

FOOTBALL ET TRANSITION ÉCOLOGIQUE

L'ÉCO-SUPPORTÉRISME

ENTRE
EN
JEU



soutenu par





MAIF place l'attention sincère portée aux autres et au monde au cœur de chacun de ses engagements et de chacune de ses actions. C'est même sa raison d'être et le reflet de sa qualité de société à mission inscrits depuis 2020 dans ses statuts. Partageant des valeurs communes avec le mouvement sportif à l'image de la solidarité ou du vivre ensemble, MAIF est l'assureur de plus de 20 fédérations sportives et de plus de 33 000 clubs. A ce titre, elle a toujours soutenu et accompagné le monde du sport afin de contribuer à l'émancipation des individus dans et par le sport. De nombreux partenariats témoignent de cet engagement de longue date. Afin de concilier la solidarité naturelle que promeut le sport avec une recherche de durabilité, nécessaire à l'ensemble des pratiques, MAIF a lancé en 2019

le programme « Sport Planète ». Forts d'un réseau conséquent de fédérations sportives partenaires, et dans le même temps d'un panel d'ONG et d'associations avec lesquelles nous collaborons au quotidien, nous avons souhaité fédérer l'ensemble de ces acteurs afin de faire en sorte que « le sport soit bon, aussi, pour la santé de la planète ».

Par ce programme, notre ambition est double : intégrer les enjeux environnementaux au sein même du mouvement sportif ; et capitaliser sur la capacité mobilisatrice sans égale du sport pour engager le grand public en faveur de l'environnement. Cette collaboration avec Football Ecologie France est un exemple de notre engagement en faveur du sport écoresponsable. Accompagner FEF à faire vivre

Sport Planète

féderé par  MAIF

cette ambition partagée au sein du sport le plus populaire de France nous est apparu naturel. La consultation nationale, le présent livre blanc ou encore les solutions pédagogiques que FEF déploie sont autant d'outils qui font sens au regard de nos engagements, et que nous sommes fiers de soutenir. Ces contenus seront bénéfiques pour le football, pour ses pratiquants et supporters et plus globalement pour le mouvement sportif dans son ensemble.

Dominique Mahé
Président du groupe Maif

«

Le football existe uniquement si la planète est viable et la société stable

»



Il est généralement admis que le football est le reflet de la société, qu'à travers lui il est possible d'en étudier les évolutions positives mais aussi les travers et les excès.

Tout comme elle, le football a été frappé de plein fouet par la crise sanitaire liée au coronavirus et doit donc s'adapter. Notre façon de vivre et suivre notre sport favori en a été foncièrement chamboulée. Ces dernières années, les sujets sociétaux et environnementaux ont pris de plus en plus de place dans le quotidien des Français·e·s tout comme au sein des instances et des clubs de football. Des engagements ont été pris, des stratégies RSE sont nées, des fondations et fonds de dotation ont vu le jour. Une dynamique s'est mise en marche, validant la nécessité de se réinventer et d'innover bien au-delà du rectangle vert. Si d'un point de vue social l'impact du football n'est plus à démontrer, on le questionne de plus en plus sur ses impacts en-

vironnementaux et économiques. On l'imagine plus solidaire, plus respectueux de son environnement, plus à l'écoute de son territoire, bref on le souhaite total. Le temps des excès est terminé, le football doit lui aussi engager sa transition écologique et solidaire tout en emmenant avec lui son écosystème et en premier lieu, ses supporter·rice·s. En effet, l'opportunité est belle de replacer les supporter·rice·s au cœur des réflexions des clubs tant pour les sensibiliser à leur impact que pour les responsabiliser et les fidéliser. L'ambition est d'enclencher un juste retour aux valeurs initiales d'un football centré sur l'humain. Premiers contributeurs de l'impact environnemental du

football et des grands événements par leurs déplacements, leur façon de consommer leur sport favori, que ce soit au stade ou devant leur télévision, les supporter·rice·s ont un rôle déterminant dans la transformation écologique du football. C'est pourquoi Football Ecology France (FEF) dont l'objectif est de faire du football un leader des enjeux de société, s'intéresse à la façon de les mobiliser et de les engager dans la transition écologique et solidaire nécessaire à l'avenir de la discipline. En lançant au printemps 2020 une consultation nationale sur le lien entre football et écologie, FEF a ouvert la réflexion et la discussion espérant lancer également un mouvement collectif sur le sujet.

Notre ambition à travers ce document est de repositionner les supporters au cœur du jeu et de trouver des leviers d'engagement pour un passage à l'acte rapide et durable. Loin de se positionner comme donneur de leçon, ce livre blanc se veut être le reflet de ce qui se fait et ainsi participer à son

niveau au mouvement de transition écologique et solidaire du football. Des instances en passant par les clubs amateurs et professionnels aux acteurs engagés, nous ferons un tour d'horizon des défis qui nous attendent pour remplir notre objectif. Écrit par des passionné·e·s du ballon rond, des personnes convaincues de son pouvoir de changer les choses, ce livre blanc explore le rôle que les supporters de foot dans leur diversité peuvent jouer. Réussir à changer de système est complexe, nécessite un temps d'adaptation, des essais, des ajustements, de la persévérance, de l'audace, mais surtout du dialogue et de la prise en considération des attentes de l'ensemble des acteurs du milieu. C'est collectivement que nous trouverons la réponse pour engager et réussir le défi que nous nous sommes fixés de faire du football un acteur incontournable de la transition écologique et solidaire de la société.



Antoine Miche
Président de Football Ecology France

3

» » » »

Introduction

Préface
Introduction

6

» » » »

Partie 1 - le football et sa réalité environnementale

Tour d'Horizon de l'impact du football
L'écosystème du football français
Supporter·rice·s & Environnement : un sujet encore peu exploré

12

» » » »

Partie 2 - Changement de tactique pour un football éco-responsable

La RSE et la durabilité : un rapprochement récent qui interroge
La prise de conscience des enjeux de durabilité par les acteurs du football : une étape vers l'éco-supportérisme
L'émergence récente d'une conscience environnementale en partie inspirée par les instances

20

» » » »

Partie 3 - L'Éco-supportérisme : une ambition collective, au service de la durabilité

Concept et objectifs
La balle est aussi dans le camp des supporter·rice·s
Concrétiser les actions

24

» » » »

Partie 4 - Le football du 21^e siècle, plus durable et plus engagé

Football Ecologie France, propositions pour le football de demain
Fiches thématiques :
Sensibilisation / Consommation / Mobilité / Déchets / Energies



FOOTBALL

ECOLOGIE

FRANCE



LE FOOTBALL ET SA RÉALITÉ ENVIRONNEMENTALE

Depuis plus de 168 ans, le football rassemble, divise, passionne, énerve, fait vibrer ou encore pleurer ... Il s'est surtout immiscé dans le paysage de nos sociétés tout en accompagnant leurs évolutions pour devenir, que cela plaise ou non, un acteur économique puissant et un fait social total¹ selon les sociologues.

Derrière ce terme de football, on y retrouve des femmes et des hommes, amateurs ou professionnels, qui s'investissent au quotidien pour gérer les clubs, développer la pratique, accompagner l'épanouissement individuel et collectif, jouer, offrir un spectacle et créer des émotions pour des millions de supporters.

Alors que les rôles sociaux et économiques du football ne sont pas remis en cause, l'impact environnemental de son activité est de plus en plus questionné. Tout comme les entreprises, les acteurs du sport doivent s'interroger, revoir leur organisation, innover pour entrer dans des démarches structurées, plus respectueuses de leur environnement, plus engagées, plus durables et en phase avec les attentes de la société.

Tour d'horizon de l'impact du football

Sport numéro un dans le monde avec plus de 250 millions de pratiquants et cinq milliards de fans², le football n'a cessé de se développer au cours de ces soixante-dix dernières années. Poids lourd économique avec un chiffre d'affaires évalué autour de 400 milliards d'euros, ce sport a également vu son influence mondiale se développer hors du rectangle vert. Avec ses 211 fédérations membres contre 191 pour l'ONU, la FIFA est un acteur qui compte sur la scène internationale et qui n'hésite pas à utiliser le football comme levier d'avancées sociétales.

PARTIE 1

Pour preuve, son action auprès du gouvernement iranien afin de permettre aux femmes d'accéder aux tribunes qui leur restaient jusqu'à présent fermées.

En France, le football occupe aussi une place importante avec plus de deux millions de licencié-es et une activité économique évaluée à 8 milliards d'euros. Le lien social créé par les 15 000 clubs sur tout le territoire est de plus en plus souligné notamment dans les périodes de crise comme celle que nous traversons. Le dernier Panorama Sociétal du Fondation du Football³ publié en décembre 2020 démontre qu'un club sur deux a mis en place des actions en lien avec la Covid-19, que 24% des clubs accueillent des réfugiés et que plus de 7,2 millions d'euros ont été versés par les clubs amateurs pour servir des causes solidaires sur la saison 2019-2020.

Ces chiffres parmi tant d'autres attestent de l'engagement des clubs au service des enjeux de leurs territoires et en font des acteurs reconnus par les collectivités publiques.

Sur le volet environnemental, le football de par sa pratique, son organisation et ses événements a un impact significatif. Rien qu'en France, près de 3 millions de kilomètres⁴ sont parcourus chaque week-end par les clubs amateurs pour se rendre sur les lieux de match, alors que dans le même temps les clubs professionnels favorisent l'avion pour leurs déplacements.

L'historien du football anglais David Goldblatt tire la sonnette d'alarme dans son rapport "Playing against the clock⁵" publié en juin 2020. Comme tous les sports, la pratique du football pourrait être rapidement impactée par les effets du changement climatique : stades impraticables en raison d'une fréquence accrue des inondations, risques pour la santé des joueur-euse-s à cause de l'augmentation des températures, etc ... Il faut admettre que le football n'est pas seulement une victime du changement climatique, il y contribue également fortement.

Dans son rapport, David Goldblatt s'intéresse notamment à l'impact des déplacements des supporters de Premier League. L'historien anglais se base sur la seule étude fiable réalisée par un club de football professionnel sur l'impact environnemental de ses activités, incluant les déplacements de ses supporters, celle de Fluminense. Ainsi, le club brésilien émet 2 500 tonnes de CO2 chaque saison. En s'appuyant sur la méthode de calcul utilisée par Fluminense, David Goldblatt a transposé l'exercice pour le championnat anglais. Les résultats sont saisissants : chaque club de Premier League émet chaque année près de 10 000 tonnes de CO2 ! Dans ce calcul, la télévision et l'impact des équipements sportifs, deux éléments forts impactant en termes d'empreinte carbone, ne sont pas intégrés. Aucune étude de ce type n'a encore été réalisée en France pour analyser l'impact environnemental de la Ligue 1, mais il est très probable que les résultats obtenus n'aient rien à envier à nos amis britanniques.



L'écosystème du football français



340 000 tonnes
de CO2

émissions annuelles
de 28 500 Français

L'écosystème du football français est composé de très nombreuses parties prenantes. Chacune à son niveau participe à l'impact social, environnemental et économique. Prendre le temps de comprendre le fonctionnement global de ce milieu est essentiel pour engager sa transformation. Que l'on parle de football amateur ou professionnel, l'ensemble de l'écosystème doit assumer sa responsabilité et prendre sa part à l'effort collectif. On oppose trop souvent ces deux composantes et pourtant elles n'ont rien à envier l'une à l'autre en termes d'impact social et environnemental.

Au 30 janvier 2020, la FFF⁷ comptait 15 000 clubs amateurs, 2,1 millions de licencié·es dont plus de 200 000 femmes (155 000 joueuses), 254 000 dirigeant·e·s, 38 000 éducateur·rice·s et 21 672 arbitres. Le football professionnel, quant à lui, comptabilise 40 clubs et près de 1 800 joueur·euse·s.

Enfin, l'autre volet essentiel à prendre en compte dans l'impact environnemental du football est celui des grandes compétitions internationales. Avec une empreinte carbone de 2,16 millions de tonnes de CO2 (hors construction des stades), la dernière Coupe du Monde masculine est encore loin de la neutralité carbone. En France, la Coupe du Monde Féminine⁶ organisée en 2019 a émis 340 000 tonnes de CO2 (hors déplacement des supporters) soit les émissions annuelles de 28 500 Français·e·s.

De la construction d'un stade, à son entretien, en passant par les déplacements et la consommation d'énergies qu'il engendre, le football mondial et plus particulièrement français, n'a pas encore réellement et totalement mesuré l'impact de son empreinte environnementale. Devant l'urgence du dossier, il doit désormais se saisir du sujet et s'engager dans une vraie évolution de son modèle, en engageant dans cet effort collectif l'ensemble de son écosystème.

En mai 2020, l'Observatoire du Sport Business⁸ évaluait l'activité économique du football à 8 milliards d'euros et plus de 35 000 emplois. A ces simples chiffres, on sent déjà le potentiel d'impact d'un football engagé sur les thématiques écologiques et solidaires.

Si on y ajoute toutes les parties prenantes externes, le football devient un levier de transition puissant pour le monde sportif et la société en général. Les collectivités publiques et les marques l'ont compris depuis longtemps. L'enjeu pour le football français est donc d'engager l'ensemble de sa chaîne de valeur sur des chemins plus verts et plus responsables tout en maintenant une économie viable. L'idée ici est donc de brosser un rapide tour d'horizon des différentes forces en présence pour bien cadrer la suite de nos propos.



Les acteurs du jeu

Les pouvoirs publics

Les médias

Les lieux de pratique

Les parties prenantes économiques

Les instances

Rapide tour d'horizon des parties prenantes :

- Les instances du football : organisations impliquées dans l'organisation et le développement de la pratique du football en France. On y retrouve la FIFA, l'UEFA, la FFF, la LFP...
- Les pouvoirs publics : administrations chargées de la mise en place des politiques sportives que ce soit à l'échelle nationale, régionale ou locale.
- Les acteurs du jeu : les acteurs qui participent à la pratique et à son développement au quotidien, qu'ils soient amateurs ou professionnels.
- Les parties prenantes économiques : des détenteurs de droits, en passant par les licencié.es, les partenaires ou encore les pouvoirs publics, elles sont nombreuses à participer à l'économie du football.
- Les médias : qu'ils soient généralistes ou spécialisés, tous les médias parlent de football. L'émergence du football pratiqué par les femmes a également participé à l'élargissement de cette couverture médiatique, tout comme le développement des réseaux sociaux et des contenus digitaux.
- Les lieux de pratique : même si certains l'oublent parfois, le football reste un sport qui se pratique sur un terrain. Les lieux de pratique, qu'ils soient en plein air ou en salle, publics ou privés, ont des impacts sociaux, environnementaux et économiques non négligeables et ont un grand rôle à jouer dans la transformation de l'organisation et le développement de la pratique en France.

« —————
*Les supporter-ric-e-s de football
sont avant tout des
citoyen-ne-s qui se rassemblent
autour d'une même passion,
celle du ballon rond.*
————— »

Supporter-ric-e-s & Environnement : un sujet encore peu exploré

Il existe encore peu d'études à ce jour présentant la perception et les attentes des supporter-ric-e-s vis-à-vis des enjeux écologiques auxquels le football et leurs clubs sont de plus en plus confrontés. Ainsi, la parution de l'étude réalisée par les chercheur.ses de l'Institute of Management of Sant'Anna School of Advanced Studies de Pise en Italie dans le cadre du projet Life Tackle¹⁰ est riche en informations sur le sujet.

Dans la synthèse de cette étude proposée par le site Euractiv.fr¹¹, nous pouvons y lire que sur les 1 400 supporter.rices italiens et suédois interrogé-e-s en marge des rencontres étudiées, 90% d'entre eux-elles se disent en faveur de la protection de l'environnement. 86% de ces mêmes fans souhaiteraient que le football s'engage plus fortement sur ces thématiques. Mais l'autre aspect intéressant de cette étude est qu'elle pointe l'existence d'un écart entre l'envie des supporter-ric-e-s de voir un football plus engagé sur ces questions et la perception de leur propre impact et rôle sur le sujet.

Parmi ces parties prenantes essentielles à l'écosystème du football français : les supporter-ric-e-s. Nous les considérons ici au sens large. Nous incluons donc toute personne amenée à assister à une rencontre de football, en division professionnelle comme amateur. Elle recoupe donc autant les spectateur-ric-e-s présent-e-s dans le stade (abonné-e-s, ultras, actif-ve-s, occasionnel-le-s, sponsors, invité-e-s, en tribunes comme en loges et salons, parents, ami-e-s, familles en bordure de terrain.) ou en dehors (dans des lieux publics ou privés qui assistent à des matchs sur tous les supports audiovisuels). Ça en fait du monde, n'est-ce pas ?

Mais pas question de hiérarchiser ou d'exclure tel ou tel type de supporter-ric-e-s. C'est par leur diversité qu'ensemble, elles et ils font le football et par conséquent son impact.

En les plaçant au centre du jeu, elles et ils deviendront des acteur-ric-e-s important-e-s de la réussite de la transition écologique et solidaire du football. Selon le comédien fondu de football, Eric Elmosnino⁹, "les supporter-ric-e-s de football veulent être acteur du match, et aussi de la vie de leur club." Ainsi, les engager comme partie prenante à part entière de cette transition donnerait encore plus de sens aux actions initiées par les institutions, clubs ou stades. Sans spectateurs dans les stades, "c'est comme si nous étions passés de la 3D à la 2D. Il n'y a plus de relief". Il en sera de même avec les sujets sociaux et environnementaux. Sans l'implication des supporter-ric-e-s leurs effets seront bien minimes par rapport aux enjeux auxquels doit faire face le football.

Avant de les impliquer, il est également important de comprendre la perception et les attentes que les supporter-ric-e-s ont de ces sujets, tout en évaluant leur impact environnemental dans leur façon de vivre le football.



Pour les supporter·rice·s, les instances internationales, qu'elles soient politiques ou sportives, ont la plus grande responsabilité sur le sujet et doivent apporter des solutions aux acteurs du football. Le niveau d'attente sur ces sujets vis-à-vis des clubs et gestionnaires de stades est moins élevé alors que ce sont ces deux acteurs qui ont un réel pouvoir sur la mise en place d'actions directes auprès des fans, et par conséquent sur leur prise de conscience et leur envie de passer à l'action sur ces sujets. Sur les thématiques classiques de gestion des déchets ou encore de réduction de l'usage du plastique et du gaspillage alimentaire, une très forte majorité des supporter·rice·s (+ de 80%) se disent prêts à agir. Cependant, de nombreux secteurs à fort impact environnemental restent en dehors de leurs préoccupations : gestion de l'énergie, de l'eau, les transports...

C'est pourtant sur ce dernier point que les supporter·rices ont une grande part de responsabilité. En fonction des compétitions ou événements, le transport des supporter·rice·s représente entre 75% et 95 % de l'empreinte carbone selon la méthodologie de calcul adoptée par l'organisateur^{12,13}. Deux tiers des supporter·rice·s ayant participé à l'étude se rendent au stade en voiture et pour 20% d'entre eux·elles, une fin de non-recevoir est assumée lorsqu'on leur propose de changer leurs habitudes pour un transport plus doux. Par exemple, à Bordeaux, seul·e·s 20% des spectateur·rice·s se déplacent en transport en commun pour aller supporter les Girondins de Bordeaux¹⁴. Dans une vidéo¹⁵ sur l'impact environnemental d'un match de Ligue 1 en 2017, L'Equipe révélait que les déplacements des supporter·rice·s assistant au match Lyon - Dijon avaient représenté ce soir-là l'équivalent de 60 tonnes de CO₂, soit autant qu'une voiture ayant fait 8 fois le tour de la Terre. En France, la tendance à construire les nouveaux stades en périphérie des villes n'a pas participé à diminuer le phénomène. Même s'ils ne sont pas à l'origine de ces décisions, il devient cependant urgent de faire prendre conscience aux supporter·rice·s de la réalité de leur impact et de les accompagner à changer leurs habitudes. Selon l'étude Life Tackle, près de la moitié d'entre eux·elles estiment que l'effort doit être collectif, 48,4% pensent que modifier leur comportement individuel ne changeraient rien.

Consultation Nationale - Football Écologie France

En France, et au sortir du premier confinement, Football Écologie France a lancé une campagne de consultation nationale pour recueillir la vision des Français·e·s sur le lien entre le football et l'écologie. Ce questionnaire a permis d'attirer l'attention sur le sujet, de faire connaître la démarche de l'association et d'avoir un aperçu chiffré des attentes et de la vision de la population. 1 600 personnes ont répondu à cette première consultation dont l'analyse des résultats a permis d'extraire des données corroborant celles présentes dans l'étude Life Tackle.

Globalement, la perception de l'influence du football professionnel sur la société est plutôt négative mis à part pour la catégorie d'âge 16-25 ans. Le football amateur semble lui, avoir une meilleure image.

Par ailleurs, les objectifs prioritaires du football qui ont été majoritairement plébiscités par les répondant·e·s sont : "créer du lien social" et "montrer l'exemple, éduquer et avoir une influence positive sur la société". 77% des personnes interrogées (notamment les plus proches de ce milieu) pensent que le football n'est pas un sport écologique et 72% pensent qu'il pourrait être un sport exemplaire. Plusieurs actions prioritaires ont été identifiées par les répondant·e·s pour engager le football vers

une trajectoire plus responsable et respectueuse de l'environnement : "réduire les déchets", "favoriser les énergies renouvelables", "sensibiliser les acteurs du football", "réduire les déplacements"...

La transition écologique du football reposerait largement sur les instances du football (83%), sur les clubs professionnels (77%) mais également sur les collectivités (70%). Pour ce qui est de l'implication des supporter·rice·s, nous avons noté que les personnes allant occasionnellement au stade (60% des répondant·e·s) ont significativement exprimé "les supporter·rice·s sont un acteur clé d'un football en transition".

Dans tous les cas, si il était engagé dans la transition écologique, les 1 600 répondants auraient une meilleure perception du football professionnel, amateur et de son influence sur la société. Parmi eux, seulement 4% sont d'accord avec le fait qu'il œuvre pour la transition écologique. 1 répondant·e sur 5 a connaissance d'actions écologiques menées par les acteurs du football. 95% d'entre eux·elles aimeraient que leur club préféré ou celui de leur ville mettent en place des actions pour l'environnement et une grande majorité seraient prêts à y contribuer.

83% des répondant·e·s pensent que les citoyen·ne·s et les collectivités peuvent significativement contribuer aux actions de transition écologique dans le football. A travers cette consultation, les personnes interrogées ont également pu faire part de leurs remarques et réflexions sur le sujet de la durabilité de ce sport.

Football & transition écologique

2020

Consultation nationale

Globalement, l'idée principale qui ressort de ce sondage est que malgré l'image négative que véhicule le football professionnel, ce sport a les moyens de se réinventer et de devenir un acteur majeur de la transition écologique et solidaire de la société. Pour cela, il devra se donner les moyens d'agir et de collaborer avec l'ensemble des parties prenantes (supporter·rice·s, équipementiers, collectivités, joueur·se·s ...) afin d'engager l'ensemble de son écosystème dans une démarche plus durable.

Par ces deux études consacrées à la vision des supporter·rice·s sur le lien existant entre football et éco-responsabilité, on s'aperçoit que ces dernier·e·s souhaitent s'engager aux côtés de leur club et contribuer aux initiatives mises en place par les organisateurs (clubs, instances...). Malgré l'existence de freins empêchant le passage à l'acte des principaux acteurs du secteur, les opportunités offertes par cette transition écologique sont aussi très nombreuses pour le football.



Consultez les résultats de la consultation nationale Football & Transition écologique
<https://www.football-ecologie.fr/eco-supporterisme>

La RSE et la durabilité : un rapprochement récent qui interroge

Le lien entre RSE et durabilité n'a pas toujours été présent que ce soit dans la société, le monde de l'entreprise ou dans le football. Un rapide retour en arrière s'impose pour mieux comprendre les subtilités d'un sujet vaste et complexe¹⁶.

La RSE ou Responsabilité Sociétale de l'Entreprise est apparue dans les années 60 aux Etats-Unis lorsque des entrepreneurs ont souhaité exercer une influence positive sur leur environnement à travers l'activité de leur société. Initialement, cette volonté avait pour finalité de servir la performance de l'entreprise en améliorant son image, en contribuant au bien-être des salariés, qui par conséquent, deviendraient plus efficaces ou encore en prouvant à ses parties prenantes externes qu'elle était digne de confiance pour renforcer les relations commerciales.

En ce qui concerne le développement durable, il vise à satisfaire les besoins des générations présentes sans compromettre ceux des générations futures.

Il s'est imposé à partir des années 80 et 90 dans les discours politiques notamment. Ces deux concepts se sont développés de façon parallèle jusque dans les années 90 : d'un côté la RSE abordait le rôle des entreprises, leurs intérêts financiers et leur contribution à la société ; de l'autre la durabilité évoquait l'intérêt général, l'avenir de la planète et potentiellement le rôle des Etats dans sa préservation.

Bien que la définition de la durabilité suscite des controverses (de quels besoins est-il question? Qui les définit? Sont-ils identiques pour toutes les populations, tous les pays de façon équivalente indépendamment de leur niveau de vie, de développement et d'industrialisation?), le concept même est devenu incontournable pour les différents acteurs de la société. Les organisations internationales se sont emparées du sujet au cours des années 90 et l'ont intégré à l'Agenda 21 issu de la Conférence des Nations Unies pour l'Environnement et le Développement à Rio en 1992.

Pendant cette décennie, les piliers (social, économique et environnemental) de la durabilité vont être appliqués par des « entrepreneurs institutionnels » au concept de RSE.

Le rapprochement entre durabilité et RSE et la responsabilité des entreprises dans la prise en compte du développement durable vont être consacrés par l'Assemblée Générale des Nations Unies en 1998 et par la Commission Européenne quatre ans plus tard, en 2002. Cette dernière estime que la RSE est « intrinsèquement liée au développement durable ». Des normes internationales, des systèmes de certification et des guides ont alors été établis pour accompagner les entreprises dans leur développement plus responsable (norme ISO 26000 sur la RSE, ISO 20121 pour certifier le système de management d'un événement etc...).

PARTIE 2

POUR UN FOOTBALL ÉCO-RESPONSABLE

La prise de conscience des enjeux de durabilité par les acteurs du football : une étape vers l'éco-supportérisme

Un football « social » par nature

Ce rapprochement entre deux notions auparavant divergentes a ainsi été entériné par les organisations internationales au point qu'elles sont aujourd'hui assimilées l'une à l'autre dans le langage courant et entrepreneurial, pour le moins en Europe et en France. Le cadre est général et plusieurs interprétations sont possibles selon les contextes internes et externes à chaque entreprise. Les acteurs bénéficient d'une certaine marge de manœuvre et peuvent s'engager de façon volontaire pour intégrer les principes de durabilité dans leur fonctionnement.

Les entreprises comme les autres acteurs, et a fortiori ceux évoluant dans la sphère du football, ont donc un rôle politique à jouer et une responsabilité à assumer. Le monde du ballon rond a lui aussi entamé, à sa façon, sa transition au cours des années 2000 et la poursuit selon des priorités d'action et des degrés d'avancement propres à chaque acteur.

Qui dit football implique jeu, donc équipes, souvent rattachées à des clubs amateurs ou professionnels. Par essence, les clubs de football ont pour mission d'encadrer la pratique sportive de leurs membres. Les enjeux sociaux sont assez naturellement inhérents à cette activité. En effet, le simple fait de réunir des êtres humains, de tous âges, et de les faire pratiquer ensemble un sport, en l'occurrence le football, crée de fait une forme de société. Des rapports entre les individus s'établissent, ils dialoguent, échangent, vivent ensemble et partagent des émotions – qui ne sont pas obligatoirement positives ou vertueuses – au cours de la saison. D'ailleurs, les clubs (même professionnels) reposent en premier lieu sur une association, avec des statuts, un bureau élu, des assemblées générales et une gestion démocratique. Les clubs professionnels ont ajouté une entité commerciale à cette structure associative de base qui demeure en charge de la pratique sportive des plus jeunes et des femmes. Bien que contestables, les discours autour des valeurs éducatives et sociales de la pratique sportive (vivre-ensemble, apprentissage du fair-play, de la solidarité, de l'entraide) sont omniprésents et ont conforté l'idée que les clubs sont des lieux de vie, voire « d'éducation »¹⁷. Ils ont octroyé un certain niveau de responsabilité aux clubs. Il est désormais attendu que leur action exerce une influence positive sur leurs membres (voire sur la société) en termes d'éducation ou d'insertion sociale.

Une prise de conscience et une structuration croissante autour des enjeux de durabilité

Certains clubs ont endossé cette responsabilité de façon automatique et sans même forcément en avoir conscience en transmettant des principes de base tels que dire bonjour, respecter autrui (les partenaires, les adversaires, les arbitres, les dirigeant·e·s), aider à ranger le matériel, se présenter avec un équipement propre etc... Ces clubs agissent a minima socialement sur leur environnement depuis toujours.

D'autres, indépendamment du niveau de pratique, ont poussé la logique plus loin en définissant des politiques éducatives plus complètes (instauration d'aide aux devoirs, projets culturels, découverte de métiers, etc...) sans forcément les relier au concept de RSE.

Enfin, certains clubs, amateurs comme professionnels, ont structuré leurs engagements en développant des politiques RSE qui recouvrent les trois dimensions du développement durable.

Le Rapport "Jouons la Collectif" de la Saison 19/20¹⁸, un panorama sociétal du football français édité chaque année depuis 2016 par la Ligue de Football Professionnel (LFP), recense les actions réalisées par les clubs professionnels pendant la saison. Il fournit un nombre considérable de données majeures sur le sujet et va permettre d'éclairer les éléments qui suivent.

Il est intéressant de noter que le parcours des clubs qui s'investissent aujourd'hui dans la RSE a suivi les trois étapes qui viennent d'être décrites :



- Existence préalable d'actions et d'engagements, notamment sociaux, sans formalisation ou rattachement au concept de RSE. L'intégralité des clubs professionnels s'est par exemple engagée dans des actions sociétales ou environnementales la saison passée. En tout, 2800 actions ont été recensées pour un engagement financier estimé à plus de 60 millions d'euros.
- Formalisation d'une politique, souvent via la création d'une fondation ou d'un fonds de dotation (ou d'une association dédiée) qui devient le bras armé des clubs professionnels en termes d'action externe. Les fondations du PSG, de l'OL et du TFC ont été créées dans les années 2000. Le pilier social y est souvent prédominant mais des actions environnementales ou économiques sont également menées. D'après le rapport de la LFP, 17 structures sont en charge des projets RSE au sein de 12 clubs professionnels. Trois autres ont des programmes dédiés sans structure rattachée et six clubs étudient la possibilité de créer "une entité dédiée à la RSE".
- Complétion de l'engagement du club avec les dimensions économiques et environnementales en capitalisant sur le pilier social existant (création d'un plan d'actions RSE, d'une direction, d'un département...).

Comme les entreprises de façon générale, les clubs de football ont donc assimilé RSE et durabilité, traduisant souvent leur engagement pour la société en créant une structure chargée de mettre en place des projets en grande partie sociaux. L'idée sous-jacente est souvent de « rendre à la société », de « donner en retour ». Donner en retour d'une confiance octroyée par les parents qui confient leurs enfants à un club, donner en retour d'un engagement des supporter-riche-s qui investissent leur temps et leur argent pour venir soutenir leur équipe de cœur, donner en retour des pouvoirs publics qui ont consenti des aménagements ou des subventions. Les thématiques principales mises en avant par les clubs interrogés sur leurs priorités d'action RSE sont donc essentiellement sociales. La liste des sujets RSE les plus importants pour les clubs est à ce titre éloquent : « éducation et citoyenneté ; intégration et lien social ; soutien à des associations caritatives ; actions spécifiques liées à la COVID-19 ; soutien au football amateur¹⁹. »

«

« Aujourd'hui un club peut atteindre des objectifs forts de préservation des ressources naturelles et de lutte contre le changement climatique avec une politique certes volontariste mais réaliste. »



Sylvain Krummenacher
Chargé de communication ADEME Nouvelle Aquitaine

»

Les enjeux environnementaux, moins naturels pour les acteurs du football, apparaissent de plus en plus, notamment chez ceux dont les démarches RSE sont les plus structurées. Cette émergence d'une conscience environnementale est en partie inspirée par les instances et fait suite à l'organisation en France de grands événements sportifs internationaux.

L'émergence récente d'une conscience environnementale en partie inspirée par les instances

Les instances, les pouvoirs publics et les clubs de football amateurs et professionnels commencent à prendre conscience et à mettre en place des dispositifs et des actions « vertes » afin de préserver l'environnement des conséquences de la pratique du football. Avec la tenue de la COP21, de l'UEFA EURO 2016™ et de la Coupe du monde féminine de la FIFA, France 2019™, les questions environnementales sont largement remontées dans l'échelle des problématiques de développement durable en France. Globalement, les instances nationales (clubs, fédérations, ligues professionnelles) s'inscrivent dans une structuration croissante des organisations internationales sur le sujet et disposent de quatre leviers principaux pour agir sur ces thématiques :

- Organisation plus responsable de leurs événements
- Soutien d'acteurs engagés
- Travail de lobbying et d'accompagnement, notamment de leurs membres
- Mobilisation des parties prenantes, sensibilisation et communication/ mise en lumière des enjeux et actions

FIFA

Du côté de l'instance internationale, la prise en compte de l'aspect environnemental de ses activités est apparue au début des années 2000 avec les premières actions menées à l'occasion de la Coupe du monde 2006 en Allemagne. Ces actions principalement à l'initiative du comité d'organisation local éveillent les consciences et poussent la FIFA à se questionner sur l'impact de ses événements. Le programme Green Goal²⁰ voit ainsi le jour. En 2009, le Département de la Durabilité et de la Diversité s'empare du sujet et travaille à la mise en place des premières actions communes FIFA –

Comité d'organisation local. L'instance dirigeante du football mondial mesure ainsi l'impact de ses événements et se lance dans un programme de compensation carbone en s'appuyant sur des projets validés et soutenus par l'ONU. En 2010, à l'occasion d'une Coupe du monde jeunes orga-

nisée en Colombie, la FIFA travaille son premier projet de reforestation local. C'est en 2014, au Brésil, que la FIFA lance sa première stratégie avec des objectifs précis en matière de gestion de son impact environnemental. Depuis, chaque Coupe du monde masculine possède désormais une stratégie RSE avec comme pilier incontournable l'environnement. La Coupe du monde féminine qui s'est déroulée en France en 2019²¹ est la première épreuve à se doter d'une stratégie RSE commune FIFA / Comité d'organisation faisant l'objet également d'une étude d'impact intégrant



un volet environnemental spécifique aux côtés des volets économiques et sociaux. De plus, des critères environnementaux ont été intégrés dans les différents processus d'attribution des événements FIFA à l'occasion de l'appel à candidature pour la réception de la Coupe du monde 2026. Bien que pris en compte, ces critères ne pèsent pas encore assez dans l'attribution finale de l'organisation. Si, d'un point de vue stratégique, la FIFA se mobilise et se structure sur ces sujets, il est encore difficile d'en voir les effets au niveau opérationnel, les habitudes étant

longues à faire évoluer dans ce genre de structure. Il est à noter que depuis 2018, la FIFA est signataire de la charte de l'ONU engageant le monde du sport à lutter contre le réchauffement climatique. Les grandes lignes de ce document fédérateur donnent le chemin à suivre à l'ins-

tance internationale qui travaille à la préparation d'une stratégie environnementale afin d'engager avec elle ses parties prenantes tant internes qu'externes, en s'appuyant sur l'impact de ses événements pour amorcer une transformation écologique de ses activités. Enfin, sur le volet social, la FIFA s'est dotée en mars 2018 d'une fondation dont l'objectif est de promouvoir le changement social dans le monde et d'obtenir des aides pour la réparation ou la reconstruction d'infrastructures sportives abîmées ou détruites.



L'UEFA s'est dotée d'une unité Football et Responsabilité Sociale (FRS) en 2007. Dix ans plus tard, pour le cycle 2017-2021, le budget FRS de l'UEFA représente près de 5 millions d'euros investis dans des actions autour de différents piliers (diversité, inclusion, santé, environnement etc...).

Ces actions de FRS sont complétées par celles de la Fondation UEFA pour l'enfance créée en 2014²². Elle a « pour but de venir en aide aux enfants et de défendre leurs droits, par exemple par le biais du sport et du football en particulier, en apportant son soutien notamment dans les domaines

de la santé de l'enfant, l'éducation des enfants, l'accès au sport, le développement personnel de l'enfant, l'intégration des minorités ainsi que la défense des droits de l'enfant ». L'engagement de l'UEFA sur les sujets écologiques se traduit par le soutien à des acteurs associatifs engagés sur

les thématiques environnementales, par l'organisation plus responsable de ses événements et par un travail d'accompagnement, de lobbying auprès de ses associations membres. Lors de l'UEFA EURO 2016 en France, l'organisation a obtenu la certification ISO 20121 pour attester du respect et de l'intégration des normes de déve-

loppement durable dans son management. Les impacts organisationnels de cette démarche ont été nombreux en France, ils ont conduit les acteurs à s'adapter pour coller au cadre imposé. Enfin, en janvier 2021, l'UEFA a publiquement annoncé

soutenir le Pacte Européen et s'est engagé "à impliquer le monde du football au service de la sensibilisation à l'urgence climatique²³". Un plan de communication de trois ans viendra soutenir cet engagement et l'objectif d'organiser un Euro 2024 eco-friendly en Allemagne a notamment été pris.





MINISTÈRE DES SPORTS

Liberté
Égalité
Fraternité

En janvier 2017, le ministère des Sports a lancé en partenariat avec WWF la charte des 15 engagements éco responsables²⁴ pour accompagner les organisateurs de grands événements sportifs dans leur démarche RSE. Cette charte décline 15 grands principes avec différents niveaux d'objectifs. Elle fixe un cadre qui permet à chaque organisateur de déterminer quelles seront ses priorités d'action pour intégrer progressivement les thématiques du développement durable à son fonctionnement. Ne s'agissant pas d'un document coercitif, aucune obligation de résultat n'est imposée. Ce positionnement stratégique a permis de rallier un grand nombre d'événements et d'organismes pour signer cette charte et s'engager.

Ce succès de la charte a conduit le WWF et le ministère des Sports à décliner le concept pour les grands gestionnaires d'infrastructures sportives en juin 2018 et aux établissements publics à l'automne 2020. 19 gestionnaires et 63 organisateurs (dont 10 ayant signé également la charte des gestionnaires) se sont engagés dans cette démarche. Ce réseau des signataires regroupe 32 fédérations sportives, 37 équipements sportifs pour plus de 350 événements et grands événements sportifs sur le territoire²⁵. La V2 de la charte est attendue au cours du premier semestre 2021 pour accélérer la transformation du milieu sportif. Cette nouvelle version intégrera les nouveaux enjeux d'éco-responsabilité de l'événementiel sportif. Elle permettra également de s'aligner sur les Objectifs de Développement Durable (ODD) de l'ONU ainsi que sur les objectifs environnementaux nationaux. La notion d'évaluation des engagements prend également plus de poids et engagera plus fortement les signataires à communiquer sur les résultats obtenus et les moyens mis en place pour y arriver.

«

« Les organisateurs d'événements et gestionnaires d'équipements signataires choisissent de s'inscrire concrètement dans cette dynamique ambitieuse impulsée par le ministère des Sports car ils sont conscients du rôle d'exemplarité qu'ils peuvent jouer. »

Ministère des sports

»



La Ligue de Football Professionnel (LFP) encourage elle aussi ce développement durable en « assurant un rôle de conseil, d'expertise, de veille (...) ou encore en impulsant des initiatives à l'échelle nationale ». La création d'un poste dédié à la RSE en 2017 démontre la volonté de l'organisation d'investir ces sujets sur le long terme. A ce titre, la nomination de Nathalie Boy de la Tour, ancienne présidente du Fondaction du Football à la tête de l'instance a permis à ces sujets d'obtenir une nouvelle résonance dans l'espace médiatique et public entre 2016 et 2020. La LFP a intégré depuis quelques années les thématiques environnementales dans sa stratégie RSE. Elle fait partie des signataires de la charte des 15 engagements du ministère chargé des Sports et a établi différents partenariats. Elle s'est associée en avril 2019 à la branche hexagonale du Fonds mondial pour la nature (WWF France²⁶) pour définir trois objectifs :

- Sensibiliser le grand public aux enjeux de biodiversité et de la protection de l'environnement.
- Sensibiliser les joueurs des centres de formation à ces mêmes enjeux (dans le cadre de l'Open Football Club en collaboration avec le Fondaction du Football).
- Réduire l'empreinte environnementale des clubs²⁷.

Par ailleurs, la LFP a développé trois fiches pratiques avec différents niveaux d'objectifs (minimum, intermédiaire – définis selon les objectifs de la charte des événements écoresponsables, et exemplaire) dans l'optique d'accompagner les clubs dans leur transition écologique, en particulier sur trois thématiques : vers un match zéro plastique, vers une alimentation responsable, vers un club zéro déchet. Par ailleurs, l'ajout d'un critère « stade écoresponsable » dans sa licence club est entré en vigueur lors de la saison 2019-2020²⁸. Si la saison passée l'environnement ne faisait pas partie des thématiques RSE considérées comme les plus importantes pour les clubs interrogés, force est de constater qu'une dynamique réelle est en cours pour faire évoluer les pratiques. De nombreux chiffres encourageants sont détaillés dans le rapport « Jouons-là collectif ».

- « **65 %** des clubs proposent désormais des poubelles double flux au grand public, et **25 %** d'entre eux ont mis en place le traitement des biodéchets.
- **45 %** des clubs se sont engagés dans une ou plusieurs initiatives pour réduire la quantité de déchets produite lors d'un match et 7 clubs sur 10 se mobilisent pour réduire la quantité de plastique à usage unique utilisée.
- 9 clubs sur 10 sélectionnent des produits locaux pour leurs prestations VIP / Hospitalités, 7/10 pour les prestations grand public ou encore pour la restauration des joueur·se·s.
- Deux tiers des clubs sont prêts à envisager de réaliser tout déplacement dont le trajet serait inférieur à 4h en bus, voire le font déjà. »

En s'engageant via des partenariats, en interrogeant les clubs sur leurs pratiques, en partageant les différentes initiatives et en fournissant des fiches pratiques pour les inciter à agir, la LFP joue un rôle majeur pour aider les clubs professionnels à s'investir dans les sujets environnementaux.

FFF et Fondation du Football



La Fédération Française de Football (FFF) et le Fondation du football centrent leur action sur les clubs amateurs. A la suite de l'organisation du Mondial féminin en 2019, la Fédération Française de Football a décidé de créer sa propre stratégie RSO (responsabilité sociétale des organisations) et de nommer un référent RSO au sein de ses équipes. Elle est devenue également signataire

de la charte des 15 engagements (organisation des matchs internationaux et de Coupe de France). Depuis 2014, la FFF propose à ses 15 000 clubs un catalogue d'actions sociales, éducatives et environnementales intégrées dans le Programme Educatif Fédéral (PEF²⁹). Le Fondation du Football, fonds de dotation créé par les instances françaises pour œuvrer à la mise en place d'un football durable et responsable, propose depuis 2008 différents projets axés sur la durabilité. Juridiquement indépendant, le Fondation du Football sert de laboratoire d'innovation sociale. Grâce à des projets d'intérêt général, il établit le lien entre football amateur et professionnel et crée des connexions entre le milieu associatif, l'ESS et le football. Il est avec la LFP notamment à l'initiative de l'Open Football Club³⁰, un programme d'actions sociales et citoyennes dédié aux centres de formation des clubs professionnels. Chaque année, depuis 2008, les trophées Philippe Séguin récompensent via un appel à projet les clubs innovants et engagés sur quatre thématiques (éducation et citoyenneté ; mixité et diversité ; solidarité et inclusion ; santé et environnement). Cette mise en avant de tels projets permet de souligner l'engagement des clubs récompensés, de reconnaître la qualité de leurs actions et d'inspirer de nouvelles vocations parmi les clubs amateurs ou professionnels. Il est d'ailleurs intéressant de noter que l'évaluation des projets repose en partie sur des critères comme la répliquabilité et le budget, ce qui démontre la volonté d'universaliser leur application et d'essaimer les pratiques exemplaires.

En collaboration avec l'ADEME, le Fondation du Football a publié deux guides : un premier pour les écogestes du jeune footballeur, un deuxième pour les écogestes du club, recensant ainsi des actions simples à la portée de tous les clubs de France. Il a également publié une charte³¹ pour un football solidaire et responsable signée par l'ensemble des acteurs du football français en vue de l'UEFA EURO 2016. L'un des sept engagements porte sur l'environnement.

Cet élan collectif entraîne les différents clubs professionnels mais aussi amateurs dans des projets et actions en faveur de la préservation de l'environnement. Les instances ont pris conscience de leur rôle de prescripteur auprès de leur écosystème et de l'importance d'assumer leur propre responsabilité en la matière. Ce processus de prise de conscience a pris du temps, mais est bien enclenché.

S'engager pour un fonctionnement plus responsable

Certains clubs travaillent depuis plusieurs années sur les aspects sociaux du développement durable, via leur fondation, et commencent à s'intéresser de près aux problématiques environnementales. Ils ont de plus en plus conscience de leur pouvoir éducatif et citoyen sur l'ensemble de leur territoire. Le football est alors utilisé comme support pédagogique pour transmettre les messages sociaux, éducatifs ou environnementaux et sensibiliser les supporter·rice·s de demain.

«

« Nous mesurons quantitativement et qualitativement l'adhésion très forte des supporters de l'Olympique Lyonnais aux projets portés par la fondation. C'est une fierté pour les supporters car ils savent distinguer le sportif de l'intérêt général. Au vu de l'importance que prend le sujet dans la société, les supporters ne pourraient être que satisfaits de nous voir agir sur le développement durable »³²

Maëlle Trarieux - Directrice RSE Olympique Lyonnais

»

De façon générale, un club de football, peu importe son niveau et son degré de professionnalisation, peut décider d'intégrer la durabilité dans son fonctionnement, son management et l'organisation de ses événements. Cet engagement peut passer par la mise en place d'un plan d'actions RSE qui agit sur les trois dimensions de la durabilité et complète les programmes éducatifs ou de sensibilisation des fondations, fonds de dotation et associations. Il peut aussi se traduire par des actions ponctuelles en faveur de l'un ou l'autre de ces piliers. Les Girondins de Bordeaux, le Lille OSC, l'Olympique de Marseille et l'Olympique Lyonnais ont signé la charte des 15 engagements écoresponsables. Cette charte permet à chacun de suivre ses progrès sur les différentes thématiques, d'entraîner l'ensemble des services dans une démarche collective et de bénéficier de l'expérience du réseau des signataires. Ces clubs, en tant qu'organisateur de rencontres de football, vont pouvoir agir sur des sujets tels que l'alimentation, les achats responsables, le recyclage des déchets, la maîtrise des consommations d'eau et d'énergie, la mobilité douce ainsi que la préservation de la biodiversité. Il s'agit d'un exemple d'engagement mais d'autres options sont possibles. Les certifications et différents référentiels (AFNOR, Global Compact, ISO...) proposent des cadres pour que chaque acteur ayant la volonté de s'engager puisse le faire. Leur capacité d'action dépend toutefois d'éléments structurels liés par exemple à leur statut, à leur taille et au fait d'être propriétaire ou gestionnaire d'une infrastructure. L'Olympique Lyonnais fait office de référence en France dans le domaine de la RSE et sa prise en compte des thématiques environnementales, et pour cause.



Depuis 2013, et son introduction en bourse, OL Groupe a l'obligation de renseigner les indicateurs de sa performance extra-financière, éléments intégrés à son rapport annuel. Cette remontée d'informations permet de comparer les données d'une année à l'autre, de les suivre et de les optimiser. Des chiffres précis sur la consommation en eau, gaz, électricité, sur la gestion des déchets, sur la biodiversité sont donc à disposition de la direction RSE du club qui peut décliner un plan d'action adapté pour optimiser son impact. Avec la construction de son stade, OL Groupe est devenu en 2016 propriétaire et exploitant de son enceinte, du nouveau centre d'entraînement et du centre de formation, le tout sur un site naturel de 45 hectares. Par conséquent, le club a toute latitude pour agir et si besoin adapter le fonctionnement de ses infrastructures. Le partenariat historique entre le club et Veolia a de plus permis de pousser la collaboration sur la gestion des déchets en intégrant une centrale de tri dans le stade. La quasi-totalité des clubs professionnels sont locataires des stades, souvent propriétés des villes. Leur capacité d'action est donc aussi liée aux engagements des gestionnaires de leurs stades respectifs (SBA et la mairie de Marseille), tous deux également signataires de la charte des gestionnaires. L'Olympique de Marseille, devenu gestionnaire exclusif de l'Orange Vélodrome en 2019, bénéficie a priori d'une plus grande marge de manœuvre pour agir sur le fonctionnement courant de son stade. Cette synergie au niveau local devrait permettre aux acteurs concernés de mettre en place des actions en faveur de la durabilité.

«

« Le football vit aujourd'hui une crise profonde. Crise sanitaire, crise économique mais aussi crise culturelle comme en témoignent les difficultés actuelles de nombreux clubs amateurs ou les conflits en cours entre supporters et dirigeants dans des grands clubs français. Le monde du football doit repenser son modèle de développement. C'est donc un excellent moment pour réfléchir aux actions que le football devrait mettre en place pour favoriser la transition écologique. »

Nicolas HOURCADE - Sociologue et spécialiste des supporters de football

La cohérence : un équilibre délicat à trouver pour crédibiliser l'engagement

Des projets peuvent être ponctuels, d'autres agissent sur la structure même de l'organisation concernée et son fonctionnement quotidien alors que certains se greffent indépendamment et en complément d'une activité journalière déterminée. Ces alternatives ne sont pas du tout exclusives les unes des autres. Au contraire, elles peuvent et devraient même idéalement être cumulées.

Pour être crédibles, il est préférable que les acteurs adoptent une vision et une stratégie d'ensemble qui assurent la cohérence entre la gestion de leurs affaires courantes et leurs engagements en faveur de la transition écologique et solidaire. La continuité est indispensable pour garantir des effets sur le long terme. L'écologie, la lutte contre le changement climatique et la protection de l'environnement ne devraient pas être tributaires d'une quelconque orientation politique mais idéalement faire partie d'un ensemble d'engagements inamovibles qu'une organisation s'astreint à tenir sur le long terme. La démarche de durabilité est transversale et s'inscrit dans un temps long. Elle doit être portée par l'ensemble de la structure comme ses partenaires, les équipes opérationnelles comme les directions, les équipes sportives et les encadrants. Cette vision devrait pouvoir influencer chaque décision prise au sein de l'organisation en veillant à intégrer des considérations environnementales. Elle permettrait d'éviter de tomber dans l'écueil terrible d'afficher des convictions ou engagements qui sont contraires à certaines actions entreprises par ailleurs.

Le « greenwashing » est une menace qu'il ne faut pas nier ou ignorer, c'est certain. Les enjeux de réputation et d'image sont importants autour de ces sujets. Ils peuvent inciter les acteurs à agir mais aussi générer potentiellement de fortes tentations de se les approprier et de les afficher, parfois en dépit de contradictions essentielles. Trouver une cohérence entre engagements réels, obligations économiques ou politiques, image projetée n'est pas évident. Ces engagements, qu'ils trouvent leur source dans le football amateur ou professionnel, s'appuient pour réussir d'une part, sur le soutien indéfectible de la gouvernance du club et d'autre part, sur l'implication de l'ensemble des parties prenantes incluant évidemment les supporters. C'est avec tous ces éléments qu'une réelle démarche en faveur de la transition écologique et solidaire pourra être engagée.

L'ÉCO-SUPPORTÉRISME : UNE AMBITION COLLECTIVE AU SERVICE DE LA DURABILITÉ

PARTIE 3

L'éco-supportérisme est un mouvement qui développe la proactivité citoyenne et écologique d'un·e supporter·rice et lui permet d'agir sur sa propre pratique sportive mais aussi de contribuer aux actions organisées par son club.



Concept et objectifs

Les supporter·rice·s sont ici considéré·e·s au sens large, c'est-à-dire tous les fans ou associés : staff, dirigeant·e·s, bénévoles et joueur·se·s d'un club, parents de jeunes joueur·se·s, téléspectateur·rice·s, spectateur·rice·s, abonné·e·s au stade, partenaires économiques d'un club, équipes techniques d'une mairie, e-gamers, instances nationales et locales, ministères, etc. Chacun à son niveau, individu ou organisation, peut contribuer à l'éco-supportérisme d'abord en prenant conscience des enjeux de durabilité et ensuite en agissant sur la réalité. Plus globalement, le concept d'éco-supportérisme traduit aussi l'ambition et la volonté de fédérer et de mobiliser l'ensemble des acteurs (ici du football) dans une dynamique collective pour une transition écologique et solidaire.

Pour cela, l'éco-supportérisme vise à :

- Soutenir les initiatives existantes afin de favoriser le partage et les retours d'expériences ;
- Rendre plus solidaire l'écosystème en développant des initiatives croisées et innovantes, à toutes les échelles et pour tous les publics ;
- Généraliser la prise de conscience individuelle et collective de toutes les parties prenantes sur leur capacité d'action et les enjeux écologiques ;
- Faciliter la diffusion et l'application de stratégies et de comportements écoresponsables de toutes les parties prenantes.

La balle est aussi dans le camp des supporter-rices

Les prises de conscience sont en train d'opérer dans le football. Les niveaux d'avancement et d'engagement diffèrent d'un organisme à l'autre et reflètent l'extrême diversité du paysage sportif. Les budgets, les types de structures, les règlements, les volontés et sensibilités individuelles ou collectives, sont autant de variables qui déterminent le positionnement des différents acteurs. Il en va de même pour les supporter-rices. Évoquer un modèle unique serait projeter une représentation schématique voire stéréotypée des supporter-rices. **Cette définition, volontairement large, cherche à englober toute la diversité des personnes qui, de façon ponctuelle ou assidue, « consomment » du football. Spectateur-rices, téléspectateur-rices, joueur-se-s, encadrant-e-s, parents, supporter-rices individuels ou fédéré-e-s en groupe ou associations, ultras ou non**, notre définition regroupe un grand nombre de réalités incluant des représentant-e-s de tous horizons politiques, sociaux, culturels et la quasi-intégralité de la pyramide des âges. Par exemple, les tribunes d'un stade de football illustrent parfaitement cette diversité et offrent un large éventail d'orientations politiques et de sensibilités aux sujets écologiques, à l'image de ce qui peut être observé dans la société.

Les amateur-ric-e-s de football étant des citoyen-ne-s comme les autres, on peut être en droit d'affirmer que parmi les personnes concernées par les prises de conscience actuelles se trouvent aussi des supporter-ric-e-s tels que nous les avons définis. Il ne s'agit pas de prétendre que tous sont engagé-e-s sur ces sujets (ce serait d'ailleurs compliqué à justifier par des données objectives), ni d'attendre de leur part une exemplarité dont seraient exempts les citoyen-ne-s en dehors des stades mais seulement de souligner qu'ils peuvent jouer un rôle dans la transition écologique et solidaire et ce, malgré des divergences de convictions personnelles.

«

« L'hétérogénéité des publics qui remplissent un stade de football en font un vecteur efficace pour la propagation d'idées novatrices. »

Nicolas HOURCADE - Sociologue spécialiste des supporters de football.

»

Concrétiser les actions

Les acteurs institutionnels, les clubs et parfois les entreprises peuvent initier un certain nombre d'actions mais si les supporter-ric-e-s ne jouent pas le jeu et refusent de participer à leur mise en œuvre, elles ne seront pas efficaces. Les supporter-ric-e-s occupent une place centrale dans le paysage footballistique. Leur contribution pour concrétiser les démarches écoresponsables liées au football est essentielle puisqu'ils sont en capacité de décider d'adopter ou non le comportement adéquat. La question des transports offre un exemple parlant.

Des estimations de l'impact carbone d'une rencontre de football indiquent qu'une majorité des émissions (entre 75 et 95% selon les organisateurs et les méthodes de calcul choisies^{33 34}) sont dues aux déplacements des supporter-ric-e-s et des équipes. Si les conditions sont réunies (offre de transport en commun satisfaisante, billets combinés, possibilité de covoiturage, parkings à vélo, accessibilité en mode doux...), **le-la supporter-ric-e deviendra le dernier maillon de la chaîne pour rendre de tels dispositifs opérationnels et pertinents. Il est donc un rouage essentiel d'une démarche plus écoresponsable.**



«

« Déplacement des joueurs et des supporters, fonctionnement du stade, du centre d'entraînement et du centre administratif, le bilan carbone d'un club de football est élevé. Des initiatives existent et prouvent que le football peut gagner le match de l'éco-responsabilité. »

Sylvain Kruppenacher - Chargé de communication ADEME Nouvelle Aquitaine

Cette même logique peut être déclinée pour d'autres sujets comme par exemple le tri des déchets, la consommation dans les buvettes (moins de viande ou de "junk-food", produits locaux, etc.), les mobilités actives, les actions de récoltes ou de dons (de denrées alimentaires, de biens de première nécessité, de jouets, de dons de sang, d'argent, etc.). Chaque supporter peut donc à son échelle contribuer à l'effort collectif et à une démarche éco-responsable initiée par le club ou par une instance.

Les associations et groupes de supporter-riche-s

La crise sanitaire et économique de la Covid-19 a prouvé une fois de plus la capacité de mobilisation des associations et groupes de supporter-riche-s organisés (souvent attachés à leur club, donc à leur ville voire leur région). Ils se sont largement investis dans des projets au service de l'intérêt général à travers tout le pays. Par tradition et à l'image des autres acteurs du football, leur action est plus naturellement dirigée vers le domaine social. L'ouverture à d'autres sujets sociétaux et notamment environnementaux reste cela dit tout à fait possible. Elle est envisagée par certains qui peuvent alors être un relais des actions entreprises par les clubs et les instances, et organiser eux-mêmes des actions ou à l'inverse pointer certains manquements pour inciter les acteurs à agir ou réagir.

A travers les banderoles, les tifos ou les chants, ils peuvent éventuellement devenir une chambre de résonance intéressante pour les sujets écologiques. Ce potentiel est réel, l'exploiter révèle de nouveaux défis. Plusieurs discussions avec des représentants de groupes Ultras ont fait ressortir différents points. En premier lieu, la logique concernant la diversité des points de vue et de la volonté d'agir sur ces thématiques qui peut être observée dans la société ou appliquée aux supporter-riche-s individuel-le-s est aussi valable pour les groupes. Un représentant de l'ANS (Association Nationale des Supporters) affirme

qu'il n'y aura pas d'opposition de principe et que les groupes seront globalement à l'écoute et prêts à discuter pour faire évoluer les pratiques. L'engagement des groupes sera néanmoins fortement influencé par celui de ses leaders ou de la majorité de ses membres. Deux sujets apparaissent prioritairement quand on évoque leur activité et l'écologie : les déplacements et les animations. Le premier point permet de poursuivre l'exemple évoqué précédemment et concerne les déplacements de supporter-riche-s pour les matchs à l'extérieur.

»

«

« Pour moi l'éco-supportérisme, c'est tous être dans la même équipe, clubs et supporters, face aux défis écologiques »

Arnaud Toudic - Président de l'association du club des Kalon de l'En Avant de Guingamp

»

Plusieurs groupes de supporters ont tenté, ces dix dernières années, d'organiser des déplacements en train plutôt qu'en bus ou en véhicules individuels. Les négociations et avancées pour la mise en place de ces projets sont parfois allées très loin puisque des accords avaient par exemple été trouvés avec la SNCF et que la Division Nationale de Lutte contre le Hooliganisme avait soutenu la démarche. Ils ont systématiquement échoué face au refus de dernière minute des autorités locales qui craignaient des troubles pour la sécurité publique. De plus, la question de la programmation des matchs (jours et horaires) semble également centrale dans la prise en compte des enjeux écologiques (éclairage, possibilité de transport en commun, chauffage dans les espaces privatifs, etc.). La plupart des matchs se jouent en effet à des horaires qui excluent un retour en transports en commun pour les supporters en déplacement, ce qui oblige à trouver d'autres solutions. Aborder cet aspect semble délicat tant les enjeux financiers, médiatiques et économiques liés à la diffusion des rencontres sont considérables mais il n'est pas exclu que l'argument écologique puisse intégrer le débat si ce n'est pas déjà le cas. Le second sujet naturellement abordé concerne les animations. Les tifos sont réalisés pour la plupart en plastique. Pouvant couvrir plusieurs centaines voire milliers de m² de surface, certaines animations génèrent une quantité importante de déchets plastiques. Un groupe approché a affirmé avoir déjà entamé des démarches pour se renseigner sur le cycle de vie de ces produits.


Plusieurs pistes ont été abordées lors de ces discussions pour entraîner les supporter·rice·s sur la voie de la transition écologique et solidaire :

- Instaurer un dialogue est indispensable pour créer une relation de confiance et un climat propice aux échanges. Il faudra accepter que ce processus s'inscrive dans la durée : les supporter·rice·s peuvent progresser, comme chaque citoyen·ne, mais cela nécessitera de la pédagogie, du temps et des adaptations.
- Organiser des rencontres avec les supporter·rice·s, notamment les groupes organisés, pour évoquer ces sujets, discuter des actions déjà réalisées, envisager des projets pourrait être une option intéressante.
- Inscrire le sujet à l'agenda politique est incontournable.

« *Le football présente la particularité d'attirer des amateurs de tous horizons. Les stades sont un des rares espaces de mixité sociale dans le monde actuel. Dès lors, mettre en place une démarche écologique de terrain, s'appuyant sur des actions concrètes dans lesquelles tant les joueurs que les supporters peuvent s'engager, peut être un excellent moyen de diffuser largement cette approche écologique dans tous les milieux sociaux.* »

Nicolas HOURCADE - Sociologue et spécialiste des supporters de football

Si on adopte l'approche de la Responsabilité Sociétale des Entreprises par la soutenabilité, il est essentiel que l'ensemble de l'écosystème se mobilise pour le bien commun et la préservation de la planète. La question écologique est un sujet de société, un enjeu politique à part entière, elle demande donc nécessairement une réponse collective. Il s'agit d'un changement de paradigme qui peut opérer dans le football comme dans la société à condition que tout le monde accepte de jouer le même jeu, avec les mêmes règles.



Conscient des impacts et des enjeux liés à sa pratique sur l'environnement, le football est bel et bien entré dans la transition écologique et solidaire. Cette prise de conscience progressive est d'autant plus attendue qu'à l'heure où ces lignes sont écrites, le football et la société traverse une crise sanitaire sans précédent et une crise économique qui met son fonctionnement global en danger. L'occasion est donnée au football de se saisir concrètement des problématiques environnementales et de s'approprier des solutions et des évolutions structurelles positives sur le long terme.

La prise de conscience individuelle et collective comme le passage à l'action des éco-supporters sont des conditions sine qua non pour tendre vers le football de demain, plus durable, engagé et connecté avec les enjeux de société pour lesquels il a un rôle éminent à jouer. La mobilisation de toutes les parties prenantes et la création de lien entre ces parties couplées d'objectifs ambitieux mais atteignables sur la durabilité doit permettre au football d'aborder l'avenir en prenant en compte toutes les problématiques (émissions de CO₂, biodiversité, gestion des ressources...). Les actions déjà menées et les stratégies qui ont récemment vu le jour constituent une excellente base pour aller plus loin. Football écologie France souhaite jouer ce rôle de catalyseur en créant les conditions d'une collaboration active entre les acteurs. L'association accompagne les clubs, les collectivités et les éco-supporters vers le football du XXIème siècle.

PARTIE 4

LE FOOTBALL DU 21ÈME SIÈCLE, PLUS DURABLE ET PLUS ENGAGÉ

FOOTBALL ECOLOGIE FRANCE

Association

« Faire du football un leader des enjeux de société en transformant les clubs et les stades grâce à l'écologie et ses bénéfices sociaux et économiques »

Association de loi 1901 à but non lucratif, Football Ecologie France accélère et facilite la transition écologique et solidaire du football. Nos équipes de spécialistes en développement durable et en football, nos partenaires nationaux et locaux et nos nombreux bénévoles partout en France accompagnent les clubs amateurs et professionnels ainsi que les représentants du football et les collectivités, les Districts et les Ligues dans leurs démarches de transition écologique et solidaire.

CONSEIL EXPERTISE
COMMUNICATION EVÉNEMENTS



FOOTBALL AMATEUR : Nous lançons et développons dans la durée et avec la collectivité, les projets grâce à un état des lieux, des sensibilisations, des formations et des outils

FOOTBALL PROFESSIONNEL : Nous accompagnons les projets internes, les événements externes et les démarches promouvant l'écologie et la solidarité dans les clubs de football amateur de la région (appel à projets, tournois, visites, défis, etc.)

COLLECTIVITÉS : Nous apportons de l'expertise sur l'évolution des stades, sur les subventions aux clubs, et nous accompagnons les clubs locaux en mobilisant les citoyen·e·s et supporter·rice·s.

DIRIGEANT·E·S ET JOUEUR·SE·S : Nous proposons des engagements locaux et nationaux sur l'écologie et la solidarité (projets locaux, parrainage, charte, conférences, visites, réseaux sociaux, etc.)

#ecosupporterisme

www.football-ecologie.fr/eco-supporterisme

27
ANTENNES

300
MEMBRES

120
ADHÉRENTS

70
EXPERTS

SENSIBILISATION

La sensibilisation comme programme

D'après les chiffres de la consultation nationale Football Ecologie France 2020, les dirigeants et éducateurs sont significativement demandeurs de davantage de sensibilisation, de formation et d'apport d'outils aux acteurs du football au sujet de la transition écologique. De même, un des objectifs prioritaires du football selon les répondant·e·s est de « montrer l'exemple et éduquer ». Les 16/25 ans sont d'ailleurs manifestement plus nombreux que les autres répondants à le penser. Le manque d'information et le peu de moyen alloué à ces aspects pédagogiques sont considérés comme des freins à la prise de conscience. Dans cette logique d'éducation et de sensibilisation, Football Ecologie France a imaginé un 'serious game', à savoir un jeu d'intelligence collective, intitulé la Fresque Écologique du Football, calibré pour les clubs de football, les centres de formations adultes/jeunes, les scolaires mais aussi des partenaires publics et privés du football amateur et professionnel.

La voix des sportifs : levier de sensibilisation.

Le football est un sport fédérateur, universel et populaire. Le modèle économique et la médiatisation inhérente à son fonctionnement ne doivent en aucun cas remettre en cause l'exemplarité qui incombe à ce puissant vecteur d'image et de valeurs. Cette exemplarité revient souvent à ses premiers représentants : les joueurs et joueuses de football professionnel. L'enjeu est élevé puisque derrière cet engagement, elles-ils ont la possibilité d'inspirer et de transmettre des messages forts auprès de millions de fans de football.

Football Ecologie France recommande

- Proposer des outils/ateliers de sensibilisation.
ex : la Fresque Écologique du Football
- Développer des actions autour des axes Santé, citoyenneté et environnement du Programme Educatif Fédéral de la FFF
- Intégrer la notion de durabilité à la gouvernance, aux projets et aux événements
- Contribuer à la sensibilisation pour permettre un passage à l'action des parties prenantes (éco-supportérisme...)
- Former des acteurs du football pour l'intégration de la durabilité dans leur démarche
- Engager toute la communauté d'un club (éco-supporters, partenaires, éducateurs, parents...)

«

« En tant que footballeur professionnel sensible aux problématiques environnementales, j'ai fait le choix de m'investir concrètement dans Football Ecologie France. Je conduis le programme des Ambassadeurs qui amène les professionnels du football (joueur·se·s, entraîneurs, arbitres, dirigeant·e·s...) à s'engager sur le terrain. A ce jour, plusieurs ambassadeur·rice·s nous ont rejoints et croient en ce projet. Des actions de sensibilisation sont d'ores et déjà amorcées auprès de leurs clubs d'origines, de leurs clubs actuels ou même auprès de partenaires de l'association. »



Grégoire Amiot
Vice-président 'Ambassadeur·rice·s' FEF et défenseur central
Fortuna SITTARD (D1 Pays Bas)

Les avantages

- Valorisation du club (attractivité partenaires/licencié·e·s)
- Reconnaissance de la part des politiques locales
- Sens innovant donné au projet associatif et éducatif du club
- Sensibilisation et éducation des jeunes licencié·e·s et de la communauté du club
- Formation des éducateur·rice·s et encadrant·e·s



Focus sur la Fresque Écologique du Football

C'est un atelier pédagogique et collaboratif à destination des adultes et enfants qui aborde de manière ludique :

- Les impacts environnementaux générés par le football et les liens avec les grands enjeux écologiques actuels (climat, biodiversité, eau, énergie, ressources/déchets).
- Les solutions, individuelles et collectives, pour agir en faveur de l'environnement dans le cadre de la pratique du football et de la vie quotidienne.

Objectifs de l'atelier :
Sensibilisation / prise de conscience
Passage à l'action des participants
Intégration des enjeux de durabilité dans le projet club

Découvrez la Fresque écologique du football

CONSOMMATION & ALIMENTATION

Pour un football vivant et responsable

Les problématiques et les enjeux liés à la consommation sont nombreux et importants. Gaspillage alimentaire, émissions de CO2 du transport des biens et équipements, qualité nutritionnelle des denrées alimentaires, impact sur la biodiversité... Les supporter-riche-s, les pratiquant-e-s et les organisateurs partagent des intérêts à consommer et à s'alimenter de manière plus responsable. Les solutions pour répondre à ces problématiques existent.



Forest Green Rovers.

Véritable modèle d'éco-responsabilité, le club anglais du Forest Green Rovers est totalement engagé dans la prise en compte des enjeux environnementaux liés à la pratique du football. A commencer par la protection de la biodiversité et les questions d'alimentation et de nutrition. A toutes les échelles du club, des mesures et des actions sont menées pour sensibiliser et donner accès à une alimentation saine et respectueuse des écosystèmes.

Football Ecologie France recommande

- Proposer une alimentation saine, bio, locale, moins carnée et de saison
- Lutter contre le gaspillage alimentaire
- Préconiser les achats responsables et locaux pour la restauration et les équipements et impliquer les prestataires et les fournisseurs
- Engager les parties prenantes sur la thématique de l'alimentation pour un dialogue et une collaboration étroite sur ce sujet
- Accompagner les changements d'habitudes alimentaires
- Faire un bilan biodiversité et mettre en place un plan d'action correspondant

Les avantages

- Protection de la biodiversité
- Nouveau mode de consommation plus durable
- Diversification de l'offre et renforcement de la compétitivité en matière de restauration
- Performance sportive optimisée
- Diminution de l'empreinte carbone induite par la restauration et la production des équipements
- Moins de déchets
- Création d'emplois locaux

Focus sur Rebond Un ballon éthique et responsable

L'ambition de Rebond est de produire des ballons artistiques aux matériaux bio-sourcés, réalisés et fabriqués de manière éthique. Le système de production assure des conditions de travail décentes aux ouvrier-e-s et ces ballons répondent aux normes des compétitions internationales.



« Le ballon est l'un des produits les plus populaires au monde aujourd'hui, et je suis persuadé qu'il a cette force de sensibiliser à une cause environnementale. »

Simon Mutschler - Rebond

«

« Bien que ce ne soit pas évident, toutes les activités humaines ont un impact sur la biodiversité. Celui-ci peut être indirect et c'est là que cela se complexifie. Les clubs de football, les joueurs, les partenaires, les supporters forment « l'écosystème du foot », et comme le vivant cet écosystème sportif a besoin d'équilibre, d'échanges, d'interrelations pour vivre. Pour être plus en harmonie avec la nature, chaque acteur à son rôle à jouer, les clubs de foot peuvent y travailler en mettant en place une stratégie biodiversité. Agir pour la biodiversité c'est aussi agir pour le climat, pour l'eau, pour la santé, pour l'humanité ! »

Annabelle PRIN-COJAN

Être et Avoir

Reconnecter Nature-Humanité-Economie.

MOBILITE & TRANSPORT

Changeons nos habitudes

L'ADEME le rappelle régulièrement : en moyenne, 80% du bilan carbone³⁵ d'un événement est lié aux transports. Le foot n'est pas en reste, bien au contraire, il déplace des foules et génère des logistiques lourdes qui impactent directement l'environnement. La question des transports est centrale puisqu'elle concerne toutes les parties prenantes du football. Les organisateurs et clubs réfléchissent à la mise en place de stratégie en lien avec les collectivités, tandis que les supporters s'interrogent sur le moyen de transport à utiliser pour optimiser le temps et le coût du trajet. Sans oublier la problématique parking qui a une forte incidence sur l'expérience au stade des supporter-riche-s motorisés. Chaque weekend dans le foot amateur, des milliers d'éducateur-riche-s, de dirigeant-e-s de clubs et de parents transportent les joueur-se-s vers leurs matches. L'enjeu est aujourd'hui d'initier une réflexion de fond sur la question de la mobilité et d'encourager un recours à des moyens de transport moins impactants.

Football Ecologie France recommande

- Évaluer son impact carbone : bilan carbone et outils de suivi
- Co-construire avec les acteurs concernés (collectivités, sociétés de transports publics et privés...) une stratégie de mobilité ambitieuse et durable, notamment sur les transports en commun.
- Privilégier les mobilités actives et donner les moyens aux clubs de les développer.
- Politique tarifaire incitative et encourageante à l'utilisation des mobilités actives (billets matchs/ transports couplés, etc...)
- Subventionner et accompagner les clubs amateurs pour la mise en place de plan de mobilité moins émetteur de CO2
- Développer et subventionner la mobilité à vélo
- Mise en place de plateforme pour favoriser le covoiturage et optimiser le remplissage des voitures pour le football professionnel et amateur (StadiumGO, Popsleigh)

Les avantages

- Réduction significative de l'impact carbone engendré par les transports
- Facilitation de l'accessibilité aux stades
- Amélioration de l'expérience au stade des supporters
- Création de lien social
- Bienfaits pour la santé et la biodiversité

Focus sur la charte des 15 engagements Ministère des sports / WWF

Engagement n°2

Vers une mobilité douce et active

Objectifs :

- 80 % minimum des déplacements effectués en mobilité active, transports en commun ou covoiturage
- Une organisation pro-active pour réduire les déplacements



StadiumGO



Grâce à l'application StadiumGO, les supporter-riche-s olympien-e-s peuvent se rendre à l'Orange Vélodrome ou dans n'importe quel autre stade de France où joue l'OM, en alliant convivialité, économie et respect de l'environnement. Cette pratique de covoiturage permet ainsi à chaque supporter-riche de réduire son empreinte carbone, en réduisant aussi les coûts de déplacement. StadiumGO a également noué un partenariat avec la LFP pour proposer des solutions de covoiturage.

FC Saint Mandé (94) - Lauréat Fondation du football 2017/2018

Le FCSM ne disposant pas de terrain de foot réglementaire sur la commune de Saint Mandé, est particulièrement concerné par les problèmes de transport des joueurs sur les stades loués à plus de 15 km. Malgré la mise en place de systèmes de covoiturage, et conscient de l'impact environnemental des transports, le club a décidé de sensibiliser ses adhérents et leurs parents aux transports verts. Cette sensibilisation, en lien avec la mairie, qui organise depuis 3 ans le 1er Salon français du Transport Durable, a pour objectif d'aboutir à l'achat de véhicules électriques partagés entre les deux clubs. Les actions de sensibilisation ont été réalisées pendant les stages de foot avec l'intervention d'un dirigeant du club licencié en maîtrise des énergies renouvelables. Ces actions ont permis au club d'être lauréat aux trophées Seguin 2017/2018 sur le volet 'environnement'.

GESTION DES DÉCHETS

Réduire, réutiliser, recycler

La question de la gestion des déchets est également centrale dans l'objectif de rendre pro-actif les éco-supporter·rice·s. Pour inspiration, il suffit de se remémorer l'action des supporter·rice·s japonais·e·s et sénégalais·e·s lors de la Coupe du monde 2018. Voir des supporter·rice·s nettoyer de leur propre initiative les travées du stade après un match avait alors interpellé la presse mondiale et de nombreux observateurs. Les déchets que nous produisons représentent la partie visible des impacts environnementaux liés aux activités humaines. Agir sur cette thématique est, à juste titre, souvent considéré comme prioritaire dans les stratégies éco-responsables des organisations. Les démarches « Zéro déchet » ont largement fait leur preuve et sont facilement transposables au quotidien des clubs de football amateurs et professionnels.

Amiens SC

Le club professionnel d'Amiens SC s'est fixé pour objectif de tendre vers le zéro déchet et de mettre en place des actions concrètes pour réduire la production de déchets, diminuer l'utilisation de plastiques à usage unique, privilégier et améliorer le recyclage et lutter contre le gaspillage alimentaire. Une feuille de route a ainsi été établie en concertation avec la mairie, le club, l'ADEME et le WWF³⁶ pour fixer le cadre de cette démarche et suivre l'évolution des dispositifs mis en place. Le club veut être un moteur et un exemple sur la gestion des déchets et être le premier club zéro déchet en France.



Boris Placzek
« Braquage à l'amiénoise »
Communauté de supporters Amiens SC

Football Ecologie France recommande

- Réduire la production de déchets
 - Utiliser zéro plastique au quotidien
 - Organiser des opérations de ramassage des déchets
 - Sensibiliser à la démarche zéro déchet
 - Améliorer la collecte et le tri des déchets dans les infrastructures recevant du public
 - Favoriser la réutilisation et l'up-cycling
 - Imposer des standards de fabrication pour les fournisseurs et prestataires
- Réduction des factures individuelles et collectives
 - Sensibilisation et activation simple à mettre en place
 - Bénéfices directs et positifs pour l'environnement : préservation des ressources et de la biodiversité, baisse des émissions de CO2...
 - Coordination des acteurs sur une thématique précise et facile à aborder

Les avantages

Focus sur JOP2024
Objectif « zéro déchet »
des JOP de Paris 2024 :



PARIS 2024



L'organisation des Jeux olympiques de Paris 2024 a d'ores et déjà fixé des objectifs sur la gestion des déchets. Pendant les Jeux : 80% des déchets seront réutilisés ou recyclés, grâce à la mise en place de moyens de collecte et de nettoyage à faible impact. Tous les « participants » aux JOP de Paris 2024 (athlètes, spectateur·rice·s, bénévoles, médias...) seront des acteurs du recyclage³⁷.

Bergerac Périgord Football Club

Dans le cadre d'un challenge organisé par le conseil départemental de la Dordogne et en partenariat avec une société de nettoyage partenaire, le club organise des sessions de ramassage de déchets. Chaque mois, une catégorie (de baby-foot à U18) est mise à contribution pour ramasser un maximum d'ordures sur le site d'entraînement du BPFC. Par une action éducative simple à mettre en place, les licencié·e·s, les éducateur·rice·s et les parents contribuent positivement à la vie du club et à son orientation plus responsable.



EAU & ÉNERGIE

Utilisons l'énergie sur le terrain

Selon les résultats de la consultation nationale menée par Football Ecologie France, la question des économies d'énergies arrive en quatrième position et a souvent été abordées lors des nombreux échanges qui ont permis la rédaction de ce livre blanc. Pour diminuer significativement l'impact environnemental du football, les clubs ont la possibilité de fournir un exemple de premier plan à la société en se fixant des objectifs d'économies d'énergie et d'eau.



Loos en Gohelle

L'eau de pluie est récupérée sur l'ensemble de la ville de Loos-en-Gohelle qui a mis en place une véritable gestion alternative des eaux pluviales pour la collectivité mais aussi pour les infrastructures du club de football de l'USSM :

- **100 %** des eaux infiltrées à la parcelle ou récupérées sur les nouveaux aménagements depuis 1997
- **50 000 L** récupérés sur différents bâtiments (servent à l'alimentation des sanitaires, au nettoyage du matériel ou à l'entretien des espaces verts)

Cet exemple est transposable à de nombreuses villes et communes afin de tendre vers une consommation responsable de l'eau et des ressources énergétiques.

Football Ecologie France recommande

- Imaginer des actions de sensibilisation et d'engagement avec les citoyens
- Rénover et entretenir les infrastructures en collaboration avec les collectivités
- Consommer des énergies renouvelables
- Economiser l'eau et récupérer les eaux pluviales.
- Mettre en place des stratégies d'économies d'énergies



L'Olympique de Marseille, de son côté, a lancé en janvier 2021 avec Selectra une initiative d'achat groupé d'électricité et de gaz renouvelables pour inciter ses supporters à acquérir de l'énergie renouvelable et à passer aux énergies vertes³⁸.

«

« Si les foyers intéressés par les énergies renouvelables sont nombreux, peu franchissent le pas, par peur de payer plus cher et par peur de faire le mauvais choix dans un marché devenu compliqué.

L'achat groupé répond à ces deux préoccupations : par la mise en concurrence des différents fournisseurs et par la force de négociation constituée par le groupement d'achat, les participants sont accompagnés dans un cadre rassurant vers une offre plus vertueuse pour la planète et susceptible de leur faire réaliser des économies substantielles sur leurs factures. »

Selon le club marseillais

»

Les avantages

- Protection et préservation de la biodiversité
- Diminution des factures
- Accès à plus de subventions
- Utilisation et consommation raisonnable de l'eau et de l'énergie
- Stimulation et augmentation de la participation citoyenne à la transition énergétique

Focus sur la charte des 15 engagements Ministère des sports / WWF

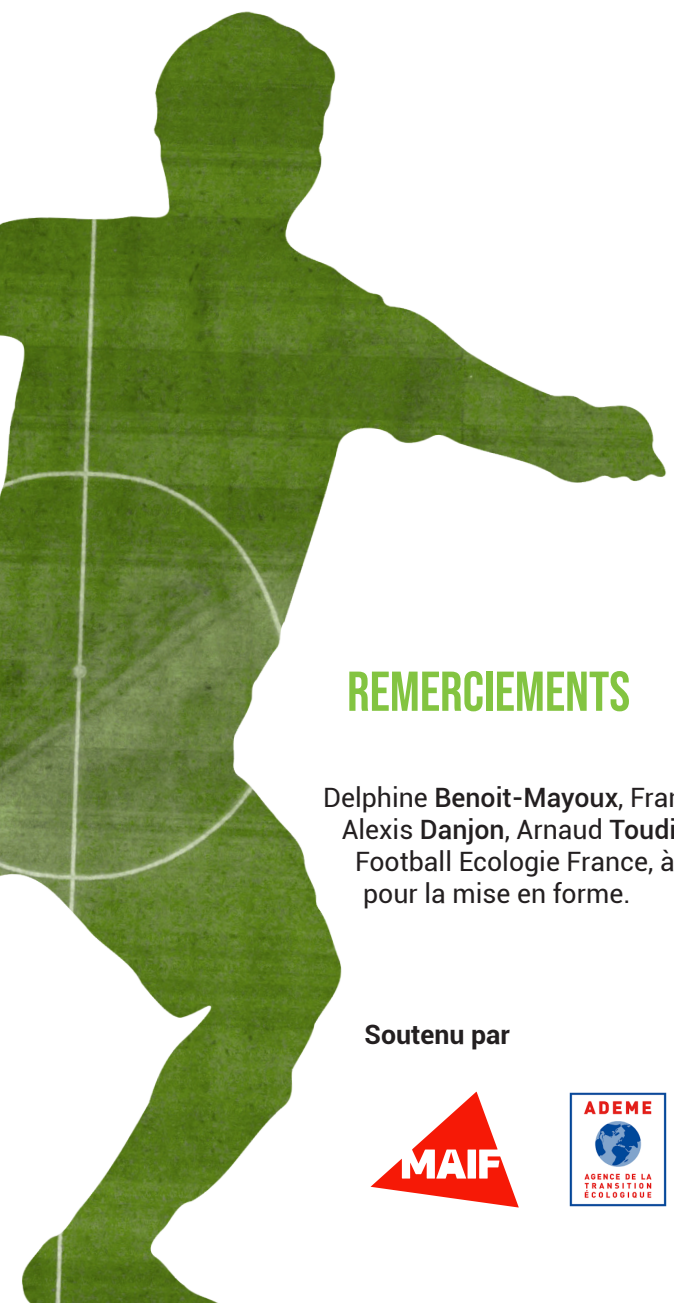
Engagement n°6 La maîtrise des ressources naturelles



- **100 %** de la consommation d'énergie et d'eau maîtrisée et optimisée
- **25 %** d'énergies renouvelables ou de réutilisation

Sources & références

- 1 - Ignacio RAMONET
<https://www.monde-diplomatique.fr/mav/39/RAMONET/55358>
- 2 - Vision FIFA 2020-2023
- 3 - Panorama Sociétal du Football Fondation du Football - déc 2020
- 4 - Panorama Sociétal du Football Fondation du Football - déc 2020
- 5 - David Goldblatt - Playing against the clock - juin 2020
- 6 - FFF - Étude d'impact économique et environnemental de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA, France 2019
- 7 - FFF - Les chiffres clés 2019 - 2020
- 8 - L'opinion.fr - Toute une filière économique mise hors jeu
- 9 - Eric Elmosnino - "Une ère Fragile" France Football - 10 novembre 2020
- 10 - Etude Life Tackle
- 11 - Euractiv.fr - Les supporters souhaitent un football plus écologique mais peinent à y contribuer.
- 12 - <https://media.fff.fr/uploads/files/5e3d4c1933c2156f187d0ba291062fdc.pdf>
- 13 - https://fr.uefa.com/MultimediaFiles/Download/OfficialDocument/uefaorg/General/02/43/74/65/2437465_DOWNLOAD.pdf
- 14 - Keolis
- 15 - L'Equipe explique : un match de Ligue 1 a-t-il un impact sur l'environnement ?
- 16 - Le couplage « RSE » ET « Développement durable » : MISE EN PERSPECTIVE, ENJEUX ET LIMITES, Françoise Quairel, Michel Capron, La Découverte | « Revue Française de Socio-Économie », 2013/1 n° 11 | pages 125 à 144
- 17 - Brigitte Henriques – Vice-présidente déléguée de la FFF & Nathalie Boy de la Tour - ancienne présidente de la LFP
- 18 - Rapport 'Jouons la collectif' - LFP - Saison 2020-2021
- 19 - Rapport 'Jouons la collectif' - LFP - Saison 2020-2021
- 20 - Programme Green goal – FIFA
- 21 - Stratégie de développement durable de la Coupe du monde féminine de la FIFA, France 2019
- 22 - Fondation UEFA
<https://fondationuefa.org/informations-generales/histoire-de-la-fondation/>
- 23 - L'UEFA s'engage au profit du pacte européen en faveur de l'urgence climatique
- 24 - Charte des 15 engagements écoresponsables - Ministère des Sports & WWF
- 25 - Liste des organisateurs signataires
https://developpement-durable.sports.gouv.fr/IMG/xlsx/liste_signataires_pour_site_internet_msdd.xlsx
- 26 - BFM TV - La Ligue 1 : la prise de conscience écologique gagne-t-elle le football français ?
- 27 - L'Equipe - La LFP s'engage pour la protection de l'environnement.- 16 avril 2019
- 28 - La Licence Club définit une liste de critères et établit un barème de 10 000 points. Chaque club est évalué selon différents critères dont la sécurité, les infrastructures, l'organisation des matchs, le centre de formation. L'obtention de cette licence permet d'être éligible à une partie des droits TV.
<https://www.foot.com/a-quoi-sert-la-licence-club-171422.html>
<https://www.ecofoot.fr/licence-club-lfp/>
- 29 - FFF - Programme éducatif fédéral
- 30 - Fondation du football - Open Football Club
- 31 - Fondation du Football - Charte pour un football solidaire et responsable
- 32 - <https://www.caviarmagazine.fr/maelle-trarieux-lolympique-lyonnais-veut-devenir-pionnier-en-matiere-de-transition-ecologique/>
- 33 - <https://media.fff.fr/uploads/files/5e3d4c1933c2156f187d0ba291062fdc.pdf>
- 34 - https://fr.uefa.com/MultimediaFiles/Download/OfficialDocument/uefaorg/General/02/43/74/65/2437465_DOWNLOAD.pdf
- 35 - <https://communication-responsable.ademe.fr/eco-evenement>
- 36 - <https://www.lequipe.fr/Football/Actualites/Ligue-1-amiens-objectif-zero-dechet/1081527>
- 37 - https://medias.paris2024.org/uploads/2019/03/paris_2024_devoile_sa_strategie_objectif_zero_dechet.pdf
- 38 - <https://ecolosport.fr/blog/2021/01/18/om-appelle-ses-supporters-a-rejoindre-son-achat-groupe-energie-verte/>



REMERCIEMENTS

Delphine Benoit-Mayoux, Franck d'Agostini, Antoine Miche, Pierre Lalot, Théo Fleurance, Nicolas Hourcade, Alexis Danjon, Arnaud Toudic, Sylvain Krummenacher, Annabelle Prin-Cojan, à l'équipe communication Football Ecologie France, à tous les contributeurs et également à Marine Thibaudeau et Yvannick Routurier pour la mise en forme.

Soutenu par



«

Le football du XXIème siècle, vecteur d'écologie populaire et de solidarité

»



#ecosupporterisme

www.football-ecologie.fr/eco-supporterisme

contact@football-ecologie.fr

