'initiatives éco-responsables qu'il serait souhaité.

Convaincre : il est encore difficile de persuader certains bénévoles seniors, à la conscience écologique moins présente, d'appliquer de nouveaux principes d'organisation en faveur du développement durable. L'objectif ? Faire évoluer leurs habitudes.

Logistique : la multitude de zones de départs (13 sites en 2015), de ravitaillements et d'arrivées complexifie la logistique et augmente la prise de transports.

LES ACTEURS & PARTENAIRES

Acteurs impliqués dans la structure :

- 23 adhérents de l'association « Les Trailers de Paris-Ile de France » (17 hommes, 6 femmes), organisatrice de l'événement.
- 570 bénévoles.
- 100 salariés des prestataires externes intervenant sur la manifestation.

Partenaires associés :

- Acteurs institutionnels.
- Eco-partenaires (WWF, Eau de Paris, La Chaîne du Cœur, Etape Bio, Lemon Tri...).



© SANDRINE GUYOT

UN RÊVE ?

En vue d'une incitation encore plus grande à la mobilité douce, les organisateurs de l'EcoTrail souhaiteraient pouvoir proposer, notamment aux provinciaux et étrangers, un accès libre aux transports en commun pendant la durée de l'événement. De même, leur volonté serait de pouvoir offrir des visites de sites touristiques aux participants.

LA TRANSPOSABILITÉ

Depuis 2012, le concept s'est étendu à la ville de Bruxelles. En 2015, Oslo et Funchal (Madère) ont accueilli leur premier EcoTrail (www.ecotrail-events.com). Plusieurs autres destinations sont à l'étude.

D'autre part, les principes éco-responsables mis en place peuvent être appliqués à de nombreux événements sportifs.

EN SAVOIR PLUS SUR LE PROJET

Les engagements de l'EcoTrail.

POUR ALLER PLUS LOIN

- Le Pandathlon.
- La grille d'éco-conditionnalité des événements sportifs.

CONTACT

Sandrine Guyot

Responsable développement durable de l'EcoTrail de Paris

sguyot@ecotrailorga.fr

www.traildeparis.com

PLONGÉE : FAVORISER LA CONNAISSANCE ET LA PROTECTION DES FONDS MARINS

Fédération Française d'Etudes et de Sports Sous-Marins (FFESSM)

IMPACT
SUR LE CLIMAT

ATTÉNUATION
ADAPTATION



© DANIEL BLIN_FFESSM

La Fédération Française d'Etudes et de Sports Sous-Marins (FFESSM) a mis en place ces dernières années une série d'actions en faveur de la connaissance des écosystèmes et de la protection de la biodiversité de l'environnement subaquatique. Dans ce cadre, elle a initié deux outils de recensement des espèces issus des sciences participatives, appelés BioObs et DORIS. La Fédération a également conçu le label Ecosub® afin de valoriser l'engagement de ses comités et centres de plongée éco-responsables.

Chiffres clés

150 000 LICENCIÉS
EN FRANCE
ET 100 000 AUTRES TYPES
DE PARTICIPATION

2 500 CLUBS ET STRUCTURES
PROFESSIONNELLES DE
PLONGÉE

+ DE 70 000 BREVETS
DÉLIVRÉS PAR AN

1245 FICHES ESPÈCES
ET 20 000 PHOTOS PUBLIÉES
SUR L'OUTIL EN LIGNE DORIS
(DONNÉES D'OBSERVATION
POUR LA RECONNAISSANCE
ET L'IDENTIFICATION DE
LA FAUNE ET DE LA FLORE
SUBAQUATIQUES)

80 000 OBSERVATIONS
D'ESPÈCES ENREGISTRÉES
SUR 1145 SITES SUR
L'OUTIL BIOOBS (BASE
POUR L'INVENTAIRE
DES OBSERVATIONS
SUBAQUATIQUES)

RÉCURRENCE DU DISPOSITIF

✓ Ponctuelle ✓ périodique ou ✓ permanente.

THÉMATIQUES ENVIRONNEMENTALES

- ✓ Eco-conception et éco-gestion.
- ✓ Transport et éco-mobilité.
- ✓ Alimentation, consommation/restauration responsable.
- ✓ Lutte contre le gaspillage, réduction et valorisation des déchets à la source et tri.
- Efficacité énergétique et / ou recours aux énergies renouvelables.
- ✓ Préservation de la biodiversité, matériaux et ressources naturelles.
- ✓ Education, sensibilisation et information sur l'environnement.

CIBLES

- Plongeurs, licenciés, structures et clubs de plongée.

BÉNÉFICES DU PROJET

- Incitation à la préservation des fonds marins.
- Réduction de l'empreinte carbone des centres de plongée.
- Sensibilisation aux éco-gestes pour limiter l'impact des activités.

FORCES DU PROJET

- Approfondissement de la connaissance de l'environnement subaquatique et veille écologique.
- Intégration d'un projet fédéral dans une réelle stratégie collaborative.
- Responsabilisation des pratiquants.

28 STRUCTURES LABELLISÉES EN 2015

LE CONTEXTE

Fondée en 1948, la FFESSM regroupe diverses activités subaquatiques comme la plongée en bouteille, l'apnée, le hockey subaquatique ou la pêche sous-marine. Engagée en faveur d'une pratique « propre » de la plongée, la fédération a publié son premier guide pour le développement durable en 2011 et a lancé dès 2004, DORIS, un premier outil de sciences participatives. De plus, un salarié a été embauché exclusivement sur cette thématique, afin que le message politique soit décliné en actions concrètes et transmis aux clubs. Les projets mis en place concernent aussi bien l'environnement marin que celui de l'eau douce (lacs et rivières). Enfin, en 2014, le label Ecosub® a été créé pour souligner les engagements des clubs et comités en faveur d'activités subaquatiques responsables, sur le plan environnemental, social ou citoyen. En 2015, la Fédération a déjà décerné ce label à 28 de ses structures (clubs, ligues, comités régionaux et départementaux, structures commerciales affiliées et bases fédérales).

LE PROJET

Pour structurer la démarche éco-responsable de la Fédération, « Dix engagements de la FFESSM pour le développement durable » ont été répertoriés.

1. Rendre les activités subaquatiques accessibles au plus grand nombre

- Favoriser le lien social.
- Encourager l'égalité homme/femme.
- Intégrer et faire participer les personnes en situation de handicap.
- Développer les activités auprès des jeunes...

2. Adopter des pratiques éco-responsables

- Economiser l'eau potable, en incitant les clubs à s'équiper de bacs de récupération d'eau de pluie.
- Appliquer le tri sélectif.
- Favoriser le covoiturage...

3. Sensibiliser et impliquer dans la démarche de développement durable les clubs, les licenciés, les publics et les partenaires

- Encourager les organisateurs de manifestations sportives à mettre en place des actions éco-responsables : le CNOSF (Comité National Olympique et Sportif Français) a notamment attribué cette année le label national «Développement Durable, le Sport s'engage®» au Championnat du Monde d'Apnée en Piscine (Mulhouse), ainsi qu'aux Championnats de France des activités subaquatiques (Chartres).
- Inciter les clubs à participer à des bourses d'échanges subaquatiques, car il n'existe pas pour le moment de filière de recyclage des combinaisons de plongée.
- Projet de charte éco-responsable pour le siège fédéral (gestion des lumières, tri sélectif, papier recyclé, encres végétales...).

4. Mettre en place des actions de sensibilisation autour de la santé et de la sécurité des pratiquants

- Informer sur les bénéfices du sport.
- Lutter contre le dopage.
- Transmettre les consignes élémentaires de sécurité...

5. Promouvoir les valeurs du sport

- Prôner le respect des règles, le respect des autres, le fair-play et l'éthique.

6. Initier des actions d'éducation à l'environnement et au développement durable

- Structurer et promouvoir la randonnée subaquatique.
- Sensibiliser le public à la fragilité des sites naturels en mer et en eaux intérieures (expositions, journées de ramassage de déchets, colloques ...).

7. Valoriser le rôle central du bénévole

- Mettre en place des actions de valorisation de leur participation dans la vie des structures.

**BIOOBS, BASE
DE DONNÉES
EN LIGNE
REGROUPE LES
OBSERVATIONS
SUBAQUATIQUES
DES PLONGEURS**

8. Contribuer à la connaissance des écosystèmes et à la veille écologique

- Participer à l'outil collaboratif d'identification de la faune et la flore, baptisé DORIS.

Ce projet collaboratif entre des plongeurs biologistes et pratiquants de la photographie subaquatique a démarré en 2004 et se présente comme une encyclopédie en ligne répertoriant ces espèces subaquatiques.

- Enrichir l'outil BioObs.

Lancée en 2011, cette base de données en ligne contribue à l'inventaire des observations subaquatiques faites par les plongeurs (lors d'une plongée, les pratiquants peuvent transmettre des informations géolocalisées sur la faune et la flore). Les données sont validées par la FFESSM, et transmises au Muséum national d'Histoire naturelle, qui peut alors les inscrire à l'Inventaire national du patrimoine naturel (INPN).

- Mettre en place des formations à la biologie subaquatique (1250 stagiaires/an).
- Installer des plaquettes immergeables d'identification de la flore et de la faune sous-marine.

9. S'inscrire dans les démarches de concertation pour un usage durable de l'espace subaquatique

- Participer aux instances de gestion des espaces protégés (Natura 2000, parcs naturels marins ...).

10. Contribuer à la préservation des sites naturels en mer et en eaux intérieures

- Former les plongeurs à la préservation de l'environnement.
- Diffuser les bonnes pratiques subaquatiques : les éco-gestes du plongeur.
- Favoriser les mouillages «doux» et organiser une gestion raisonnée de la fréquentation des sites.

CONTRAINTE RENCONTRÉES

- Ressources : La FFESSM manque de moyens humains et financiers pour être présente sur tous les fronts, devenus nombreux depuis la multiplication des instances de gestion des fonds marins.



© PIERRE MARTIN - RAZI_FFESSM

LES ACTEURS & PARTENAIRES

Acteurs impliqués dans la structure :

- Les élus du conseil d'administration national (un vice-président délégué au développement durable).
- La direction de la FFESSM.
- Un salarié dédié au développement durable.
- Les différents comités (régionaux, départementaux, clubs) relais sur le terrain.

Partenaires associés :

- L'Agence des Aires marines protégées.
- Le Muséum national d'Histoire naturelle.
- L'Union Internationale de Conservation de la Nature (UICN).
- Des associations comme Surfrider Foundation ou encore Longitude 181.

UN RÊVE ?

La FFESSM rêve que l'espace subaquatique en eau douce et en mer puisse rester un milieu naturel riche et préservé, accessible aux pratiques sportives et à la découverte, un milieu dans lequel l'homme a sa place mais où il ne laisserait aucune empreinte sur l'environnement.

LA TRANSPOSABILITÉ

Le projet de la FFESSM est déclinable :

- En interne, auprès des structures locales qui sont incitées à déployer localement la politique de la fédération, afin que chaque plongeur soit sensibilisé à la connaissance et à la protection du milieu subaquatique. Les expériences locales sont valorisées via le site internet et la newsletter.
- En externe, par la diffusion des bonnes pratiques de la FFESSM dans le cadre des réunions d'échanges avec d'autres fédérations sportives et lors de colloques ou de salons.

© PIERRE MARTIN - RAZI_FFESSM



EN SAVOIR PLUS SUR LE PROJET

10 engagements de la FFESSM pour le développement durable

Les éco-gestes du plongeur responsable

Le Guide de la FFESSM pour le Développement Durable

L'Outil DORIS

L'Outil BioObs

MAIS AUSSI...

Le Label Ecosub

CONTACT

Julie Tinetti

Coordination technique : jtinetti@ffessm.fr

Sylvie Gauchet

Elue référente : sgauchet@ffessm.fr

Site internet : www.ffessm.fr



© PIERRE MARTIN - RAZI_FFESSM

TENNIS : DES ACTIONS POUR RÉDUIRE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL

Fédération Française de Tennis (FFT)

IMPACT
SUR LE CLIMAT

ATTÉNUATION
ADAPTATION



© FFT

Initiée en 2008 par la signature d'une charte d'engagement environnemental avec le Ministère en charge du développement durable et l'ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie), la politique éco-responsable de la Fédération Française de Tennis se traduit aujourd'hui par l'évaluation et la minimisation de l'impact environnemental de chaque activité. Une stratégie qui concerne en premier lieu le tournoi de Roland-Garros, vitrine française du tennis, mais aussi le siège de la fédération et les ligues régionales.

Chiffres clés

ROLAND-GARROS

428 TONNES DE DÉCHETS PRODUITS
LORS DU TOURNOI EN 2015, DONT 119
TONNES RECYCLÉES

+ 6.2 % DU PUBLIC (DE 54.9 À 61.1
%) VENANT EN TRANSPORTS EN
COMMUN, EN CINQ ANS

17.4 % DU PUBLIC VENANT EN
VOITURE PERSONNELLE (DE 38 % À
20.6 %) EN CINQ ANS (2.4 PERSONNES
EN MOYENNE PAR VÉHICULE)

+ 6.7% DU PUBLIC VENANT EN MODE
DE TRANSPORTS DOUX (À PIEDS OU À
VÉLO) EN CINQ ANS (DE 4.3% À 11%)

20 000 REPAS REDISTRIBUÉS
À DES ASSOCIATIONS EN 2015,
GRÂCE À LA LUTTE CONTRE LE
GASPILLAGE ALIMENTAIRE INITIÉE
PAR L'ASSOCIATION LE CHÂINON
MANQUANT

4 RUCHES INSTALLÉES À L'ANNÉE SUR
LE STADE ET UNE RUCHE SCULPTURE
MONUMENTALE INSTALLÉE LORS
DU TOURNOI DE ROLAND-GARROS
ABRITANT 80 000 ABEILLES POUR
SENSIBILISER LES SPECTATEURS, À
L'INITIATIVE D'ENGIE

RÉCURRENCE DU DISPOSITIF

Ponctuelle périodique ou permanente.

THÉMATIQUES ENVIRONNEMENTALES

- Eco-conception et éco-gestion.
- Transport et éco-mobilité.
- Alimentation, consommation/restauration responsable.
- Lutte contre le gaspillage, réduction et valorisation des déchets à la source et tri.
- Efficacité énergétique et / ou recours aux énergies renouvelables.
- Préservation de la biodiversité, matériaux et ressources naturelles.
- Education, sensibilisation et information sur l'environnement.

CIBLES

- Les parties prenantes d'un tournoi : services déconcentrés, arbitres, médias, joueurs, hôtesse d'accueil.
- Les spectateurs.
- Les licenciés et pratiquants.
- Les collaborateurs du siège de la FFT.

BÉNÉFICES DU PROJET

- Réduction des émissions de gaz à effet de serre et diminution du recours aux énergies.
- Certification ISO 20121 du tournoi de Roland-Garros : démarche d'amélioration continue.
- Evolution des modes de transport du public.
- Augmentation d'année en année de la proportion de déchets triés pendant l'événement.

FFT
1 085 380
LICENCIÉS
EN 2014,
RÉPARTIS DANS
7 950 CLUBS

1,5 MILLION
DE BALLE
DE TENNIS
COLLECTÉES
EN 2015,
VIA L'OPÉRATION
BALLE JAUNE

18 %
D'IMPRESSIONS
EFFECTUÉES AU
SIÈGE (PAPIER
RECYCLÉ OU ISSU
DE FORÊTS GÉRÉES
DURABLEMENT)

FORCES DU PROJET

- Approfondissement de la connaissance de l'environnement subaquatique et veille écologique.
- Intégration d'un projet fédéral dans une réelle stratégie collaborative.
- Responsabilisation des pratiquants.

LE CONTEXTE

La politique de développement durable de la Fédération Française de Tennis est passée en quelques années d'un engagement environnemental à un engagement sociétal. Validée par le comité directeur de la FFT en janvier 2014, cette nouvelle stratégie est déployée dans les ligues par un réseau national de référents sociétaux.

Le tournoi de Roland-Garros étant l'événement le plus impactant, il sert de vitrine aux initiatives mises en place par la fédération. Ainsi, deux Bilans Carbone® de l'événement ont été réalisés en 2008 et 2013, permettant de révéler que 90 % des émissions de gaz à effet de serre étaient dues aux transports du public. De ce constat est né l'un des axes majeurs de la stratégie fédérale, à savoir la sensibilisation des spectateurs vis-à-vis de leurs déplacements. Afin de concrétiser ses efforts, la FFT a obtenu en 2014 la certification ISO 20121 du tournoi de Roland-Garros, lui faisant acquérir une certaine légitimité. Le but étant aussi de convaincre de nouveaux partenaires de s'engager dans une démarche éco-responsable et de s'investir en ce sens autour de l'événement. Enfin, par la création d'un poste à plein temps consacré à l'enjeu global de la responsabilité sociétale, la FFT entend marquer sa volonté d'œuvrer pour un tennis durable.

LE PROJET

La stratégie de la FFT repose sur une série d'actions visant à réduire son impact aux différents niveaux de la structure fédérale, dans le cadre de la vie du siège, dans les clubs et sur les grands événements. Les objectifs portant particulièrement sur la thématique environnementale sont les suivants :

- Concevoir les produits et acheter de manière responsable.
- Optimiser la consommation des ressources et valoriser les déchets.

- Réduire l'impact environnemental des transports.

Les actions

Un siège et des ligues éco-responsables.

Au niveau du siège, la fédération réduit son impact environnemental en diminuant sa consommation d'eau, d'énergie et de papier. Pour encourager l'organisation d'événements responsables, la FFT a décliné une grille d'éco-conditionnalités dédiée aux compétitions de tennis et diffusée à toutes les ligues.

Transport

Concernant Roland-Garros, une diversité d'actions est mise en place à destination du public et des joueurs :

- Collaboration avec la RATP pour proposer davantage de rames de métro pendant le tournoi.
- Navettes qui facilitent l'acheminement du public depuis toutes les stations de transports en commun.
- 60 % des véhicules officiels (Peugeot) sont peu polluants (1% de véhicules électriques, 10 % de véhicules hybrides, 49% de véhicules dotés de la motorisation e-Hdi), et leurs chauffeurs sont formés à l'éco-conduite.

**226 000 LITRES
D'EAU ET
5 000 KM
DE TRAJET
ÉCONOMISÉS
EN 2015 GRÂCE
À L'OUVERTURE
D'UNE STATION DE
LAVAGE SANS EAU
PRÈS DU STADE**

- En 2015, l'ouverture d'une station de lavage sans eau à proximité du stade a permis d'économiser 226 000 litres d'eau et 5 000 km de trajet. Peugeot finance le personnel de la station et la FFT fournit les structures pour stocker les produits.
- Volonté de mettre en place un système de géolocalisation des flottes, qui permettrait d'optimiser les déplacements en identifiant la voiture à appeler pour aller chercher un joueur en fonction de sa position en temps réel. Un moyen de limiter les kilomètres parcourus, et donc la consommation de carburant et l'émission de gaz à effet de serre. Un test a été effectué en ce sens en 2015.
- Mise en ligne d'un éco-comparateur sur le site de la billetterie de Roland-Garros.
- Site de covoiturage développé en collaboration avec BlaBlaCar.
- Mise à disposition du staff FFT d'une station solaire de vélos à assistance électrique.

Déchets

Selon les Bilans Carbone® réalisés, les déchets constituent le second poste le plus important en matière de pollution lors du tournoi. En collaboration avec Sita, un système de tri sélectif a été mis en place en 2010, afin de valoriser les déchets recyclables.

**30 ESPACES
DE JEU RÉALISÉS
ET OFFERTS À DES
STRUCTURES À
VOCATION SOCIALE
ET SOLIDAIRE**

Parallèlement, l'usage de gobelets réutilisables Ecocup permet d'éviter la production d'environ deux tonnes de verres en carton. Enfin, deux observateurs du tri rapportent les comportements des prestataires, pour tenter d'améliorer le dispositif dans les coulisses du stade.

Evènements en lien avec la COP21

En vue de la Conférence sur le Climat de Paris, la FFT a piloté ou accompagné trois projets en 2015 :

- Un pavillon développement durable installé sur le Champ de Mars durant Roland-Garros, pour sensibiliser le public au changement climatique.
- Une conférence-débat organisée pendant le tournoi sur le thème du développement durable des grands événements sportifs.
- Une exposition itinérante sur le recyclage du matériel sportif, accueillie en premier lieu à Roland-Garros.

Recyclage

Menée depuis 2008, l'Opération Balle Jaune permet de collecter et de recycler les balles de tennis usagées. Après broyage des balles, les granulats de caoutchouc ainsi extraits contribuent à la fabrication de sols sportifs. A ce jour, une trentaine d'espaces de jeu ont été réalisés et offerts à des structures à vocation sociale et solidaire. En 2015, huit nouvelles surfaces devraient voir le jour.

CONTRAINTES RENCONTRÉES

- Agenda : de très nombreux acteurs sont parties prenantes du tournoi de Roland-Garros. Faute de temps, il est souvent difficile de réunir et d'évaluer tous les partenaires sur le thème de l'éco-responsabilité.
- Frein : La FFT n'a pas la possibilité de mettre en place des voitures électriques afin de transporter les joueurs pendant le tournoi, car les modèles développés par Peugeot sur ce créneau sont trop petits pour le transport des joueurs et des accompagnants.

LES ACTEURS & PARTENAIRES

Acteurs impliqués dans la structure :

- Deux salariés spécialisés et 15 référents développement durable au sein des différentes directions de la FFT.



Partenaires associés :

- Partenaires (ENGIE, Eco-emballages, Peugeot, RATP, JCDecaux, COVED, Babolat).
- Collectivités territoriales.

UN RÊVE ?

L'ambition de la FFT est de progresser constamment et de parvenir à répondre à tous les objectifs de la certification de Roland-Garros, mais aussi de pouvoir évaluer tous les prestataires, notamment sur le volet restauration. Enfin, la FFT souhaiterait favoriser les échanges concernant les bonnes pratiques avec les autres tournois du Grand Chelem.

LA TRANSPOSABILITÉ

La démarche est applicable à tous les événements organisés par la FFT et déclinable aux niveaux régional et local.

EN SAVOIR PLUS SUR LE PROJET

La FFT et le développement durable

La FFT et le covoiturage

MAIS AUSSI...

L'Opération Balle Jaune

CONTACT

Viviane Fraisse

Chef de projet responsabilité sociétale

vgrouadenez@fft.fr

LE CYCLE DE L'EAU EXPLIQUÉ À TOUS

Du Flocon à la Vague

IMPACT
SUR LE CLIMAT

ATTÉNUATION
ADAPTATION



© DU FLOCON À LA VAGUE

Initiée en 2009 par l'organisation d'une aventure sportive, l'association Du Flocon à la Vague a pour ambition de créer une chaîne de solidarité pour la protection de l'eau, en s'inscrivant dans une démarche éco-citoyenne. Son constat ? Les leviers pour réduire la surconsommation et la pollution de l'eau sont liés essentiellement à des impacts non visibles (alimentation, transports, textile). Du Flocon à la Vague dispense des formations aux professionnels et sensibilise petits et grands au respect de l'environnement, notamment grâce au programme Water Responsible.

Chiffres clés

10 000 ÉLÈVES SENSIBILISÉS
PAR L'ASSOCIATION
DANS LE GRAND SUD-OUEST
(PLUS DE 1200 ÉLÈVES
PENDANT LA COP21)

4 150 LITRES D'EAU UTILISÉS
PAR JOUR ET PAR INDIVIDU

4 000 LITRES D'EAU =
200 GRAMMES DE POLLUTION

BAISSE DU RECOURS À L'EAU
DE 60 % SI LA DURÉE DE VIE
DES OBJETS ÉTAIT DOUBLÉE

1 DEGRÉ DE PLUS
SUR TERRE = 7 FOIS PLUS
D'EAU DANS L'ATMOSPHÈRE,
CE QUI AUGMENTE LES STRESS
HYDRIQUES ET LE RISQUE
DE TEMPÊTE

RÉCURRENCE DU DISPOSITIF

Ponctuelle périodique ou permanente.

THÉMATIQUES ENVIRONNEMENTALES

- Eco-conception et éco-gestion.
- Transport et éco-mobilité.
- Alimentation, consommation/restauration responsable.
- Lutte contre le gaspillage, réduction et valorisation des déchets à la source et tri.
- Efficacité énergétique et / ou recours aux énergies renouvelables.
- Préservation de la biodiversité, matériaux et ressources naturelles.
- Education, sensibilisation et information sur l'environnement.

CIBLES

- Les enfants (les sensibiliser est le meilleur moyen de toucher les parents).
- Les formateurs et les animateurs, via des formations professionnelles.

BÉNÉFICES DU PROJET

- Mise en avant des consommations visibles et cachées de l'eau dans notre quotidien.
- Sensibilisation adaptée des enfants en coopération avec des sportifs professionnels.
- Education à l'eau intégrée dans certains modules de formation des professionnels du sport.

FORCES DU PROJET

- Utilisation du cycle de l'eau comme base de la sensibilisation du public au réchauffement climatique.
- Auto-évaluation de l'impact environnemental via l'outil « Empreinte H₂O ».

**150 LITRES
D'EAU VISIBLE
+ 4 000 LITRES
D'EAU NON
VISIBLE PAR JOUR
= CONSOMMATION
QUOTIDIENNE
D'UN FRANÇAIS**

LE CONTEXTE

L'activité de l'association a débuté en 2009 par l'organisation de l'aventure sportive « l'Odyssée du Flocon à Vague », dont le but est de sensibiliser les participants à la préservation du cycle de l'eau. Le positionnement stratégique de cette association consiste à affirmer que la réduction de la consommation d'eau lors des gestes du quotidien a un impact trop limité. Un Français va par exemple utiliser 150 litres d'eau visible quotidiennement (toilettes, vaisselle, douche), alors qu'il consomme virtuellement plus de 4 000 litres d'eau non visible par jour pour la fabrication de ses biens de consommation (alimentation, transport, textile, matériel technologique). Pour éveiller les consciences, Du Flocon à la Vague a mis sur pied divers programmes et outils pédagogiques. L'association peut compter sur plus de 150 ambassadeurs, dont les sportifs Bixente Lizarazu et Mathieu Crépel, qui mettent chaque année leur notoriété à son service.

LE PROJET

Du Flocon à la Vague déploie de nombreuses actions, aux portées différentes :

1. Projet « Water Responsable »

Elaboré en partenariat avec l'Agence de l'Eau Adour-Garonne, ce programme porte l'ambition d'éduquer adultes et enfants à la préservation des ressources naturelles. Du Flocon à la Vague traite ainsi la thématique du cycle de l'eau via l'éducation à l'environnement. Au terme d'une journée de sensibilisation, les enfants font valider leurs éco-gestes par les sportifs faisant partie de la « water brigade ». L'association intervient dans les classes, pendant le temps périscolaire, via le service civique, mais aussi au sein d'entreprises ou de collectivités.

Outils pédagogiques :

- « Water Game » : ce jeu centré sur l'utilisation de l'eau au domicile est mis à disposition des classes sous forme de mallettes pédagogiques. Il est également décliné en format géant pour les événements.
- « La Cosmétique Responsable » : Construit en partenariat avec la marque de soins EQ Evoa, cet outil permet aux enfants de déchiffrer par le jeu les compositions chimiques des crèmes solaires (filtres solaires, conservateurs, gélifiants...) et de comprendre qu'une alternative naturelle existe pour chacun des ingrédients.

2. L'Odyssée

Cette aventure humaine annuelle, qui a duré 10 jours en 2015, se décompose en plusieurs étapes parcourues par des spécialistes de l'eau, des sportifs et des journalistes, à la rencontre du grand public et des élus locaux. L'objectif ? Etablir un état des lieux et témoigner de l'influence de l'homme sur le cycle de l'eau. Mais aussi encourager la diffusion des bonnes pratiques et mettre en place, à terme, des critères pour la création d'un label devenant la référence dans toutes les communes de France quant aux rapports entre l'homme et l'eau.

3. S-Eau-S : « Sport – EAU – Santé »

En partenariat avec le Ministère des Sports, l'UCPA et l'Agence de l'eau, Du Flocon à la Vague organise des événements sportifs grand public et s'appuie sur les valeurs fédératrices et universelles du sport pour faire passer son message au plus grand nombre.

4. Formation

Devenu organisme de formation en 2015, Du Flocon à la Vague s'adresse aux professionnels du sport, notamment dans le cadre de la formation de moniteurs de surf. Elle destine également son offre de formation à un plus large public, grâce à des outils « open source » (donc gratuits).

5. Application Empreinte H2O : « Mon impact sur l'eau »

En croisant deux bases de données mondiales d'analyse du cycle de vie des produits de notre quotidien, Water foot print® et Eco invent®, Du Flocon à la Vague a créé l'application Empreinte H2O. Conçu grâce à l'expertise de l'APESA (centre technologique en Environnement et maîtrise des risques), cet outil pédagogique d'évaluation de l'influence individuelle sur l'eau est disponible gratuitement, via un site web dédié et sur smartphone.

6 Développement du projet « Bilan H2O® »

L'association participe à la mise au point d'un outil permettant de déterminer l'impact sur l'eau des organisations (entreprises et entités publiques). Ce calcul s'effectue en prenant en compte l'eau du territoire sur lequel est implantée l'organisation et l'eau virtuelle, sur le plan de la consommation et de la pollution.

7 Guide Eco-Event

Cet outil méthodologique favorise le pilotage et l'organisation d'événements éco-responsables. Il permet de définir les axes prioritaires qui permettent d'agir sur les postes ayant le plus d'impact sur l'eau.

CONTRAINTES RENCONTRÉES

- Budget et rayonnement : il s'avère compliqué pour l'association de trouver des financements, ainsi que des relais via des partenaires nationaux, en plus des partenaires locaux.

LES ACTEURS & PARTENAIRES

Acteurs impliqués dans la structure :

Le bureau et le conseil d'administration composé de champions sportifs et d'acteurs de la protection de l'eau. L'exécutif composé d'une dizaine d'indépendants, qui travaillent chacun sur des projets spécifiques.

Partenaires associés :

- Une vingtaine d'ONG partenaires dont la Fondation Nicolas Hulot et Surfrider Foundation.
- Agences de l'eau.
- Conseils Régionaux et Généraux, collectivités locales.
- Partenaires privés tels que Suez Environnement ou EQ Evoa.

UN RÊVE ?

L'ambition première de l'association serait de développer l'activité formation en traduisant les outils et guides dans plusieurs langues, notamment les MOOC (cours en ligne) spécifiques aux problématiques de l'eau. Enfin, créer l'outil équivalent du Bilan Carbone® appliqué à l'eau s'impose comme le rêve ultime de l'association.

LA TRANSPOSABILITÉ

La diffusion des programmes de l'association est infinie, car Du Flocon à la Vague diffuse ses outils pédagogiques librement.



EN SAVOIR PLUS SUR LE PROJET

Programme Water Responsable

Les outils Du Flocon à la Vague (S-EAU-S, Water Game...)

L'Odyssée

MAIS AUSSI

Calculer son empreinte H2O

CONTACT

Renaud HERMEN

Responsable : Education - Formation - R&D

renaud.hermen@dufloconalavague.org

www.dufloconalavague.org

GOLF NATIONAL : ENCOURAGER LA BIODIVERSITÉ

FF Golf

IMPACT
SUR LE CLIMAT

ATTÉNUATION
ADAPTATION



© JACQUES-YVES GUCIA

Convaincue de l'intérêt environnemental d'un golf en matière de biodiversité, en particulier dans les milieux urbains, la Fédération française de golf a signé dès 2007 une convention avec le Muséum National d'Histoire Naturelle (MNHN). Un inventaire exhaustif de la faune et de la flore du Golf National de Saint-Quentin-en-Yvelines (78) a ainsi été réalisé. D'autres actions vont être menées sur cet espace de 138 hectares, dans la perspective de l'organisation de la Ryder Cup, en 2018. L'objectif ? Favoriser le développement de la biodiversité, réduire la consommation d'eau du site, développer les qualités intrinsèques du golf et améliorer les conditions d'accueil des spectateurs. La ffgolf entend s'appuyer sur les démarches éco-responsables entreprises au Golf National pour convaincre les golfs français d'engager des démarches semblables.

Chiffres clés

DU GOLF NATIONAL

3 PARCOURS DE GOLF
(2 X 18 TROUS + 9 TROUS)

OUVERTS À TOUS
LES LICENCIÉS

1 PÔLE FORMATION

2 200 LICENCES EN 2014

1 OPEN DE FRANCE CHAQUE
ANNÉE SUR LE PARCOURS DE
COMPÉTITION : L'ALBATROS

Chiffres clés

DU GOLF EN FRANCE

4^E FÉDÉRATION DE SPORT
INDIVIDUEL OLYMPIQUE

408 388 LICENCIÉ(E)S EN 2014

25 LIGUES RÉGIONALES ET 79
COMITÉS DÉPARTEMENTAUX

713 ÉQUIPEMENTS GOLFIQUES
(FRANCE MÉTROPOLE)

1917 ASSOCIATIONS SPORTIVES
DONT 887 ASSOCIATIONS
D'ENTREPRISE

RÉCURRENCE DU DISPOSITIF

Ponctuelle périodique ou permanente.

THÉMATIQUES ENVIRONNEMENTALES

- Eco-conception et éco-gestion.
- Transport et éco-mobilité.
- Alimentation, consommation/restauration responsable.
- Lutte contre le gaspillage, réduction et valorisation des déchets à la source et tri.
- Efficacité énergétique et / ou recours aux énergies renouvelables.
- Préservation de la biodiversité, matériaux et ressources naturelles.
- Education, sensibilisation et information sur l'environnement.

CIBLES

- Les golfeurs occasionnels et licenciés.
- Le public.
- les gestionnaires de golf (effet d'exemplarité).

BÉNÉFICES DU PROJET

- Recensement des espèces végétales et animales présentes sur le Golf National.
- Mise en place d'un plan d'action visant à favoriser l'épanouissement de la biodiversité du site.
- Amélioration de la gestion de l'eau et réduction des consommations.

FORCES DU PROJET

- Labellisation Golf Environment Organization (GEO) du Golf National.
- Sensibilisation à la problématique du développement durable à destination des golfs français, via l'exemple de l'équipement fédéral.

**LES CHIFFRES DE LA
BIODIVERSITÉ DU GOLF
NATIONAL :**

**782 ESPÈCES
FAUNISTIQUES
ET FLORISTIQUES
RECENSÉES.**

**40 HECTARES
(30 % DU SITE)
CONSACRÉS À L'HABITAT
NATUREL FAVORISÉ
PAR L'EXTENSION
DU ROUGH NATUREL.**

**5,2 HECTARES
COUVERTS DE BOSQUETS
ET DE HAIES.**

**86 ESPÈCES DE LICHENS
RECENSÉES.**

**14 ESPÈCES DE
MAMMIFÈRES
OBSERVÉES (LAPINS,
CHAUVE-SOURIS,
MUSARAIGNES...).**

**UNE CINQUANTAINE DE
RUCHES INSTALLÉES SUR
LE SITE ET ENTOURÉES
DE FLEURS SAUVAGES
(EN PARTENARIAT AVEC
L'ORGANISME MUGGO).**

LE CONTEXTE

Inauguré en 1990 à Guyancourt (78), le Golf National est entouré de zones urbaines, de champs cultivés et de la forêt de Port-Royal. Entre ville nouvelle et cultures intensives, ce site au paysage vallonné joue un rôle de refuge pour certaines espèces. Après avoir organisé la signature de la Charte sur l'Eau en 2006 - visant à réduire la consommation des golfs en eau de 30 % -, le Golf National a réitéré son engagement en faveur de l'environnement au côté de la ffgolf en 2007, lorsque cette dernière a signé un partenariat avec le Muséum National d'Histoire Naturelle. L'objet de cette convention était de réaliser un inventaire de la faune et de la flore le plus exhaustif possible. Le partenariat avec le Muséum sera reconduit en 2016 (jusqu'en 2019), afin de mener de nouvelles études et d'opérer un suivi régulier, dépassant le cadre d'un simple inventaire.

LE PROJET

Le premier inventaire

L'étude conduite en 2009 sur le site du Golf National a révélé que celui-ci servait de niche et de réservoir à de nombreuses espèces. Ainsi, c'est près de 70 espèces d'oiseaux, 20 de mammifères et de poissons et plus de 267 catégories de végétaux, toutes strates confondues, qui animent les 138 hectares de ce stade de golf.

Si 95 % des espèces sont communes, des espèces remarquables ou rares dans la région y ont élu domicile. C'est le cas des plantes nommées *Raiponce en épi*, *Fumeterre grimpante* et *Epiaire d'Allemagne*. La présence du papillon *Thymelicus lineola* O. est elle aussi remarquable, puisque cette espèce passait pour éteinte dans la région, il y a quelques années.

Le Muséum National d'Histoire Naturelle a émis des recommandations pour leur préservation, ce qui a conduit le personnel du golf à modifier ses habitudes d'entretien et à remodeler certains espaces paysagers. Parmi ces actions, on peut citer :

- Le fauchage tardif pour laisser aux espèces végétales le temps de fructifier ;
- La création de sites de compost ;
- L'abandon du débroussaillage dans les zones boisées.

A noter qu'un guide agrémenté de visuels a été publié suite à l'inventaire pour sensibiliser les golfeurs.

**INSTALLATION
D'ARROSEURS
COURTE-PORTÉE ET
D'HUMIDIMÈTRES
POUR UN MEILLEUR
PILOTAGE DES
APPORTS D'EAU**

Gestion de l'eau

Le Golf National consomme environ 100 000 m³ d'eau par an (chiffre 2012), puisée directement par forage sur la nappe de Fontainebleau pour irriguer ses trois parcours. La part d'eau pluviale entrant dans la consommation du golf varie selon la météo et s'avère difficile à estimer puisque ces eaux se mélangent. Pour réduire sa consommation, le système d'irrigation des trois parcours est entièrement rénové et modernisé. Des arroseurs courte-portée et sectorisés, ainsi que des humidimètres ont été installés afin de permettre un meilleur pilotage des apports d'eau. De plus, les fairways (étendues d'herbe rase reliant le départ au green) ne sont plus arrosés en dehors de l'Open de France.

Au niveau national, selon le premier rapport quinquennal sur la ressource en eau de la fédération, 90% des golfs français ont recours à une eau impropre à la consommation humaine pour l'arrosage des parcours. Leur consommation annuelle d'eau entre 2006 et 2010 a réduit de 14,1 % pour atteindre un volume annuel moyen de 25 000 m³ par an et par tranche de 9 trous. Ce rapport a également permis de mettre en évidence l'influence prépondérante du facteur météo sur les consommations, qui peuvent varier de 1 à 10 selon la région d'implantation d'un golf.

Travaux au Golf National

Afin d'accueillir au mieux l'événement mondial que constitue la Ryder Cup, en 2018, le site fédéral subit une phase de travaux de huit mois qui devrait s'achever au printemps 2016 :

- Un nouveau système d'irrigation de 40 kilomètres de tuyau d'arrosage et de 1 500 arroseurs ;
- Un nouveau réseau de drainage du parcours de l'Albatros ;
- Trois nouveaux bassins tampons sont en cours d'installation pour gérer les eaux pluviales collectées par le réseau de drainage : ainsi, les plans d'eau passeront de 4,9 à 6,2 hectares sur le site contribuant à créer de nouveaux habitats pour la biodiversité ;
- La création de zones d'hospitalité et la rénovation du réseau de routes pour la logistique événementielle en vue de la Ryder Cup.

Afin de limiter les répercussions possiblement néfastes de ces modifications du paysage sur la vie des espèces, le Golf National a mandaté le MNHN afin d'étudier la résilience du site après les travaux. Le Muséum interviendra aussi à l'issue de la compétition, qui devrait attirer jusqu'à 70 000 spectateurs par jour pendant les trois jours de compétition. Un inventaire actualisé sera dressé et des zones à sanctuariser seront sans doute établies.

**SIGNATURE
D'UNE CHARTE
D'ENGAGEMENT
DES ÉQUIPES**

Cette approche doit permettre de favoriser la remise en état du site ainsi que d'augmenter son potentiel d'accueil et la réappropriation des espaces naturels par la biodiversité.

Labellisation GEO

Le Golf National a obtenu la certification GEO (Golf Environment Organization) en juin 2014, un label européen qui promeut une démarche qualité dans la gestion de l'eau, de l'énergie, de la biodiversité et de la responsabilité sociale des golfs. Cette certification, revue tous les 3 ans, inclut par exemple les critères d'évaluation suivants : la capacité à trier les déchets, celle à mener une politique d'achat éthique et environnementale établie ou encore celle à faire un usage mesuré des fertilisants et pesticides (tous les critères dans ce document).

La labellisation GEO faisant partie du cahier des charges de la Ryder Cup, elle a été préférée au label français Ecocert. Cette labellisation GEO est en effet, selon la ffgolf, moins contraignante à coordonner qu'Ecocert, puisqu'il s'agit davantage d'encourager une démarche d'amélioration que de valider des objectifs chiffrés.

Conclure un partenariat national

En parallèle du partenariat entre le Golf National et le MNHN, la Fédération mettra en place à partir de 2016 une convention de portée nationale, qui permettra de constituer une base d'informations participative concernant la biodiversité au sein des golfs français (audits de golfs représentatifs des paysages, mise en place d'un label national, développement d'outils et de services pour les clubs, formation...).

Un guide national

Un « guide de gestion environnementale des espaces golfiques » réalisé avec le concours financier de trois agences de l'eau sera publié au printemps 2016. Cet outil incitatif a pour ambition de promouvoir les bonnes pratiques de gestion générale des golfs et d'offrir un accompagnement ciblé pour les structures qui le souhaitent. Le Muséum National d'Histoire Naturelle est en charge du volet du guide traitant de la biodiversité.

CONTRAINTES RENCONTRÉES

Consommation d'eau : le Golf National pourrait idéalement ne plus recourir aux prélèvements d'eau, en couvrant ses besoins uniquement grâce à la récupération des eaux pluviales. Hélas, malgré les travaux entrepris pour se rapprocher de cet idéal, ce projet s'avère

techniquement compliqué. En effet, l'ouvrage de rétention des eaux pluviales nécessaire pour assurer les besoins d'arrosage du site et pour dépendre uniquement de la pluviométrie implique de modifier le dessin de 2 des 3 parcours et représente un investissement financier significatif au regard des travaux prioritaires actuellement en cours de réalisation.



LES ACTEURS & PARTENAIRES

Acteurs impliqués dans la structure :

- Deux référents permanents sur la thématique développement durable au sein de la fédération.
- Une commission environnement composée de dix membres.
- Le personnel en charge de l'entretien du Golf National.

Partenaires associés :

- Le Muséum National d'Histoire Naturelle.
- Les Agences de l'eau.
- Les Ministères concernés (Sport, Environnement et Agriculture).
- Les organisations représentatives du golf en France (association des directeurs de golf, association des intendants de terrain, groupement des golfs commerciaux, groupement des golfs associatifs).
- Les instances européennes du golf (The Royal & Ancient, The European Tour – Ryder Cup Committee).

UN RÊVE ?

Après la Ryder Cup en 2018, le Golf National espère accueillir l'épreuve olympique de golf si Paris est choisie comme ville hôte des Jeux Olympiques en 2024. Le Golf National pourra capitaliser sur l'héritage de la Ryder Cup, sur l'expérience en matière d'accueil et d'organisation de grand événement golfique et sur des infrastructures modernisées de grande qualité. Réponse en 2017 !

LA TRANSPOSABILITÉ

Les actions entreprises au Golf National peuvent être transposées, toute proportion gardée, à tous les golfs français et étrangers. Sur le plan national, la diffusion des bonnes pratiques va contribuer à la mise en place de projets favorisant la biodiversité, la préservation de l'eau et le développement durable en général.



EN SAVOIR PLUS SUR LE PROJET

Le site de la ffgolf

L'inventaire réalisé par le MNHN : Golf National, Naturellement

MAIS AUSSI

Fiche détaillée du Golf National sur le site de GEO.

CONTACT

Thomas Charrier

Chargé de mission équipements et environnement, ffgolf

thomas.charrier@ffgolf.org

LE BOIS, MATIÈRE PREMIÈRE D'OBJETS SPORTIFS IN'BÔ

IMPACT
SUR LE CLIMAT

ATTÉNUATION
ADAPTATION



© IN'BÔ

In'Bô, c'est l'histoire de cinq ingénieurs réunis sur les bancs de l'école autour de deux passions : le travail du bois et les sports outdoor. En 2013, le quintet a développé sa propre marque au sein d'un atelier vosgien où le concept d'innovation made in France trouve tout son sens. Vélos, lunettes, planches à roulettes... Ces produits manufacturés à forte valeur ajoutée sont principalement constitués de bambou, de hêtre ou de fibres de lin, favorisant les ressources locales. De quoi conjuguer design et développement durable.

Chiffres clés

60 000 EUROS
DE FINANCEMENT
PARTICIPATIF OBTENU,
AU LIEU DES **9 000 EUROS**
D'OBJECTIF INITIAL

320 000 EUROS
DE CHIFFRE D'AFFAIRES
CIBLÉ POUR 2016

50 % DU TEMPS DE TRAVAIL
DES CINQ INGÉNIEURS EST
CONSACRÉ À LA FABRICATION
DES OBJETS, LE RESTE
EST ALLOUÉ À LA GESTION
GLOBALE DE L'ENTREPRISE

UNE QUARANTAINE
DE REVENEURS
DISTRIBUENT IN'BÔ EN FRANCE
(SURF SHOPS, SKATE SHOPS,
OPTICIENS)

RÉCURRENCE DU DISPOSITIF

Ponctuelle périodique ou permanente.

THÉMATIQUES ENVIRONNEMENTALES

- Eco-conception et éco-gestion.
- Transport et éco-mobilité.
- Alimentation, consommation/restauration responsable.
- Lutte contre le gaspillage, réduction et valorisation des déchets à la source et tri.
- Efficacité énergétique et / ou recours aux énergies renouvelables.
- Préservation de la biodiversité, matériaux et ressources naturelles.
- Education, sensibilisation et information sur l'environnement.

CIBLES

Le grand public et les amateurs de sports d'extérieur.

BÉNÉFICES DU PROJET

- Baisse des déplacements grâce aux circuits courts, donc limitation d'émissions de gaz à effet de serre.
- Relance de la dynamique économique locale grâce aux artisans partenaires pour l'assemblage des pièces.
- Recours aux achats éco-responsables (colle et résine à 50 % bio-sourcées).

FORCES DU PROJET

- Projet à échelle humaine et à fort potentiel environnemental, via l'éco-conception.
- Choix de bois PEFC ou FSC (issus de forêts gérées durablement).
- Mise en avant de la fabrication française.

LE CONTEXTE

Fédérés autour d'une même passion pour le sport et la glisse, cinq étudiants ingénieurs de l'École Nationale Supérieure des Technologies et Industries du Bois (ENSTIB), située à Epinal dans les Vosges, ont lancé le projet In'Bô avant même la fin de leur cursus, en 2013. Deux des fondateurs ont alors choisi d'effectuer un stage en création d'entreprise afin de structurer l'émergence de la griffe. Souhaitant promouvoir l'entrepreneuriat en milieu rural, le Pôle d'Excellence Rurale «Terre de Hêtre» a fait entrer In'Bô dans la couveuse d'entreprise Pacelor. Cet accompagnement a pour but de tester la viabilité du projet. Enfin, un bâtiment est mis à leur disposition pour démarrer l'activité, de même qu'un accès au parc machine de l'ENSTIB.

**1 700 PAIRES
DE LUNETTES,
300
LONGBOARDS
ET 10 VÉLOS**

Signe de l'engouement grandissant du public, In'Bô - qui signifie « en forêt » en patois vosgien -, a récolté 60 000 euros via le site de crowdfunding Ulule en 2014. Un financement qui a permis à ses concepteurs d'acquérir des machines-outils, de lancer la production de leurs trois premiers produits et développer leur propre e-shop. Actuellement, In'Bô fabrique à la main et commercialise des longboards (planche à roulettes), des lunettes et des vélos en bambou. Mais la griffe teste déjà la conception de skis et de planches de surf en bois. L'objectif ? Développer une large gamme de produits de la filière de glisse et ainsi industrialiser la fabrication d'articles de sport en bois.

Pour sortir de la couveuse d'entreprise à l'horizon 2016, les fondateurs de la marque se sont fixés l'objectif de réaliser un chiffre d'affaires de 140 000 euros en 2015, puis de 320 000 euros l'année suivante. Pour y parvenir, ils ciblent la vente de 1 700 paires de lunettes, 300 longboards et 10 vélos sur la période 2015/2016.

LE PROJET

Eco-conception

Toutes les étapes de conception et de fabrication des produits sont effectuées au sein de l'atelier d'In'Bô ou dans des entreprises partenaires locales. L'équipe souhaiterait à terme automatiser la production des planches grâce à des machines industrielles permettant de les produire dans des délais réduits.

DES MATIÈRES 100% FRANÇAISES

Depuis la coupe du bois jusqu'aux finitions des produits, In'Bô s'engage à utiliser des matières premières 100 % françaises :

- Le bois de hêtre est issu des Vosges (bio et local).
- Les bambous proviennent d'Anduze (Gard).
- La fibre de lin est récoltée en Normandie.
- Les verres solaires sont fabriqués et issus du Jura.

A noter que quelques pièces techniques comme la roue, le guidon ou le truck proviennent de l'étranger, puisqu'aucune fabrication de ces produits n'existe en France.

L'offre de produits

Lunettes

- L'offre se répartit en deux catégories : les solaires et les montures optiques. Techniquement, les lunettes sont constituées de neuf feuilles de bois croisées afin d'assurer une meilleure résistance. Elles sont fabriquées entièrement à la main. In'Bô propose trois formes de monture, disponibles en deux tailles et quatre essences de bois (noyer, chêne, frêne et merisier). Chaque paire est vendue avec un étui en cuir, manufacturé par un artisan local.
- Le prix de ce produit est fixé à 190 euros. La cible ? Les 20-40 ans ayant un fort intérêt pour l'esthétisme des accessoires optiques, avec des moyens financiers certains.

Longboards

- Le cœur des planches est constitué de sept plis de hêtre renforcés avec de la fibre de lin, et encollés avec une résine époxy à 55 % bio-sourcée¹. Le longboard est flexible et robuste. Sur le dessus, deux motifs de marqueterie sont disponibles, mêlant différentes essences de bois. Le dessous est quant à lui plaqué avec une feuille de bois précieux.
- La cible client de cette planche à roulettes affichée à 340 euros ? Les trentenaires appréciant les longboards haut de gamme très travaillés et uniques, utilisés pour les déplacements quotidiens ou les balades.

Vélos

- Le cadre de chaque vélo est conçu en bambou et fibre de lin, ce qui lui confère rigidité et confort : le bambou ne se déforme pas, mais les fibres absorbent les vibrations. Des tests ont été réalisés au plus haut niveau avec le concours de Thibaut Lhenry, coureur cycliste semi-professionnel. En 2014, ses victoires lors de compétitions internationales de vélo à pignon fixe ont renforcé la performance et la fiabilité de ce produit.
- Le prix d'un vélo oscille entre 4 500 euros (pignon fixe) et 6 500 euros (vélo de route). Les sportifs semi-professionnels ou amateurs, amoureux des beaux objets durables, constituent la cible de ce produit inédit.

RÉSINE ÉPOXY À 55 % BIO-SOURCÉE*

* Les résines époxy sont des polymères thermodurcissables utilisés pour des applications variées comme les peintures et les revêtements, les produits pour la marine, les composants électroniques et les matériaux composites. Une résine bio-sourcée inclut des ingrédients d'origine végétale comme l'huile de lin, en complément des composants issus de la pétrochimie.

CONTRAINTE RENCONTRÉES

- **Convaincre** : sans relâche, l'équipe d'In'Bô est amenée à devoir certifier à ses interlocuteurs la valeur et la technicité de ses produits.
- **Visibilité** : le manque de notoriété demeure un frein à l'expansion rapide de la société. In'Bô travaille sur des opérations permettant de se faire connaître et de démontrer la durabilité de ses projets.

LES ACTEURS & PARTENAIRES

- **Acteurs impliqués dans la structure** : cinq ingénieurs à la tête de l'entreprise.
- **Partenaires associés** : le Pôle d'Excellence Rurale, la couveuse Pacelor et la « Communauté de communes de la Vôge vers les Rives de la Moselle » (C2VRM).

UN RÊVE ?

Par la suite, les membres d'In'Bô ambitionnent d'élargir leur offre, mais surtout d'être considérés comme de véritables références de l'équipement sportif en bois. Déjà sollicités pour leur expertise en la matière, ces entrepreneurs souhaiteraient intensifier leur activité de bureau d'études mais aussi de sous-traitant.



LA TRANSPOSABILITÉ

Travailler avec des matières premières au niveau local est accessible à de nombreux projets de création d'entreprise ou de petites industries. Cela peut concerner la filière bois, mais aussi d'autres secteurs s'appuyant sur des ressources naturelles.

EN SAVOIR PLUS SUR LE PROJET

www.inbo.fr

MAIS AUSSI...

Les exploits de Thibaud Lhenry, au guidon d'un vélo In'Bô.

CONTACT

Aurèle Charlet, *co-fondateur*
aurele@inbo.fr

UN FLOCON VERT POUR LABELLISER LES STATIONS DE MONTAGNE MOUNTAIN RIDERS

IMPACT
SUR LE CLIMAT
ATTÉNUATION
ADAPTATION



L'association Mountain Riders œuvre depuis 2001 pour la sensibilisation et l'éducation au développement durable sur les différents territoires de montagne en France. Après 10 ans d'action, elle a décidé de lancer le label Flocon Vert, afin de récompenser et d'encourager les bonnes pratiques éco-responsables au sein des stations. Cette certification d'excellence sur les questions environnementales et sociales a ainsi pour ambition d'orienter les touristes et les pratiquants dans le choix de leur destination ou de leur territoire de pratique.

Chiffres clés

3 TERRITOIRES LABELLISÉS
EN 2013, 1 TERRITOIRE
LABELLISÉ EN 2015,
OBJECTIF 10 STATIONS
LABELLISÉES D'ICI 3 ANS

100 % DES STATIONS
INFORMÉES DE L'EXISTENCE
DE L'ÉCO-GUIDE ET DU LABEL
FLOCON VERT

57 % DES ÉMISSIONS DE GAZ
À EFFET DE SERRE D'UNE
STATION DE MONTAGNE
SONT LIÉES
AUX TRANSPORTS,
11 % AU BÂTI RÉSIDENTIEL
(CHAUFFAGE ET EAU CHAUDE)

RÉCURRENCE DU DISPOSITIF

Ponctuelle périodique ou permanente.

THÉMATIQUES ENVIRONNEMENTALES

- Eco-conception et éco-gestion.
- Transport et éco-mobilité.
- Alimentation, consommation/restauration responsable.
- Lutte contre le gaspillage, réduction et valorisation des déchets à la source et tri.
- Efficacité énergétique et / ou recours aux énergies renouvelables.
- Préservation de la biodiversité, matériaux et ressources naturelles.
- Education, sensibilisation et information sur l'environnement.

CIBLES

Les acteurs de la filière « événementiel » : entreprises, collectivités territoriales et associations.

BÉNÉFICES DU PROJET

- Réalisation de diagnostics relatifs à l'engagement éco-responsable des stations.
- Encouragement à la mobilité douce sur le territoire, pour les touristes et les employés.
- Contribution à la protection de la biodiversité et des espaces agricoles, ainsi qu'à la valorisation des espaces naturels.

FORCES DU PROJET

- La labellisation : gage d'un travail de fond, efficace et durable.
- Réalisation d'un Bilan Carbone®, effectué en amont et en aval de la certification.
- Actions à destination du public : « informer, sans moraliser ».

LE CONTEXTE

A sa naissance en 2001, Mountain Riders était composée de pratiquants de sports de nature, ayant comme projet central le ramassage des déchets en montagne. Basée à Chambéry, l'association a ensuite souhaité aller plus loin en incitant les pratiquants à réduire leurs déchets à la source, animée d'une volonté d'éduquer, de sensibiliser et d'accompagner le public et les scolaires. Depuis 2006, l'association édite un éco-guide recensant les initiatives positives des stations. En 2011, Mountain Riders a choisi de renforcer son action en créant un label récompensant les stations de ski performantes en matière de développement durable. L'objectif ? Toucher plus largement la masse des touristes, grâce à un outil clair, précis et visible, à l'instar du Pavillon Bleu pour les cités balnéaires. Les premiers «Flocon Vert» ont ainsi été attribués en 2013 à trois stations : la Vallée de Chamonix Mont-Blanc (Haute-Savoie), Les Rousses (Jura) et Villars (Suisse).

LE PROJET

Le label Flocon Vert

**42 CRITÈRES
RÉPARTIS EN
8 THÉMATIQUES
DIFFÉRENTES**

Toutes les stations ont la possibilité de candidater au label. La certification regroupe 42 critères, répartis en huit thématiques différentes : transports, déchets, aménagement, territoire, gouvernance, énergie, eau et social. Par exemple, le comité d'attribution évalue la capacité des stations à développer la production d'énergie renouvelable, à encourager l'agriculture locale, à offrir des alternatives à la voiture pour se déplacer sur son territoire, ou à traiter convenablement ses eaux usées en période d'affluence. Afin de connaître l'ensemble des critères, consultez le cahier des charges complet.

Pour être certifié, il est impératif de valider 31 critères obligatoires. Volontairement très exigeant, ce label est difficilement accessible mais il a pour but de tirer les stations vers le haut et de désigner les destinations exemplaires. La procédure se déroule en 4 phases :

- Le dépôt de candidature

Un questionnaire de 105 questions est à remplir par la station. Les réponses doivent être étayées de documents de travail et de communication permettant de préciser la nature des actions engagées.

- L'analyse durable

Selon les réponses fournies par la station, Mountain Riders constitue une première évaluation de terrain et remet à la station son « analyse durable », document précisant les points forts, les points faibles et leur conformité ou non aux critères du Flocon Vert. Si la station présente trop de points de non conformité, le processus s'interrompt.

- L'audit

Dans le cas d'une « analyse durable » en conformité avec les critères, un audit de terrain effectué par un organisme indépendant et assermenté est organisé, permettant de valider physiquement les engagements de la station. Un constat factuel sur les actions est demandé, ainsi qu'un apport de preuves sur les engagements notifiés dans la candidature.

- La validation par le comité de labellisation

Composé de Mountain Riders, de la Fondation pour l'Education à l'Environnement en Europe (FEEE) et de la Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et l'Homme (FNH), le Comité de labellisation se prononce sur l'attribution du Flocon vert au vu de l'analyse durable et de l'audit réalisé. Il se réunit deux fois par an. Le label est attribué pour trois ans, assorti d'un audit intermédiaire de vérification.

La campagne Mountain Days

**93 TONNES
DE DÉCHETS
RAMASSÉS
L'AN PASSÉ**

Les Mountain Days, c'est une vaste opération de ramassage des déchets en montagne qui a lieu chaque année depuis 2006. Une mobilisation citoyenne qui permet de faire évoluer les comportements. En 2014, 110 stations et spots ont participé à la campagne initiée par l'association, mobilisant en tout 7 300 bénévoles. 93 tonnes de déchets ont ainsi été ramassées l'an passé.



© MOUNTAIN RIDERS

CONTRAINTES RENCONTRÉES

Ressources : l'association juge son budget trop faible pour développer encore davantage le label Flocon Vert.

Exigence : il est difficile pour les stations candidates à la certification de répondre à tous les critères : réaliser un plan d'action, et surtout le mettre en œuvre, prend du temps. Cela explique que seulement trois stations aient été récompensées à ce jour.

Intérêt : le grand public se soucie peu de l'aspect développement durable lors du choix de sa destination en montagne. D'après un sondage, le critère environnemental occuperait en effet la 6ème position sur 20 critères (le coût du séjour, l'étendue du domaine skiable et l'accessibilité sont cités en premier).

LES ACTEURS & PARTENAIRES

Acteurs impliqués dans la structure :

Mountain Riders : 4 salariés, entourés d'un bureau de 12 personnes

Partenaires associés : l'ADEME, la Fondation Nicolas Hulot, la FEEE, l'Agence de l'eau Adour-Garonne, les régions Rhône-Alpes et PACA.

UN RÊVE ?

Mountain Riders souhaite que le label se développe davantage, sur tous les territoires de montagne français, afin d'intensifier la formation auprès des acteurs professionnels des stations et de développer l'accompagnement du grand public vers un changement des comportements.

LA TRANSPOSABILITÉ

Ce projet de label peut être duplicable à l'échelle européenne. Une réflexion est d'ailleurs en cours avec le SMTA, (Sustainable Mountain Tourism Alliance), dont Mountain Riders fait partie.

EN SAVOIR PLUS SUR LE PROJET

Le site du label Flocon Vert

Le cahier des charges détaillé du label

Le site web de Mountain Riders

Les éco-guides de l'association

MAIS AUSSI...

La fiche action de La Vallée de Chamonix Mont-Blanc

La fiche action des Rousses

La fiche action de Villars

CONTACT

Camille REY-GORREZ

Directrice de l'association

camille@mountain-riders.org

PARCOURIR LA MONTAGNE EN CHANGEANT D'APPROCHE

Mountain Wilderness

IMPACT
SUR LE CLIMAT

ATTÉNUATION
ADAPTATION



© ERIC MONNIER - MOUNTAIN WILDERNESS - CHANGER D'APPROCHE

Développé par l'association Mountain Wilderness et Camptocamp, le site Changerdapproche.org ouvre la voie à plus de 15 000 itinéraires en montagne accessibles en transports en commun, qu'il s'agisse de randonnées pédestres, en raquettes et à skis, de voies d'escalades, de spots de parapente ou de cascades de glace. Ce portail participatif est considéré comme la plus grande base de données européenne en faveur de la mobilité douce et de l'écotourisme en montagne.

Chiffres clés

PLUS DE 15 000 ITINÉRAIRES
DE MONTAGNE ACCESSIBLES
EN TRANSPORT EN COMMUN

PLUS DE 500 TONNES
DE CO2 ÉCONOMISÉES
GRÂCE À LA CAMPAGNE
CHANGER D'APPROCHE

10 TONNES DE CO2 ÉVITÉES
CHAQUE ANNÉE
GRÂCE AU RANDO-BUS
CE SERVICE DE TRANSPORT
(DE NICE VERS LE MERCANTOUR)
A ÉTÉ MIS EN PLACE EN 2010
EN COLLABORATION AVEC
LE CONSEIL GÉNÉRAL
DES ALPES MARITIMES

RÉCURRENCE DU DISPOSITIF

Ponctuelle périodique ou permanente.

THÉMATIQUES ENVIRONNEMENTALES

- Eco-conception et éco-gestion.
- Transport et éco-mobilité.
- Alimentation, consommation/restauration responsable.
- Lutte contre le gaspillage, réduction et valorisation des déchets à la source et tri.
- Efficacité énergétique et / ou recours aux énergies renouvelables.
- Préservation de la biodiversité, matériaux et ressources naturelles.
- Education, sensibilisation et information sur l'environnement.

CIBLES

La société civile dans son ensemble.

BÉNÉFICES DU PROJET

- Etat des lieux des initiatives et outils de mobilité douce en montagne.
- Contribution à la préservation de l'environnement.
- Mise en lumière de l'économie locale.

FORCES DU PROJET

- Projet porté par des bénévoles.
- Outil participatif et surtout évolutif.
- Incitation à la responsabilisation des pratiquants.

MOUNTAIN WILDERNESS ACTIF DANS PRÈS DE 20 PAYS

LE CONTEXTE

Le mouvement Mountain Wilderness est actif dans près de vingt pays, principalement en Europe et en Asie. La section française de l'association a vu le jour en 1988, lors du Congrès d'Evian. Le mouvement concentre son action sur les espaces non ou peu aménagés (hors des stations), souvent en collaboration avec les gestionnaires d'espaces protégés. Son ambition est d'agir à la fois par la dénonciation et par la proposition. Aussi, les projets de l'association ont pour but de veiller au maintien des équilibres naturels, de remettre en cause les pratiques déraisonnables et d'encourager une approche non polluante de la montagne. Concernant ce troisième volet, Mountain Wilderness France a eu l'idée de procéder à un état des lieux des initiatives et outils de mobilité douce dans les régions montagneuses françaises. En 2007, le projet Changer d'approche est donc né, grâce à un groupe de travail dédié.

Selon l'ONG, Changer d'approche, c'est :

- Adopter une approche douce, en utilisant des modes de transports alternatifs à la voiture individuelle.
- S'immerger davantage en montagne en goûtant aux saveurs locales et en contribuant à faire vivre son économie.
- Accepter de se laisser transporter, prendre le temps, oublier les sorties en aller-retour à la journée afin de tenter les traversées, de bivouaquer ou dormir en refuge et de rencontrer ceux qui vivent en montagne. Des expériences pour découvrir ou redécouvrir les massifs autrement.

LE PROJET

Le programme Changer d'approche se décline sur plusieurs supports :

1. Le site collaboratif

Mountain Wilderness a développé son portail participatif avec l'aide de l'association Camptocamp. Cette dernière développait déjà un site gratuit, connu, interactif et bien fourni. Il n'était donc pas nécessaire de réinventer ce qui existait déjà. Toute une communauté gravite autour de ce portail alliant cartographie interactive et retours d'expérience. Grâce au moteur de recherche, on accède à près de 15 000 itinéraires :

15 000
ITINÉRAIRES

**EN 2014
135 ITINÉRAIRES
PROPOSÉS
24 000 KM
PARCOURUS
ET 3 TONNES
DE CO2 NON
ÉMISES**

- Classement par massifs et activités de montagne ;
- Description des accès en transports en commun pour chaque parcours ;
- Détail de chaque itinéraire : plan, dénivelé, coordonnées GPS, niveau de difficulté, refuges ;
- Récits, photos et « bons plans » renseignés par les pratiquants, forum.

2. L' éco-tourisme

Pour encourager les travailleurs locaux et la vente directe, une nouvelle entrée a été ajoutée au portail, afin de signaler aux utilisateurs tous les bons plans d'un itinéraire (producteurs-vendeurs, marchés, auberges, cafés où l'on peut consigner ses affaires...).

3. Le jeu concours

En 2007, Mountain Wilderness lance le jeu concours Changer d'approche, pour inciter le grand public à réaliser une sortie en montagne sans voiture. Chaque participant doit raconter son périple sous forme de récit, de reportage photo ou vidéo. Les auteurs des meilleurs comptes rendus sont récompensés par différents lots offerts par des partenaires, au cours d'une soirée publique de remise des prix. 135 itinéraires ont été proposés au jury lors de la 7e édition du concours, en 2014, ce qui représente au total près de 24 000 km parcourus, et plus de 3 tonnes de CO2 non émises.

4. Les brochures

L'association propose une série de guides présentant des exemples de sorties en montagne (randonnée, parapente, alpinisme...) pour lesquelles l'usage de la voiture est inutile. Chaque brochure se concentre sur une ville ou un territoire : Grenoble, Annecy, le Mercantour, les Hautes-Alpes, les Pyrénées-Orientales et deux en cours, autour du Mont-Blanc et à partir de Lyon. Des documents à télécharger directement sur le site de l'association.

CONTRAINTES RENCONTREES

- Evaluation de l'efficacité : les changements de comportement sont difficiles à quantifier. Mountain Wilderness constate tout de même une augmentation du nombre de personnes se déplaçant en transports en commun (en outre, il est identifiable que 18000 internautes ont visionné les vidéos de cette campagne).

- Territoires divers : le périmètre d'action de Mountain Wilderness est très vaste, puisqu'il couvre tous les massifs de France. Cela complexifie la cartographie et la coordination des actions.
- Lacune : en France, il n'existe aucune centrale de mobilité recensant tous les transports en commun du pays. Un manque d'information qui ne met hélas pas en lumière la thématique de la mobilité douce.

LES ACTEURS & PARTENAIRES

Acteurs impliqués dans la structure : un référent salarié au sein de l'association, deux administrateurs et 400 membres inclus dans le groupe de travail Changer d'approche.

Partenaires associés : Le site Camptocamp, l'Union Européenne (2011-2013), des collectivités territoriales, des fondations, des parcs nationaux et des parcs naturels régionaux.



© MOUNTAIN WILDERNESS

UN RÊVE ?

Mountain Wilderness souhaiterait proposer des sorties gratuites avec des accompagnateurs et des guides, et ainsi mieux communiquer autour de la campagne. De plus, l'association ambitionne de collaborer davantage avec les offices du tourisme. Enfin, des moyens humains et financiers supplémentaires seraient nécessaires afin de pouvoir améliorer le site web et le rendre plus accessible.

LA TRANSPOSABILITÉ

Pas uniquement centré sur la France, le site participatif est accessible en plusieurs langues : italien, allemand, anglais, espagnol, catalan et basque. Les itinéraires traversent les frontières italienne, suisse et espagnole. Ce projet peut évidemment être étendu à d'autres massifs montagneux d'Europe et du monde.

L'association partage également son expertise. Elle a ainsi collaboré avec le Syndicat professionnel des accompagnateurs en montagne afin que ces derniers puissent proposer à leurs clients des sorties sans voiture. Enfin, selon Mountain Wilderness, il est possible d'étendre ce travail de mobilité douce à d'autres domaines que la montagne, notamment au cœur des villes.

EN SAVOIR PLUS SUR LE PROJET

Le site de Mountain Wilderness France :

<http://www.mountainwilderness.fr/>

La campagne Changer d'approche

La plateforme participative

La montagne autrement : partagez vos bons plans !

Les brochures 10 idées de sorties montagne sans voiture

La vidéo Changer d'approche, la montagne autrement, et pourtant...

MAIS AUSSI...

Le site international de Mountain Wilderness.

CONTACT

Carmen Grasmick

Co-directrice France

cg@mountainwilderness.fr

LES ECO-GAMES, UN CONCEPT D'ÉVÉNEMENT SPORTIF ALTERNATIF

SVPlanète

IMPACT
SUR LE CLIMAT

ATTÉNUATION
ADAPTATION



© SVPlanète

En 2007, l'association un Sport Vert pour ma Planète bleue (SVPlanète) a initié en France les Eco-Games. Son but ? Multiplier les manifestations sportives éco-responsables de proximité, au service des territoires d'accueil et de leur population. Le point fort des Eco-Games ? Ils résolvent à la source le problème de l'empreinte carbone liée aux transports, puisque les participants s'avèrent être presque exclusivement des locaux.

Chiffres clés

52 ECO-GAMES ORGANISÉS
EN FRANCE ET À L'ÉTRANGER
DEPUIS 2004

32 DISCIPLINES SPORTIVES
SUPPORTS (COURSE À PIED,
VTT, NATATION, ROLLER,
CANOË-KAYAK, COURSE
D'ORIENTATION...)

48 OPÉRATIONS
DE NETTOYAGE DE PLAGES
DUNES ET RIVIÈRES
EFFECTUÉES EN MARGE
DU PROGRAMME SPORTIF

41 CONFÉRENCES-DÉBATS
SÉMINAIRES ET CURSUS DE
FORMATION ORGANISÉS EN
FRANCE ET À L'ÉTRANGER

70 000 FANS, SUPPORTERS,
AMBASSEURS,
FOLLOWERS, ET MEMBRES
ACTIFS RECENSÉS SUR TOUS
LES CONTINENTS

RÉCURRENCE DU DISPOSITIF

Ponctuelle périodique ou permanente.

THÉMATIQUES ENVIRONNEMENTALES

- Eco-conception et éco-gestion.
- Transport et éco-mobilité.
- Alimentation, consommation/restauration responsable.
- Lutte contre le gaspillage, réduction et valorisation des déchets à la source et tri.
- Efficacité énergétique et / ou recours aux énergies renouvelables.
- Préservation de la biodiversité, matériaux et ressources naturelles.
- Education, sensibilisation et information sur l'environnement.

CIBLES

Public prioritairement local (quel que soit le sexe, l'âge, la capacité physique et la catégorie socioprofessionnelle).

BÉNÉFICES DU PROJET

- Mise en avant de l'économie circulaire.
- Réduction des émissions de gaz à effet de serre, liées notamment aux déplacements des pratiquants et des spectateurs.
- Découverte, respect et valorisation de l'environnement et des écosystèmes locaux.

FORCES DU PROJET

- Le minimalisme des structures.
- L'activité physique accessible à tous.
- La sensibilisation et la responsabilisation des personnes engagées dans l'événement (comité d'organisation, participants, publics, partenaires et médias).

LE CONTEXTE

Prémises des Eco-Games, les « Jeux mondiaux de l'environnement » sont nés au Brésil, en 2004. Jusqu'en 2006, cet événement international a constitué un laboratoire d'expérimentation de l'ensemble des pratiques éco-responsables en matière d'organisation sportive. Par la suite, cette manifestation est devenue purement locale et son programme d'activités sportives et extra-sportives uniquement dédié à la protection de l'environnement ainsi qu'aux besoins des populations de la région. Un tournant qui annonce la naissance des Eco-Games : en 2005, les initiateurs des « Jeux mondiaux de l'environnement » créent alors l'association un Sport Vert pour ma Planète bleue (SVPlanète) afin de structurer le développement des Eco-Games en France.

**CHAQUE
ANNÉE UNE
DOUZAINES DE
MANIFESTATIONS
PROPOSÉES**

Aujourd'hui, SVPlanète propose chaque année une douzaine de manifestations dans l'Hexagone. Deux types d'Eco-Games existent aujourd'hui : ceux organisés directement par l'association et ceux mis sur pied par des organisateurs locaux, accompagnés pas à pas par SVPlanète. L'idée étant à terme de proposer un événement par région française, et de s'implanter sur tous les continents (des projets sont à l'étude, notamment en Tunisie, en Suisse, au Sri Lanka et au Canada).

LE PROJET

Les Eco-Games s'inscrivent dans une logique de relocalisation ; ils constituent le prototype même du micro-événement sportif éco-responsable, totalement immergé dans les logiques des territoires d'accueil et foncièrement respectueux des environnements physique et humain locaux.

**RECOURS
SYSTÉMATIQUE
AUX RESSOURCES
LOCALES
EXISTANTES**

Tant au niveau des structures d'appui que de la dynamique d'organisation, le recours aux ressources locales existantes est systématique. Des levées de fonds en faveur d'organisations écologiques ou de causes environnementales ou sociales accompagnent la tenue de ces jeux. En outre, le mécénat est préféré au sponsoring, afin de limiter le « greenwashing ».

Une indépendance vis-à-vis des médias nationaux et internationaux est prônée : s'ils restent libres de venir couvrir les événements, aucune prise en charge de leur venue ne leur est en revanche proposée. Les organisateurs privilégient la relation avec les médias locaux.

**UN MIX
ÉQUILBRÉ
ENTRE ÉPREUVES
DE COMPÉTITION
ET ÉPREUVES DE
DÉCOUVERTE**

Les 10 principes fondamentaux des Eco-Games :

- 1.** La préparation et le déroulement des Eco-Games s'inscrivent dans une perspective de développement durable : valorisation des composantes environnementales, maximisation de la dynamique sociale locale, logique de redistribution des gains éventuels aux acteurs locaux...
- 2.** Les caractéristiques de l'environnement local physique et humain décident des pratiques sportives et animations extra-sportives qui seront retenues dans le programme des Eco-Games.
- 3.** Les pratiques sont systématiquement aménagées pour les rendre accessibles à tous les publics, de manière à favoriser la participation du plus grand nombre.
- 4.** Le programme sportif propose un mix équilibré entre épreuves de compétition et épreuves de découverte (c'est-à-dire sans classement ni chronométrage).
- 5.** La production de performance sportive est relativisée, pour mieux valoriser l'environnement ainsi que l'épanouissement personnel et social des participants.
- 6.** L'organisation des Eco-Games est foncièrement minimaliste et leur logistique épurée au maximum, de manière à s'affranchir pour partie des contraintes qui entourent traditionnellement les organisations sportives.
- 7.** Les Eco-Games s'appuient au maximum sur les ressources disponibles dans l'environnement local. Le leitmotiv ? « Faire avec l'existant ». Par exemple, une dune ou un talus servent de tribune, deux cocotiers penchés se muent en arche d'arrivée, tandis qu'une coquille d'huître locale devient une médaille.
- 8.** La dépendance à l'argent est minimisée au profit d'autres modèles comme le don ou le troc, et aucune prime de course n'est proposée aux vainqueurs des différentes épreuves.
- 9.** Plutôt que de cloisonner les rôles, les Eco-Games proposent de « dé-compartmenter pour mieux responsabiliser » en associant les participants aux rouages de l'organisation dans une logique participative.
- 10.** Les Eco-Games ne sont pas seulement sportifs : conférences, expositions, films, rencontres de terrain, visites de parcs et de réserves ou encore ramassage de déchets sont aussi proposés.



© SVPlanète

CONTRAINTES RENCONTRÉES

- La communication : les Eco-Games sont très peu connus par les décideurs du sport. Ces derniers ne sont donc pas en mesure de s'emparer du concept pour l'appliquer sur leurs propres organisations, ou de demander à ce que des Eco-Games soient organisés sur leur territoire.
- La visibilité : ces jeux ne sont pas encore connus du grand public. Un manque d'information qui ne favorise pas la multiplication à court terme du nombre d'événements, ni la concentration de participants à chaque manifestation.
- Le budget : les contraintes budgétaires limitent les possibilités d'action, de sensibilisation et d'information auprès du plus grand nombre.

LES ACTEURS & PARTENAIRES

Acteurs impliqués dans la structure :

SVPlanète et les organisateurs épaulés par l'association.

Partenaires associés : Les associations sportives, les ONG, les collectivités, les établissements publics et certaines représentations régionales de fédérations sportives nationales.

UN RÊVE ?

SVPlanète souhaiterait avoir l'opportunité de rencontrer des représentants et élus locaux de toute la France, pour leur présenter le concept et les convaincre des bénéfices qu'ils tireraient à organiser un événement de ce type sur leurs territoires respectifs.

LA TRANSPOSABILITÉ

Si elles s'engagent à respecter les 10 principes fondamentaux édictés par l'association, toutes les fédérations sportives et les collectivités territoriales sont susceptibles d'organiser et de financer des Eco-Games sur les sites relevant de leur juridiction.

EN SAVOIR PLUS SUR LE PROJET

www.Eco-Games.fr

MAIS AUSSI...

www.SVPlanete.blogspot.com

CONTACT

Didier Lehénaff

Président de SVPlanète et concepteur des Eco-Games
svplanete@hotmail.fr

L'UTMB®, UN ÉVÉNEMENT ÉCO-RESPONSABLE AU CŒUR DES ALPES

Ultra-Trail du Mont-Blanc®

IMPACT
SUR LE CLIMAT

• ATTÉNUATION
ADAPTATION



© ULTRA-TRAIL DU MONT-BLANC / ALEXANDRE GIRBAL

Célèbre dans le monde entier, l'Ultra-Trail du Mont-Blanc® propose aux coureurs les plus aguerris d'effectuer le tour de ce sommet mythique à travers 5 épreuves différentes. Cet événement initié en 2003 par l'entreprise « Autour du Mont-Blanc » et l'association « Les Trailers du Mont-Blanc » s'est doté en 2006 d'une commission environnement. Son but ? Identifier les risques engendrés par la manifestation et proposer des actions concrètes pour préserver les espaces naturels des trois pays traversés.

Chiffres clés

7500 COUREURS
ENGAGÉS EN 2015

ENTRE 50 000 ET 100 000
SPECTATEURS PRÉSENTS
AU DÉPART ET SUR LE
PARCOURS (PUBLIC ET
ACCOMPAGNANTS)

4 RÉSERVES NATURELLES
ET 7 SITES NATURA 2000
TRAVERSÉS

8 000 BOUTEILLES
EN PLASTIQUE ÉCONOMISÉES
PAR LA MISE EN PLACE
DE BIDONS D'EAU

100 000 GOBELETS JETABLES
ÉVITÉS : CHAQUE COUREUR
DOIT APPORTER SON PROPRE
VERRE RÉUTILISABLE.

500 KG DE BOUTEILLES
PLASTIQUE
ET CANNETTES ALU,
1 500 KG DE CARTON,
96 KG DE VERRE
ET 5 TONNES D'ORDURES
MÉNAGÈRES COLLECTÉS
PAR L'ASSOCIATION AREMACS
EN 2015

RÉCURRENCE DU DISPOSITIF

Ponctuelle périodique ou permanente.

THÉMATIQUES ENVIRONNEMENTALES

- Eco-conception et éco-gestion.
- Transport et éco-mobilité.
- Alimentation, consommation/restauration responsable.
- Lutte contre le gaspillage, réduction et valorisation des déchets à la source et tri.
- Efficacité énergétique et / ou recours aux énergies renouvelables.
- Préservation de la biodiversité, matériaux et ressources naturelles.
- Education, sensibilisation et information sur l'environnement.

CIBLES

- Les trailers et les randonneurs.
- Le grand public, les accompagnants et les locaux.
- Les médias.

BÉNÉFICES DU PROJET

- Prise en compte de l'environnement dans la spécificité et le tracé des courses.
- Réduction de la production de déchets à la source.
- Sensibilisation au tri des déchets, auprès du grand public et des coureurs.
- Incitation à la mobilité douce (coureurs et spectateurs).

FORCES DU PROJET

- Réalisation annuelle d'une étude d'impact permettant de mettre en évidence les actions à mener.
- Démarche d'amélioration continue et progressive.
- Mise à disposition et valorisation des transports en commun.
- Réhabilitation de certaines zones après le passage de la course.

LE CONTEXTE

Jouissant aujourd'hui d'une renommée internationale, l'Ultra-Trail du Mont-Blanc® a vu le jour en 2003 avec près de 700 inscrits. En 2015, 7500 participants se sont lancés sur l'un des cinq parcours d'ultra-endurance proposés par les organisateurs, oscillant chacun entre 53 et 300 km. Engouement rapide oblige, l'UTMB® a progressivement accueilli un nouveau public d'origines sportives variées, qui ne possédait pas forcément la sensibilité environnementale naturelle des traileurs. Pour les encadrer et les sensibiliser, une commission environnement a été créée dès 2006. Son travail, réalisé en collaboration avec l'Espace Mont-Blanc, a abouti en 2008 à la signature d'un « Contrat Éthique » instaurant des actions concrètes visant à minimiser les nuisances inhérentes à la course, à lutter contre les gaspillages de matière et d'énergie et à inciter les individus à adopter des attitudes responsables envers le milieu naturel.

LE PROJET

Différentes actions sont menées en faveur du développement durable de la manifestation :

Préservation des espaces naturels

- Limitation du nombre de participants pour que ceux-ci puissent courir de manière fluide, sans abîmer les chemins naturels. En 2015, 16000 demandes d'inscription ont été enregistrées, entraînant un processus de sélection des coureurs.
- Obligation pour les participants de rester sur les sentiers balisés (raccourcis interdits), afin de limiter les conséquences néfastes du passage de l'homme sur la végétation, surtout en zone humide (phénomène de ravinement, création de faux sentiers notamment).

Étude d'impact

- Partenariat noué avec l'Université de Savoie Mont-Blanc et Asters (Conservatoire d'espaces naturels de Haute-Savoie) pour la réalisation d'une étude d'impact de l'événement sur les espaces naturels. Le but ? Surveiller l'état des parcours, évaluer les risques du passage des courses dans certains secteurs sensibles, mesurer la quantité de déchets générés par les coureurs et favoriser la cohabitation avec les acteurs locaux (gardiens de troupeaux par exemple).

EN 2014
8 200
PERSONNES
TRANSPORTÉES
220 BUS
MOBILISÉS

- Une vingtaine de bénévoles appelés « ambassadeurs de l'environnement » formés pour le nettoyage du parcours en amont, la mise en place de signalétiques spécifiques et la sensibilisation du public. Après le passage des coureurs, cette équipe effectue un nouveau nettoyage des sentiers afin de minimiser notre impact.

Transports

- Dès 2005, l'UTMB® s'est allié à l'Espace Mont-Blanc et à la Vallée de Chamonix Mont-Blanc pour réduire le nombre de voitures sur la zone, en organisant par exemple des trajets en commun pour les accompagnants qui souhaitent suivre les coureurs. En 2014, 8 200 personnes ont été transportées, grâce à 220 bus mobilisés.
- Autres actions : plateforme de covoiturage mise en place, fermeture de certaines routes pour favoriser les transports en commun, gratuité des bus pour l'acheminement des coureurs et bénévoles...

Déchets

- Pochette-poubelle offerte à chaque coureur depuis 2005, lui permettant de conserver ses papiers, emballages et autres déchets pour les déposer aux points de ravitaillement.
- Instauration du gobelet unique en 2008, entraînant la suppression des gobelets jetables sur les 3/4 du parcours.
- Partenariat avec l'association Aremacs, dont l'ambition est de limiter les impacts environnementaux et d'éduquer à l'écologie. A l'aide d'un dispositif adapté (poubelles de tri) et d'un tricycle électrique, elle collecte les déchets et sensibilise les acteurs de l'événement ainsi que le public au tri sélectif.

Réhabilitation

- La réfection des sentiers des Contamines-Montjoie en direction du Col du Bonhomme et de Porassey dans le Val Veny (La Thuile, Italie) a été orchestrée à l'été 2015 par une équipe professionnelle épaulée de bénévoles, afin de pérenniser ces espaces traversés par l'UTMB®.
- Éco-participation de 1,5 euro prélevée lors de l'inscription dans le but de participer à l'entretien, à la réhabilitation et à la création de chemins sur le massif alpin.

1,5 EURO
PRÉLEVÉ

CONTRAINTES RENCONTRÉES

Parking : La principale difficulté posée aux organisateurs de l'UTMB® s'avère être le stockage des voitures. La majorité du public et des participants arrive sur le lieu de l'événement grâce à un véhicule personnel, même s'ils ne s'en servent pas ensuite.

LES ACTEURS & PARTENAIRES

Acteurs impliqués dans la structure :

- L'association « Les Trailers du Mont-Blanc » et la SARL « Autour du Mont-Blanc », organisateurs de l'événement, par le biais de la commission environnement.

Partenaires associés :

- Collectivités territoriales (la ville de Chamonix notamment).
- Associations œuvrant pour la protection de l'environnement (comme Aremacs pour le tri sélectif).
- Convention avec Asters (Conservatoire d'espaces naturels de Haute-Savoie) et l'Université de Savoie Mont-Blanc.
- Partenariats avec Polartec (fournisseur des pochettes déchets), Petzl (prêt de lampes à batterie rechargeable) et l'Espace Mont-Blanc (financement du plan de transports en commun).

UN RÊVE ?

Les organisateurs de l'UTMB® souhaiteraient mettre en place un projet « tram-train » permettant à toute personne résidant (même temporairement) dans la vallée, de se rendre en train du Fayet à Vallorcine gratuitement, avec une fréquence améliorée. De plus, l'équipe rêverait que tous les bus circulant autour du Mont-Blanc puissent utiliser des énergies alternatives, comme l'électricité d'origine renouvelable ou les biocarburants.

Enfin, les organisateurs ambitionnent de proposer aux coureurs une réduction significative du prix de leur billet de train pour se rendre à Chamonix.





LA TRANSPOSABILITÉ

Les actions menées par les organisateurs sont applicables à de nombreux autres trails, l'UTMB® se positionnant en tant que modèle sur son secteur. En outre, les manifestations sportives de VTT qui prennent de l'ampleur sur le site du Mont-Blanc s'inspirent déjà de l'événement en matière d'éco-responsabilité.

EN SAVOIR PLUS SUR LE PROJET

Rapport environnement de l'édition 2014

Engagements éco-responsable de l'UTMB

Déchets : Bilan Aremacs 2014

MAIS AUSSI...

Lancement du Tri'Tour, initié par le Ministère des Sports, lors l'UTMB® 2015.

CONTACT

Patrick Deschamps

Président de la commission environnement

patdesch@free.fr

Nathalie Ecuier

Vice-présidente de la commission environnement

nathalie@ultratrailmb.com

DES MATÉRIAUX USAGÉS AU RECYCLAGE CRÉATIF

Wood Stock Creation

IMPACT
SUR LE CLIMAT

ATTÉNUATION
ADAPTATION



© WSC

Située en Haute-Savoie, l'entreprise Wood Stock Creation, créée en 2008, a développé un véritable service de recyclage créatif basé sur la réutilisation des déchets et produits en fin de vie (bois, meubles, matériel sportif...). Objectif ? Leur octroyer de nouveaux cycles de vie en faisant preuve d'imagination. Le champ d'action de Wood Stock Creation est pluridisciplinaire : design d'objets, design d'espaces, événementiel et marketing.

Chiffres clés

200 000 EUROS DE CHIFFRE
D'AFFAIRES EN 2014

3 ASSOCIÉS, 2 SALARIÉS

20 TONNES DE BOIS
RÉUTILISÉES PAR AN

100 % D'OBJETS
FABRIQUÉS À LA MAIN

400 M2 DE SURFACE
POUR L'ATELIER
«CREATIVE RECYCLING»
CONSTRUIT EN 2015,
POUR LEQUEL LES ASSOCIÉS
ONT INVESTI 70 000 EUROS

RÉCURRENCE DU DISPOSITIF

Ponctuelle périodique ou permanente.

THÉMATIQUES ENVIRONNEMENTALES

- Eco-conception et éco-gestion.
- Transport et éco-mobilité.
- Alimentation, consommation/restauration responsable.
- Lutte contre le gaspillage, réduction et valorisation des déchets à la source et tri.
- Efficacité énergétique et / ou recours aux énergies renouvelables.
- Préservation de la biodiversité, matériaux et ressources naturelles.
- Education, sensibilisation et information sur l'environnement.

CIBLES

- Les marques, associations et institutions.
- Le grand public.

BÉNÉFICES DU PROJET

- Collecte et réutilisation des déchets.
- Création de mobilier et d'objets uniques : aucune pièce ne se ressemble.
- Sensibilisation des acteurs industriels à l'économie circulaire.

FORCES DU PROJET

- Valeur ajoutée octroyée aux produits conçus, grâce au processus de création.
- Valorisation du travail manuel et artisanal.
- Incitation à l'éco-responsabilité des entreprises et des événements.

LE CONTEXTE

D'un atelier de bricolage familial à une entreprise florissante de recyclage créatif, il n'y a qu'un pas qu'ont su habilement franchir Christian CHANAL, Nathan GROUT et Lilian DUREY. Inspiré par le nom du célèbre festival de 1969, Christian installé en Haute-Savoie initie Wood Stock Creation en 2008.

Son objectif d'alors ? Travailler la matière et valoriser le déchet bois en lui donnant une seconde vie. Rapidement, Nathan GROUT designer et Lilian DUREY spécialisé en marketing responsable rejoignent les rangs de WSC et construisent petit à petit un véritable service de recyclage et de design, allant par exemple de la collecte de divers matériaux mis au rebut à la fabrication de stands pour des marques d'outdoor.

En 2015, la marque s'est déployée dans de nouveaux locaux situés à Meythet près d'Annecy, qu'elle a pensés comme un germe de projets basés sur l'économie solidaire. Conçu comme un laboratoire ouvert, ce nouvel espace baptisé « Creative Recycling » mutualise une matériauthèque, véritable catalogue de matériaux hors d'usage, un showroom et un espace d'ateliers et de bureaux. L'émergence de ce lieu de partage de compétences, de réseaux et d'outils a pour finalité de créer une solide filière d'économie circulaire sur le territoire.

LE PROJET

Guidée par une stratégie de détournement de flux de matériaux, d'échantillons ou de mobiliers hors d'usage, l'offre de Wood Stock Creation s'adresse aux entreprises, aux marques et aux collectivités, ainsi qu'aux particuliers. Les créations sont toutes réalisées à la main au sein de l'atelier.

Le potentiel déchet

L'entreprise a noué un contrat de partenariat avec la Communauté d'Agglomération d'Annecy pour la récolte et la réutilisation de planches de bois et de meubles, récoltés dans deux déchetteries de la ville, équipées de bacs spécifiques.

L'équipe a également mis en place une mission de sensibilisation des acteurs industriels au tri des déchets, en évaluant avec eux le potentiel - le plus souvent sous-estimé - des matières et produits usagés.

Les gisements

Les membres de Wood Stock Creation ramassent certains matériaux dans le milieu naturel, comme le bois flotté qui est récupéré dans la Réserve du Bout du Lac d'Annecy.

Le matériel sportif usagé est aussi collecté (skis et bâtons, cordes d'escalade, toiles de parapente, skateboards...) de même que les panneaux de signalétique vétustes.

Les services de Wood Stock Creation :

Design d'objet

- 4 gammes développées (selon les matériaux réemployés) : Drift Wood, Freeski, Recover et Urban.
- Une offre diversifiée : lampes, chaises, tables, étagères, vases, portemanteaux...
- Possibilité de concevoir des objets sur-mesure.

Design d'espace

- Aménagement de bureaux, magasins et showrooms avec des matériaux recyclés.
- Prise en charge globale de la conception à la réalisation.

Événementiel

- Création d'expériences de marque uniques (stands, mobiliers, éclairages).
- Cloisons et sols réutilisables.
- Logistique optimisée.

Trade marketing

- Création de PLV (publicité sur le lieu de vente), d'enseignes et de signalétique en bois recyclé.
- Utilisation d'un outil de gravure et de découpe laser.

Focus sur la scénographie d'une exposition

Dans le sillage de l'exposition itinérante « Secondes vies du matériel sportif » et à l'occasion de la COP 21 (21^e Conférence des parties de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques de 2015 à Paris), WSC et DGT Architects associent à nouveau l'art et l'économie circulaire pour aborder la gestion des ressources dans l'industrie du sport.

Fondant leur démarche sur le concept de Creative Recycling (Recyclage Créatif), ils créent « KYKLOS, Sport et Recyclage Créatif ». Constituée de matériel sportif usagé s'agréant autour d'une ossature métallique servant de colonne vertébrale, l'installation se dresse dans l'Atrium de la Cité sur deux niveaux.

Création de l'association Re-sourcing

Pour délimiter au mieux les activités de Wood Stock Creation et pouvoir bénéficier de subventions, l'entreprise a très récemment fondé l'association Re-sourcing, qui s'inscrit dans le cadre du projet Territoires « zéro déchet zéro gaspillage » initié par le Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie en 2014. La mission de cette nouvelle entité pilotée par l'équipe est de structurer et de gérer la matériauthèque de l'espace «Creative Recycling», mais surtout de créer à terme un réseau de matériauthèques reliées par une plateforme en ligne dont l'objectif serait de répertorier toutes les ressources à recycler et disponibles d'un territoire.

CONTRAINTES RENCONTRÉES

Budget : L'entreprise est parvenue à l'équilibre financier, mais ses trois dirigeants ne se versent encore qu'un salaire dérisoire, malgré le succès de l'offre de l'entreprise auprès des marques. Wood Stock Creation est dans une phase de recherche de son modèle économique. De ce constat est née la volonté de créer l'association Re-sourcing.

Lisibilité : Le grand public a parfois du mal à cerner l'ADN de Wood Stock Creation, puisque l'entreprise, passée maître dans l'art du décroissement, couvre de nombreux secteurs d'activité et se présente comme le seul acteur à s'investir dans le recyclage créatif en tant qu'entreprise.

LES ACTEURS & PARTENAIRES

Acteurs impliqués dans la structure :

- Au sein de l'entreprise : trois associés et deux salariés.

Partenaires associés :

- La communauté d'Agglomération d'Annecy.

UN RÊVE ?

L'ambition de Wood Stock Creation est de parvenir à pérenniser son activité, de concrétiser le projet de matériauthèque en ligne, et de continuer à mettre en place des projets porteurs de changement, contribuant à la prise en compte de l'humain dans la société et à la valorisation du travail manuel.





LA TRANSPOSABILITÉ

Par le biais de l'association Re-sourcing, l'idée est de poursuivre le travail de sensibilisation débuté par Wood Stock Creation pour convertir le maximum d'entreprises au recyclage des matériaux et du mobilier.

En outre, l'équipe entend accueillir de nombreux projets innovants au sein de l'espace de co-working. Ce lieu hybride a d'ailleurs récemment donné naissance à l'entreprise OWL, qui se consacre au recyclage des vêtements d'outdoor. Une sorte de Wood Stock Creation dédié à l'activité textile.

EN SAVOIR PLUS SUR LE PROJET

- Le site de Wood Stock Creation
- Brochure et catalogue de l'entreprise

MAIS AUSSI

- L'exposition «Secondes Vies : Métamorphoses du matériel sportif»

CONTACT

Christian Chanal,
noyer fondateur
christian@woodstockcreation.com

Lilian Durey,
figuier dansant
lilian@woodstockcreation.com

Nathan Grout,
frêne design
nathan@woodstockcreation.com

www.developpement-durable.sports.gouv.fr

www.wwf.fr

