

Charte du partenariat sportif durable

SPORTSORA

L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

EDITORIAL



Avec 34 millions de pratiquants réguliers dont 16 millions licenciés et 3,5 millions de bénévoles, une dépense sportive de 35 milliards d'euros, 2,5 millions de compétitions organisées et 267 000 équipements déployés sur notre territoire, le Sport est devenu une industrie à part entière avec un réel impact économique, social et environnemental.

Aujourd'hui, le Développement Durable doit être considéré comme une opportunité pour notre industrie et ses parties prenantes, un levier d'innovation et de progrès. En France, la Stratégie nationale de développement durable du sport 2010-2013 a clairement montré la voie et les priorités. Il convient désormais de les appliquer.

Nombreux sont les acteurs de l'économie du Sport qui souhaitent s'engager dans une démarche responsable sans avoir connaissance de son application possible au Sport. Afin de répondre à ce besoin, SPORSORA a publié l'ouvrage, « Sport Durable, outils et bonnes pratiques », issu du travail de sa Commission Sport et Développement Durable rassemblant des acteurs de l'économie du Sport autour d'une même exigence de responsabilité et de sens de l'intérêt général.

La présente charte s'inscrit dans la continuité de cet ouvrage; il s'agit de sa traduction opérationnelle dont l'objectif est de promouvoir un « Sport Durable », c'est-à-dire favoriser la prise en compte des enjeux de Développement Durable dans le Sport, et plus particulièrement dans le cadre d'un partenariat sportif.

Cette charte est un texte d'engagement proposé à la signature des membres de SPORSORA et de manière plus large à tous ceux qui ont la volonté d'intégrer dans leur(s) partenariat(s) sportif(s) des objectifs sociétaux.

Par la diffusion de cette charte, SPORSORA souhaite ainsi tenir son rôle d'association interprofessionnelle, soucieuse de promouvoir une économie du Sport responsable et d'inciter à un changement ou à une évolution dans les pratiques. Cette action s'inscrit dans le long terme à la fois par le suivi des engagements des signataires, et par l'organisation de rendez-vous annuels de sensibilisation et de partage des bonnes pratiques.

Laurent Damiani

Président de SPORSORA

11 mai 2012

INTRODUCTION

La présente charte s'inscrit dans la continuité du guide « Sport Durable, outils et bonnes pratiques », ouvrage présentant les outils et les bonnes pratiques existants sur le thème du développement durable, publié en juillet 2011 par SPORSORA. Cette charte a été développée par un travail de concertation au sein de la Commission Sport et Développement Durable de SPORSORA qui rassemble des acteurs de l'économie du sport (détenteurs de droits, entreprises et cabinets), des associations du mouvement sportif, et des représentants du ministère des Sports, autour d'une même exigence de responsabilité sociétale.

OBJECTIFS DE LA CHARTE

La « charte du partenariat sportif durable », en étant la traduction opérationnelle du guide SPORSORA « Sport Durable, outils et bonnes pratiques », a pour ambition de :

- Promouvoir un « Sport Durable », c'est-à-dire favoriser la prise en compte des enjeux de développement durable dans le sport, et plus particulièrement dans le cadre d'un partenariat sportif, et inciter à un changement dans les pratiques des membres de SPORSORA, de leurs clients et partenaires;
- Mettre en lumière les bonnes pratiques et la responsabilité des acteurs de l'économie du sport, trop souvent montrés du doigt sur des aspects négatifs du sport business.

Cette « charte du partenariat sportif durable » est un texte d'engagement proposé à la signature de tous les membres de SPORSORA qui ont la volonté d'intégrer dans leur(s) partenariat(s) sportif(s) des objectifs environnementaux et sociaux.

Les travaux ont été guidés par les principes suivants :

- S'inspirer et assurer la **cohérence** avec les référentiels déjà existants dans le monde du sport et du développement durable¹, notamment l'agenda 21 du sport du CNOSF, la Stratégie Nationale de Développement Durable du Sport et la charte UDA;
- Intégrer **une dynamique de progrès et d'amélioration continue** en permettant aux signataires de s'engager au fur et à mesure sur les différentes thématiques et **favoriser l'innovation** pour la mise en place d'actions répondant aux enjeux de développement durable;
- Assurer la **crédibilité** de cette charte grâce à un acte de signature engageant et volontaire et une volonté de transparence de la part des signataires comme de la part de SPORSORA sur les engagements pris, leur caractère concret et leur suivi dans le temps.

1. Mais aussi : Stratégie nationale du Sport et du développement durable publiée par le ministère des Sports, normes internationales AFNOR ISO 26000 et ISO 20121, label développement durable de l'UFOLEP, Charte du sport pour le développement durable du CNOSF, etc.

FONCTIONNEMENT DE LA CHARTE

L'entité signataire procède à une sélection d'au moins 2 thématiques parmi les 10 proposées sur lesquelles elle mène ou s'engage à mener des actions dans le cadre d'un partenariat sportif spécifié ou de l'ensemble de ses partenariats sportifs, voire dans le cadre de l'ensemble de ses activités pour les agences de conseil.

Pour chaque thématique choisie, le signataire s'engage à :

- Présenter un état des lieux de l'existant ;
- Développer les actions en cours ou mettre en œuvre des actions nouvelles pour apporter une réponse à la thématique choisie ;
- Communiquer sur les actions menées, les méthodes choisies, les résultats obtenus ;
- S'engager sur la durée, et à terme, mener des actions dans l'ensemble des thématiques de la charte.

De son côté, SPORSORA s'engage à être le relais des actions mises en œuvre à travers ses événements (Assises, Trophées Sporsora...) dans le cadre des thématiques définies par la charte, à organiser des rendez-vous annuels pour s'assurer de la continuité et promouvoir les engagements des signataires au plus grand nombre.

Cette charte a été réalisée par la Commission Développement Durable de Sporsora.

Pilotes :

- Edouard Donnelly (Keneo)
- Anne-Laure Meynial-Coumaros (EDF)

Sont membres de la commission :

- Nathalie Boy de la Tour (Fondation du Football)
- Margot Chave (Keneo)
- Anne Combier (Hickory)
- Mathieu Couzinié (GDF SUEZ)
- Brigitte Deydier (Fédération Française de Golf)
- Arnaud Jean (ministère des Sports, de la Jeunesse, de l'Éducation populaire et de la Vie associative)
- Grégory Quantin (Havas Sports & Entertainment)

Ont contribué à l'élaboration de ce document : Pauline Lassus, Donatien Viaud, Magali Tézenas du Montcel (Sporsora).

La mise en page a été réalisée par Frédéric Vagney du ministère des Sports, de la Jeunesse, de l'Éducation populaire et de la Vie associative.

LES 10 ENGAGEMENTS DE LA CHARTE

Les signataires s'engagent à mettre en œuvre, dans le cadre leur activité autour des partenariats sportifs, des actions concrètes, durables et dont l'efficacité devra être mesurée, sur les thématiques suivantes:

1. S'engager dans des relations de long terme entre annonceurs et détenteurs de droits

Exemples d'objectifs et/ou de bonnes pratiques:

- S'engager dans un partenariat de façon transparente et sur la durée;
- S'impliquer sans mettre en péril le modèle économique existant;
- Assurer un suivi des retombées et des avantages/inconvénients pour les deux parties;
- Accompagner la fin d'un partenariat;
- Favoriser l'insertion et la reconversion des sportifs parrainés.

Le saviez-vous ?

- En 2011, le dispositif national du sport de haut niveau comprend 7000 sportifs de haut niveau, auxquels s'ajoutent les 7 700 sportifs inscrits sur la liste « espoirs ». (Source: ministère des Sports, Commission nationale du sport de haut niveau)

- En 2008, la dépense sportive en France a atteint 33,9 milliards d'euros, la part des entreprises se maintient autour de 10 %. (Source: ministère des Sports, communication au Conseil des Ministres du 29/03/11 sur la gouvernance du sport).

2. Intégrer l'ensemble des parties prenantes du partenariat sportif dans sa démarche de développement durable

Exemples d'objectifs et/ou de bonnes pratiques:

- Pour les annonceurs, impliquer son département développement durable, sa fondation d'entreprise, et ses salariés dans le partenariat sportif;
- Développer des actions en partenariat avec des associations environnementales ou de solidarité;
- Accompagner les fournisseurs/prestataires (fabricants de goodies, panneautique, éléments de décoration, aménagement de salons VIP, etc.) dans la prise en compte des enjeux de responsabilité sociétale;
- Mettre en place de bonnes conditions de travail pour le personnel intérimaire;
- Entraîner dans sa démarche les clubs amateurs, les sportifs et les publics.

Le saviez-vous ?

- Le secteur du sport emploie dans des métiers variés plus de 209 000 personnes au titre d'activité principale, et presque le double au titre des emplois saisonniers ou accessoires. (Source: Le poids économique du sport en 2008, ministère des Sports)

- 89 % des acteurs du football sont sensibles au développement durable mais seuls 26 % d'entre eux ont du personnel ou une structure chargée de ces questions. (Source: Panorama sociétal du Football français, Fondation du Football, juin 2011).

3. Promouvoir les valeurs sociétales du sport dans le cadre des événements sportifs et de l'activation des partenariats

Exemples d'objectifs et/ou de bonnes pratiques:

- Favoriser l'utilisation du sport comme source de cohésion sociale, d'éducation et de développement personnel;
- S'engager en faveur des valeurs éthiques;
- Prévenir et lutter contre toutes les formes de violence pendant et en dehors du sport;
- Développer des projets autour du respect et de l'esprit sportif;
- Promouvoir les actions de solidarité à travers le sport;
- Promouvoir l'engagement bénévole.

Le saviez-vous ?

- ***Plus de 2,5 millions de Français pratiquent une activité bénévole en rapport avec le sport. (Source: INSEE 2010)***
- ***Pour les Français, le sport est « l'école de la vie » car il véhicule des valeurs de fair-play, d'éthique et de dépassement de soi. (Source: Médiascopie 2011)***

4. Rendre le sport et les événements sportifs accessibles à tous

Exemples d'objectifs et/ou de bonnes pratiques:

- Rendre accessible les infrastructures des événements sportifs et des projets d'activation des partenariats (stands, retransmissions, etc.);
- Promouvoir un sport pour le plus grand nombre, basé sur l'équité et le respect;
- Développer des actions d'accueil et d'intégration des publics en situation de handicap;
- Promouvoir l'égalité homme/femme dans le sport;
- Organiser des actions de promotion de la mixité sociale (culture, intergénération);
- Donner un accès au sport pour les publics en situation d'exclusion socio-économique et géographique.

Le saviez-vous ?

- ***Le statut économique et social des parents demeure le facteur principal de la pratique sportive des adolescents. (Source: INSEP)***
- ***84 % des plus de 50 ans déclarent pratiquer une activité physique. (Source: CNDS 2010)***

5. Développer la relation Santé et Sport

Exemples d'objectifs et/ou de bonnes pratiques:

- Faire de la promotion de l'activité physique et sportive comme facteur de santé et de bien-être un axe fort de sa communication autour du partenariat sportif;
- Inscrire la lutte contre le dopage comme facteur déterminant du contrat de partenariat;
- Sensibiliser aux bons réflexes santé et sécurité de tous (sportifs, personnel des événements, etc.);
- S'appuyer sur les partenariats sportifs pour développer le sport en entreprise;
- Encourager les acteurs du sport, sportifs de haut niveau et dirigeants à l'exemplarité.

Le saviez-vous ?

- 1/2 heure d'activité physique journalière diminue par 2 le risque de maladies cardio-vasculaires.

(Source: British Medical Association)

- Le port du casque réduit de 80 % la gravité des traumatismes crâniens en cas de chute à vélo.

(Source: baromètre santé)

6. Diminuer l'impact carbone des partenariats et événements sportifs, notamment lié à l'utilisation des transports

Exemples d'objectifs et/ou de bonnes pratiques:

- Optimiser la demande de transport avec un objectif de réduction;
- Favoriser l'utilisation de modes de transport à moindre impact (transports en commun, vélos, etc.);
- Sensibiliser aux changements de comportement;
- Promouvoir le covoiturage via des plateformes web et des supports de communication;
- Utiliser des véhicules à faible émission;
- Définir le lieu des événements en fonction de la problématique de déplacement.

Le saviez-vous ?

- 70 à 90 % de l'empreinte carbone d'un événement sportif est issue de l'impact des déplacements et transports (spectateurs, participants, fret logistique). (Source: HSE)

- Un trajet en train émet en moyenne 10 fois moins de gaz à effet de serre qu'en voiture. (Source: ADEME)

7. Réduire, réutiliser et recycler les déchets produits lors des événements sportifs et lors des opérations d'activation des partenariats

Exemples d'objectifs et/ou de bonnes pratiques:

- Réduire le plus possible la production de déchets, bannir notamment autant que possible les objets promotionnels « jetables » distribués dans le cadre du partenariat;
- Maximiser la réutilisation de tout type de produit;
- Valoriser les déchets;
- Avoir recours à un dispositif de tri sélectif sur les lieux des événements.

Le saviez-vous ?

- Les emballages composent plus du tiers du total de nos déchets. (Source: ADEME)

- Réduire et recycler les déchets permet de diminuer de 2 à plus de 150 fois l'impact carbone lié à la gestion des déchets. (Source: HSE)

8. Consommer et produire durablement dans le cadre des événements sportifs et de l'activation des partenariats

Exemples d'objectifs et/ou de bonnes pratiques:

- Identifier, s'approvisionner et utiliser des matériaux/produits responsables socialement et pour l'environnement (goodies, publications, etc.) ;
- Sélectionner ses fournisseurs sur des critères d'engagements en termes de responsabilité sociétale;
- Intégrer l'impact environnemental dans les critères de choix des supports de communication;
- Eco-concevoir ses événements d'activation: animations, réceptions VIP, programmes d'hospitalité, etc.

Le saviez-vous ?

- L'utilisation de papiers recyclés divise par 2 la consommation en eau et par 5 l'énergie nécessaire à sa production. (Source: HSE)

- Un repas à base d'aliments produits localement et achetés en saison réduit de près de 20 % son impact carbone. (Source: ADEME)

9. Minimiser l'impact environnemental des installations/infrastructures, ou bureaux utilisés

Exemples d'objectifs et/ou de bonnes pratiques:

- Contribuer à l'amélioration de la qualité environnementale des infrastructures/installations sportives;
- Réduire la consommation en énergie dans tous les domaines de l'organisation et de l'utilisation des infrastructures;
- Optimiser la consommation, d'eau et réduire les gaspillages;
- Minimiser les émissions carbone des installations temporaires et des stades.

Le saviez-vous ?

- L'utilisation de robinet, dit aérateur, permet de diviser par 2 le débit d'eau s'écoulant. (Source: ADEME)

- L'installation de puits de lumière permet d'éviter le recours à l'éclairage en journée.

- 260 000 équipements sportifs existent en France. (Source: ministère des Sports, 2011)

10. S'engager dans la préservation et la gestion durable de la biodiversité dans le cadre de la Stratégie Nationale pour la Biodiversité

Exemples d'objectifs et/ou de bonnes pratiques:

- Favoriser les partenariats entre le monde sportif et les acteurs de l'environnement;
- Développer la connaissance des pratiquants et intensifier la sensibilisation en matière de biodiversité;
- Faire que les acteurs des pratiques sportives de nature deviennent des acteurs reconnus pour contribuer à la gestion durable de la biodiversité et des ressources;
- Promouvoir et développer des pratiques sportives exemplaires en contribuant à la préservation du milieu vivant.

Le saviez-vous ?

- L'organisation d'événements sportifs au sein de zone classée « réseau européen Natura 2000 » impose une évaluation préalable des incidences environnementales (retrait et dépôt du dossier en préfecture).

- Une bouteille en plastique abandonnée dans la nature met plus de 500 ans à se dégrader intégralement. (Source: PNV)



40, rue François-I^{er} – 75008 Paris

T: +33 (0)1 53 23 01 68

F: +33 (0)1 53 23 03 11

www.sporsora.com

www.facebook.com/sporsora

www.twitter.com/sporsora