



ULTRA SPIRIT 2022

Rapport d'évaluation d'impact environnemental



Janvier 2022 – Arthur Paley

SALOMON

ultra
spirit.



RESUME DE VOTRE IMPACT



METHODOLOGIE

- ✓ Questionnaire déclaratif de 200 questions + 50 données chiffrées
- ✓ Classé selon 11 thématiques
- ✓ Chaque réponse est graduée et pondérée selon sa participation à la réduction de l'impact
-> évaluation par **thématique**
- ✓ Chaque thématique est également pondérée
-> évaluation **globale**

ALIMENTATION		Réponses	Justification ou Cor
PRODUITS	Les aliments proposés sont-ils de saison ?	OUI, parfaitement	Oui, tout est de saison. Voir !
	Pouvez vous indiquer dans quelle proportion ?	OUI, parfaitement	
	<i>Part des aliments de saison (%)</i>	100%	
	Les denrées consommées et les boissons sont-elles d'origine locale (-100 km) ?	OUI, parfaitement	
	Pouvez vous indiquer dans quelle proportion ?	OUI, parfaitement	
	<i>Part des aliments locaux (%)</i>	90%	
	Proposez vous des plats végétariens / végétaliens pour les différents publics ?	OUI, moyennement	Vendredi midi : menu. Soir + matin : pas spécifique choix pour tous. Régime all participants : 1 ou 2.
	Privilégiez-vous les produits frais, pour réduire la consommation de produits transformés et/ou congelés ?	OUI, parfaitement	Hors barres de céréales et Bretagne
	Les produits importés (café, chocolat, thé, sucre, banane) sont-ils labellisés ou équitables ?	OUI, un peu	Les produits locaux Pas de labellisation spécifique chocolat
	Les produits locaux sont-ils achetés à des tarifs justes et équitables auprès de leurs producteurs ?	OUI, un peu	Une grande majorité : local et Label bio pour salade, les p saucisson et lard, bières, jus ongles dédié Feuille de suivi SPIRIT
Proposez vous de l'alimentation biologique ?	OUI, un peu		
Pouvez vous indiquer dans quelle proportion ?	NON, pas du tout	Attente retour (
<i>Part des aliments biologiques (%)</i>			
Avez-vous choisi les produits d'origine animale en fonction des considérations écologiques (saisonnalité, choix de la production, choix du mode d'élevage, label, etc.) ?	OUI, parfaitement	Le veau vient de l'alpage où élevage local	
Avez-vous effectué un calcul des émissions de gaz à effet de serre des plats que vous servez ?	NON, pas du tout	AIR a un outil pour ça, pour s l'impact de la viande rouge v Réutilisable après l'événement organisateurs, soit par les par n'a pas de vaisselle jetab	
CONTENANTS			
Utilisez vous un système de gobelets réutilisables ? Est ce du matériel acheté par l'organisation, loué ou prêté ?	OUI, parfaitement		

RESUME DE VOTRE IMPACT

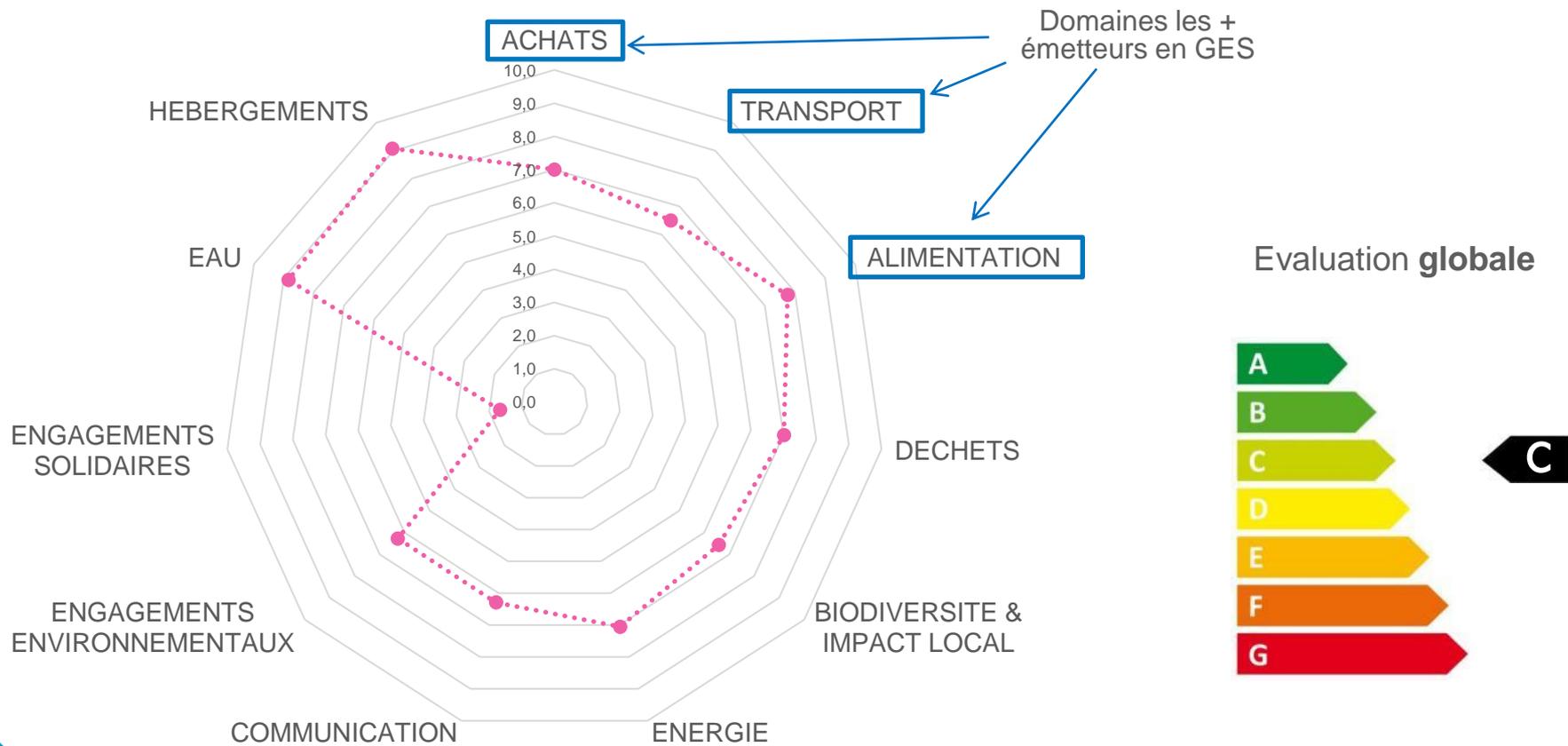
- ✓ Approche **globale et anticipée**, qui prend en compte (presque) l'ensemble des enjeux
- ✓ *Small is beautiful !*
Choix d'un **nombre limité** de participant·e·s garant d'une liberté d'action et d'un impact maîtrisable & maîtrisé



Intégration de la sensibilisation à l'environnement dans l'enjeu sportif



RESUME DE VOTRE IMPACT





VOTRE IMPACT EN DETAIL



ACHATS

- Influence toute l'organisation
- 1 des 3 enjeux majeurs en terme de carbone

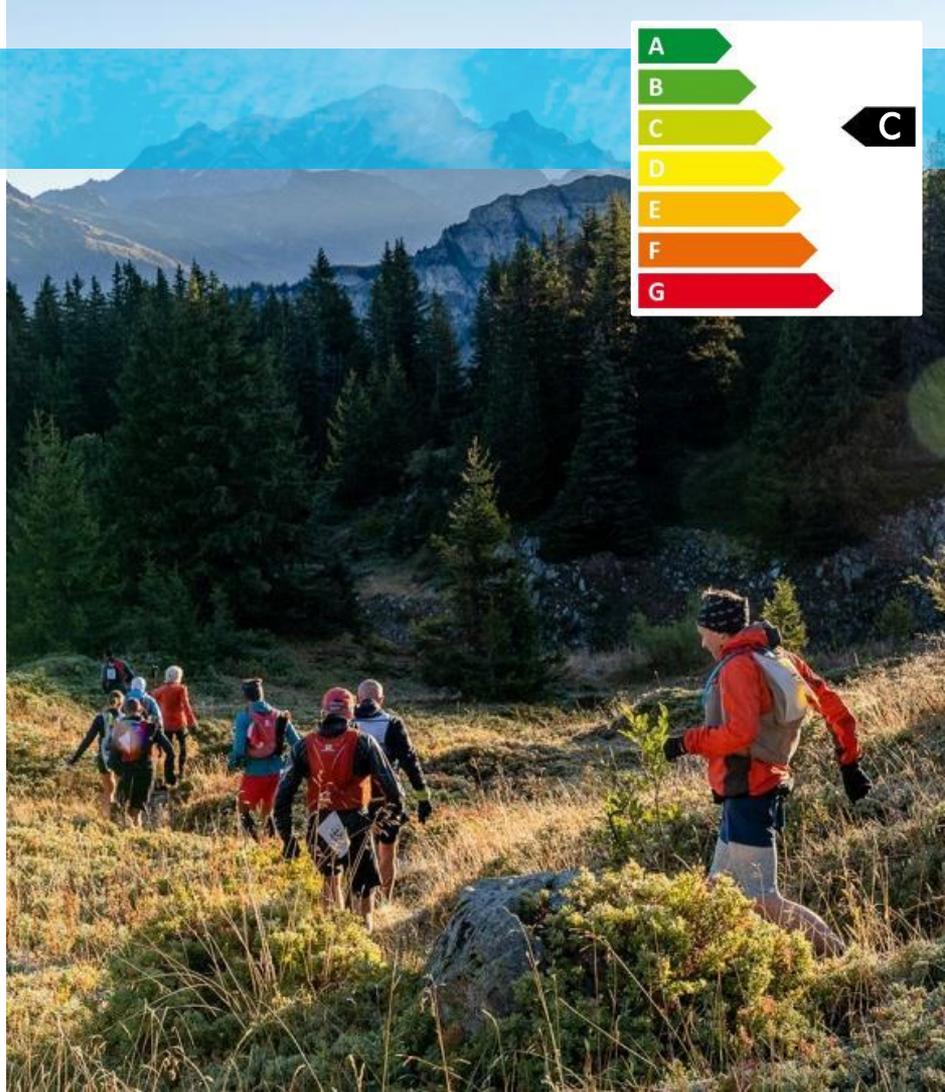
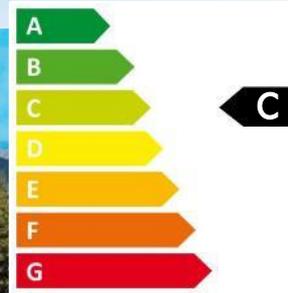
Points forts :

- ✓ Politique d'achats responsables ancrée : mode de production, provenance, etc.
- ✓ Majorité de fournisseurs locaux
- ✓ Matériel réutilisable plutôt qu'usage unique + location & emprunt



Pistes de progression :

- Augmenter la part de fournisseurs locaux -> objectif 100 % ?
- Travailler sur l'eco-conception des éléments du race pack



TRANSPORT

➤ Principale source d'émission de carbone

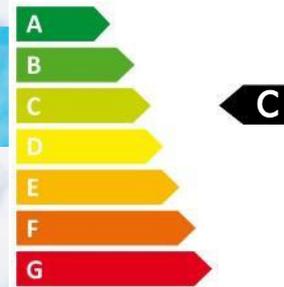
Points forts :

- ✓ Incitation des participant-e-s sur le choix de mode de transport
- ✓ Mise en place de bus gratuits
- ✓ Suivi des distances parcourues pour tous les publics



Pistes de progression :

- Optimiser les transports de l'organisation (personnes, matériel, fournisseurs, etc.)
- Intégrer le mode de transport comme critère dans la sélection des équipes



ALIMENTATION

- 1 des 3 enjeux majeurs en terme de carbone

Points forts :

- ✓ Un choix de produits basé sur des considérations écologiques : frais, de saison, locaux
- ✓ Vaisselle réutilisable (+ goodies beau et utile)
- ✓ Vigilance sur la lutte contre le gaspillage

Pistes de progression :

- Augmenter la quantité et la qualité de propositions végétariennes/vegan
- Augmenter la part d'aliments bio et issus du commerce équitable pour le non-local (café, chocolat, banane, etc.)



DECHETS

- Enjeu très visible
- Levier de sensibilisation

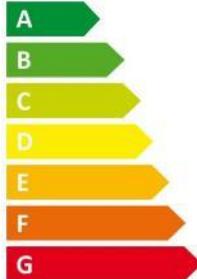
Points forts :

- ✓ Politique globale de réduction, de réutilisation et de recyclage
- ✓ Tri et valorisation locale (bio-déchets) initiés



Pistes de progression :

- Veiller à l'efficacité du tri des déchets en désignant un-e référent-e
- Affiner le suivi des volumes de déchets par période & lieu pour cibler les possibilités de réduction
- Réduire les déchets liés au conditionnement de l'eau potable



C



BIODIVERSITE & IMPACT LOCAL

- Préservation du terrain de jeu
- Intégration à la communauté locale

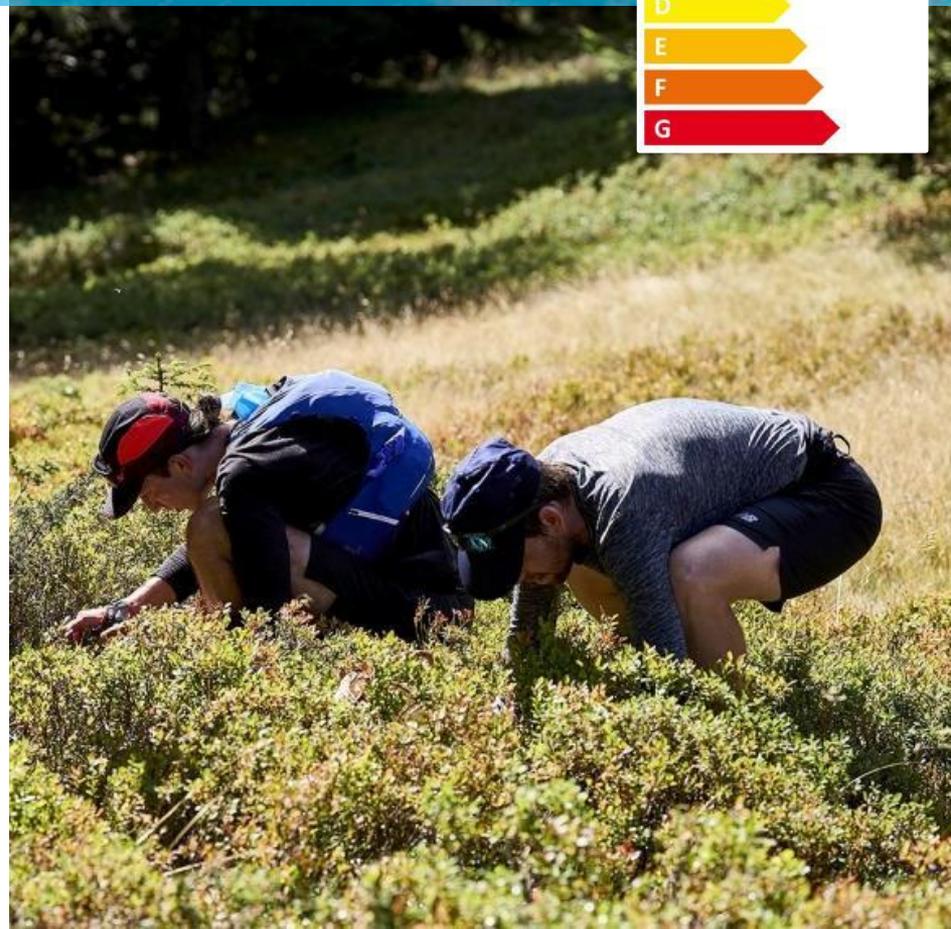
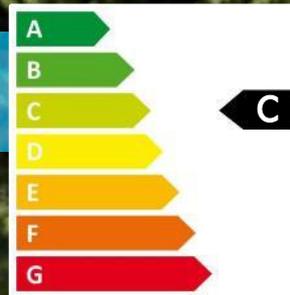
Points forts :

- ✓ Démarche volontariste de réduction du nombre des participant-e-s favorise le respect de la biodiversité
- ✓ Sensibilisation des participant-e-s sur le respect du territoire (sentiers, urinoirs)
- ✓ Consultation de la population locale (institutions, agriculteurs, chasseurs, communauté de communes, etc.)



Pistes de progression :

- Identifier les zones à risques en s'appuyant sur des associations de protection de la nature
- Avoir une vigilance accrue pour le site du bivouac



ENERGIE

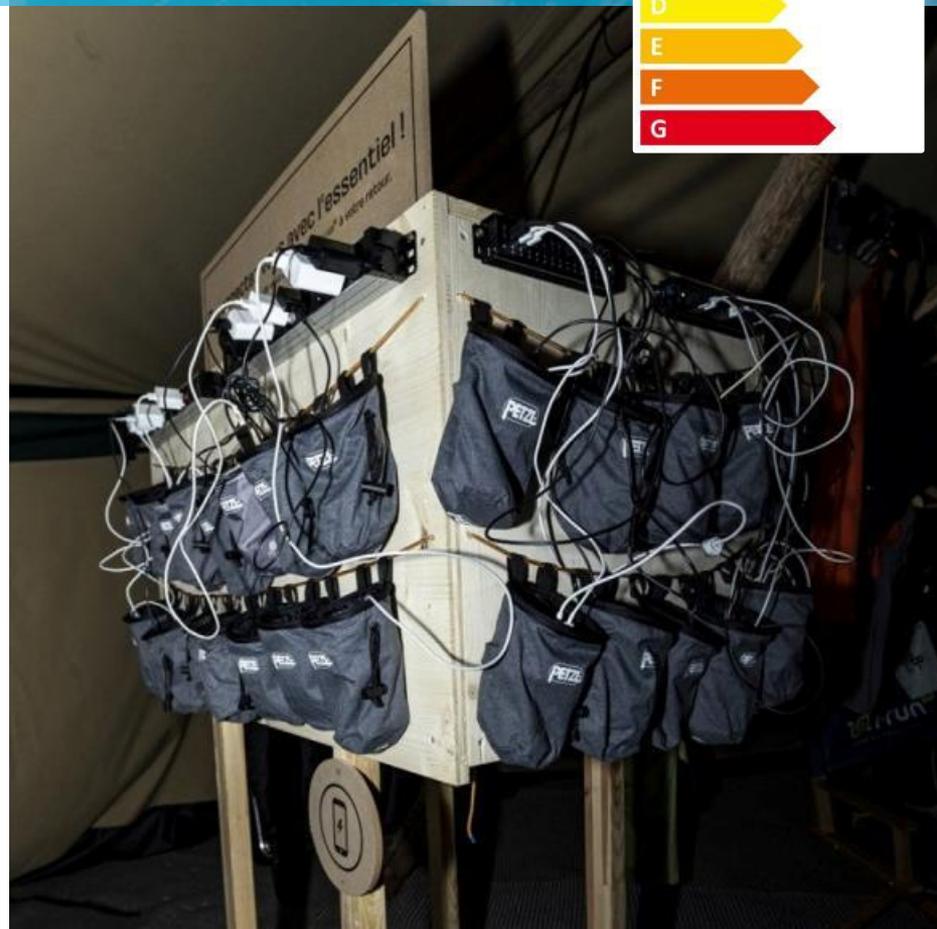
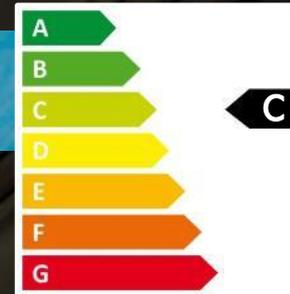
- Se raréfie
- Ressource à partager

Points forts :

- ✓ Forte démarche de limitation de la consommation électrique, partagée avec équipe et fournisseurs
- ✓ Sources d'énergie diversifiées : bois + électricité
- ✓ Faible recours au groupe électrogène malgré l'isolement

Pistes de progression :

- Assurer un suivi précis de la consommation électrique
- Chercher des solutions innovantes pour remplacer les groupes électrogènes de secours



COMMUNICATION

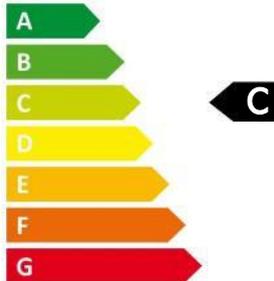
- Important pouvoir de sensibilisation
- Image de l'événement

Points forts :

- ✓ Pas de communication papier
- ✓ Signalétique durable et réutilisable **S**
- ✓ Goodies utiles fabriqués localement
- ✓ Pas d'hélico pour filmer **S**

Pistes de progression :

- Bannir l'usage de véhicules à énergie fossiles pour filmer l'événement (pick-up)
- Race pack & lots : limiter le nombre d'éléments et donner la possibilité de refuser les éléments non-indispensables



LE DARBELLAY

Vous voilà revenus du Grand Mont, sommet historique et mythique du ski d'alpinisme et de la légendaire Pierre Menta.
Et vous n'êtes pas reçus par n'importe qui, puisque c'est le multiple champion Florent Perrier qui nous accueille dans son chalet d'alpage, où il produit son délicieux Beaufort.
Le temps et la course passent à toute vitesse, prenez le temps d'apprécier ces instants.

WICP
2011

LE CONSEIL DE FRANÇOIS

La remise en route a été un peu difficile et c'est normal après ce que vous avez déjà engagé.
Les courbatures devraient s'effacer, et il va falloir rentrer à fond dans cette deuxième journée d'effort.
Profitez de ce temps précieux, pensez à bien vous alimenter et vous hydrater...
Le tronçon sera magnifique, à cours de refuge en refuge dans ce Beaufortan des plus beaux, mais la route sera longue, préparez-vous !

BAUCOMON
1985 - 2014

ENGAGEMENTS ENVIRONNEMENTAUX

- Levier d'influence de la communauté
- Effets au-delà de l'événement

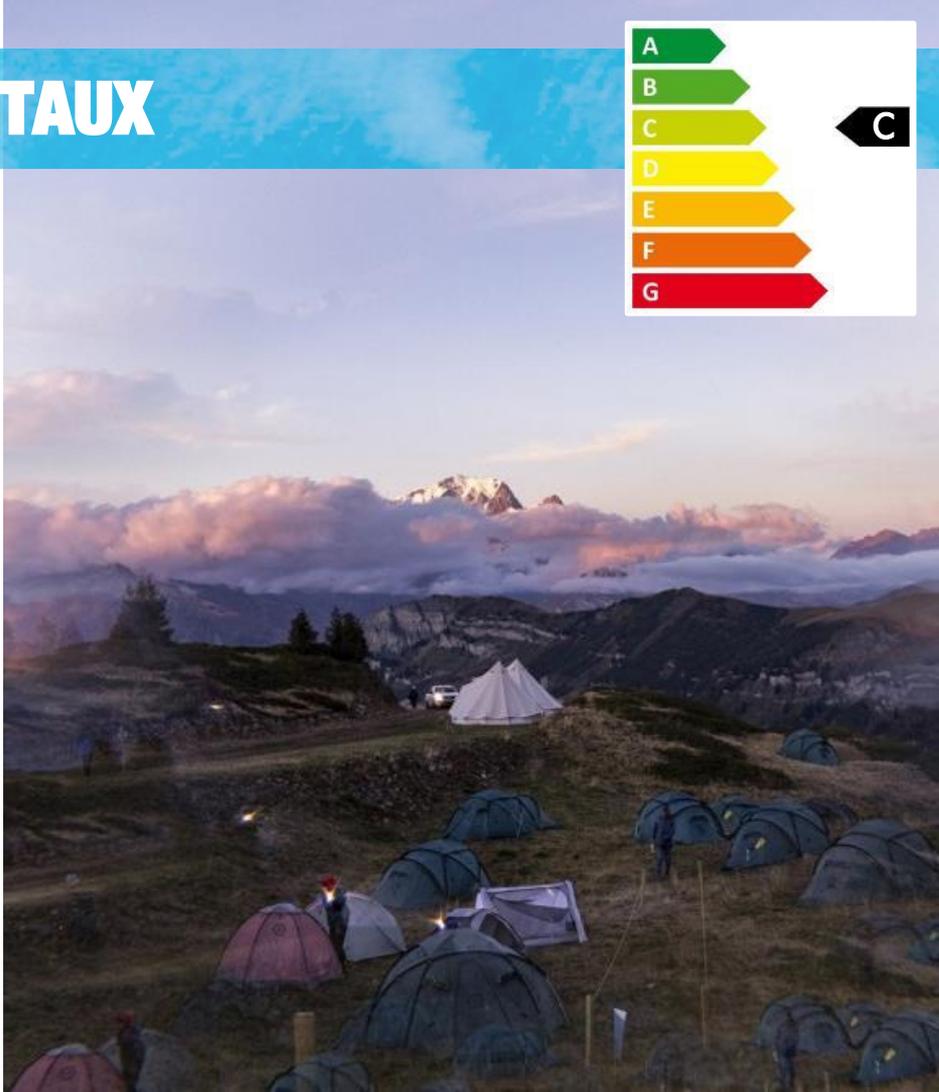
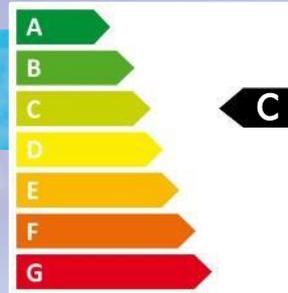
Points forts :

- ✓ Formation et implication de toutes les équipes d'organisation, avec une référente désignée
- ✓ Sensibilisation sur le mode de transport en amont et au départ de la course
- ✓ Participation à la préservation de la forêt via Sylv'actes



Pistes de progression :

- Partager plus largement votre engagement auprès des participant-e-s, des locaux, des partenaires ; aller au-delà des messages oraux
- Contribuer à la neutralité carbone mondiale pour les émissions liées au transport des participant-e-s



ENGAGEMENTS SOLIDAIRES

- Valorise les impacts positifs
- Inclusion des publics éloignés
- Valeur portée par le sport

Points forts :

- ✓ Prix équivalents pour homme & femme



Pistes de progression :

- Favoriser la parité parmi les équipes, en ayant une communication sur le sujet en amont par exemple
- Etudier la faisabilité de faciliter l'accès aux personnes en situation de handicap
- Etudier la possibilité d'inclure des personnes éloignées de l'emploi dans l'organisation, par l'intermédiaire de structures de soutien (ESAT, entreprises de l'ESS), pour la création des goodies par exemple.



EAU

➤ Ressource naturelle sensible à préserver

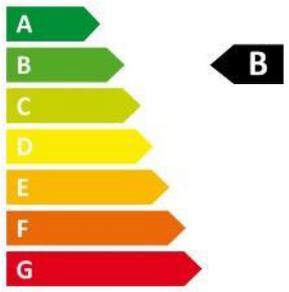
Points forts :

- ✓ Equipements permettant de limiter le gaspillage
- ✓ Pas de douche
- ✓ Suivi de la consommation



Pistes de progression :

- Inclure le village de départ/arrivée dans le suivi de la consommation d'eau



HEBERGEMENTS

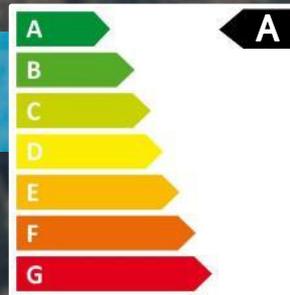
➤ Concentre tous les enjeux de l'organisation

Points forts :

- ✓ Bivouac géré en direct, avec les mêmes exigences que pour l'organisation générale
- ✓ Sobriété énergétique

Pistes de progression :

- Sensibiliser davantage sur la consommation électrique et la consommation d'eau



ACCORD AVEC LA CHARTE SALOMON



1 Préserver l'eau en évitant la **SURCONSOMMATION** et la **POLLUTION**



2 Privilégier les énergies propres en optant au plus pour des **ÉNERGIES RENOUVELABLES**



3 Choisir des **SUPPORTS RÉUTILISABLES** et **ÉCOLOGIQUES** pour nos événements (drapeaux, bannières...)



4 Créer des packs course responsables, avec des produits **LOCAUX**, **ÉQUITABLES** et **ÉCOLOGIQUES**, et offrir la possibilité, au lieu du pack, de faire un don à une organisation environnementale payé par Salomon



5 Gérer les déchets selon les principes de **RÉUTILISATION**, de **RECYCLAGE** et de **RÉDUCTION**



6 **INTERDIRE** les sacs, trophées, cadeaux, gourdes et verres en **PLASTIQUE**



7 Proposer une restauration responsable avec des produits **LOCAUX**, **BIOLOGIQUES**, de **SAISON** et une option vegan



8 Optimiser les transports en proposant des solutions **BAS CARBONE** et en encourageant l'**ÉCOMOBILITÉ**



9 Communiquer de manière responsable en **INTERDISANT** les **HÉLICOPTÈRES** pour le filmage et la promotion des événements



10 Compenser les émissions carbone de nos événements et proposer aux participants une option de **COMPENSATION DES ÉMISSIONS CARBONE** de leur voyage lors de leur inscription



11 **PROTÉGER LES HABITATS NATURELS** à travers des études environnementales, des travaux de préservation et la limitation de l'impact des **PARTICIPANTS** en contrôlant leur **NOMBRE** (départs par vagues et sensibilisation à la protection environnementale pendant les courses)



12 Nommer des **RESPONSABLES DÉVELOPPEMENT DURABLE** pour chaque événement et sensibiliser les bénévoles sur ces enjeux



13 **PROMOUVOIR** la **DIVERSITÉ** et l'**INCLUSION** en encourageant un traitement et une représentation équitable des genres dans les courses, en formant les directrices de course et les équipes organisantes à ces enjeux, et en optimisant l'**ACCESSIBILITÉ** des **ÉVÈNEMENTS**



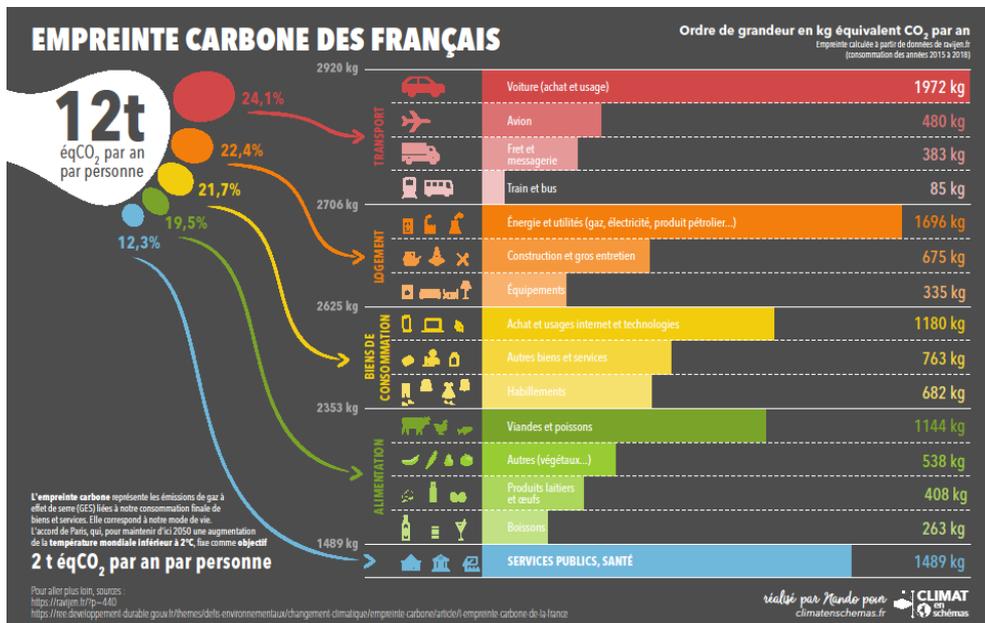
14 Collaborer avec les fédérations internationales et les organisateurs des circuits pour **OPTIMISER LES CALENDRIERS DES COURSES**



EMPREINTE CARBONE

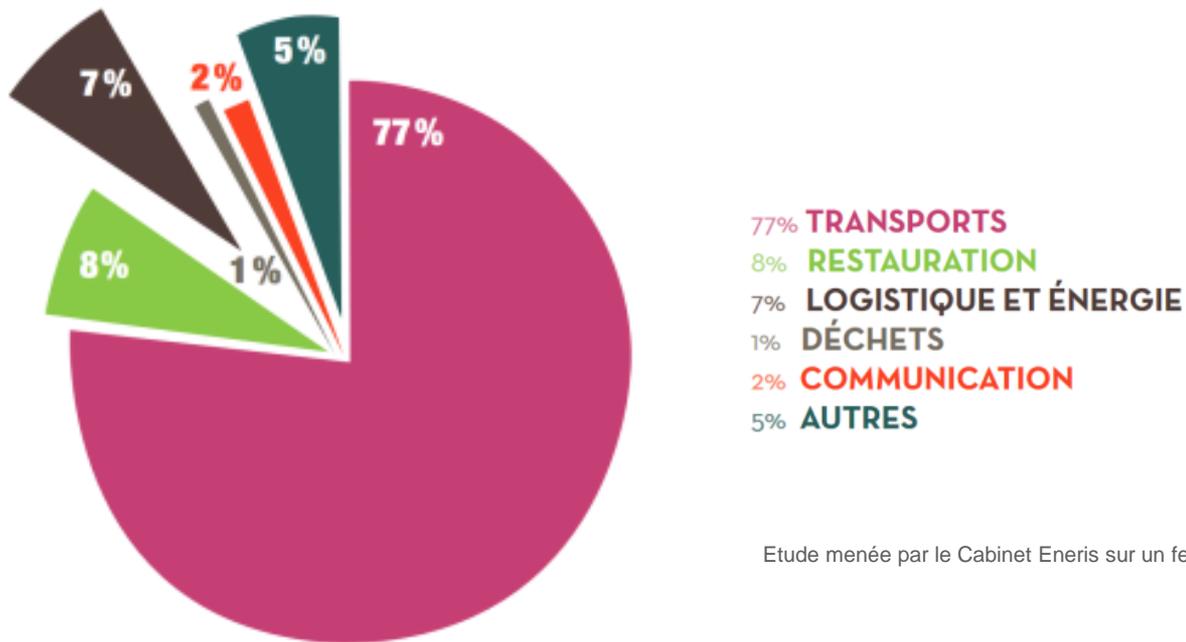


ORDRE DE GRANDEUR



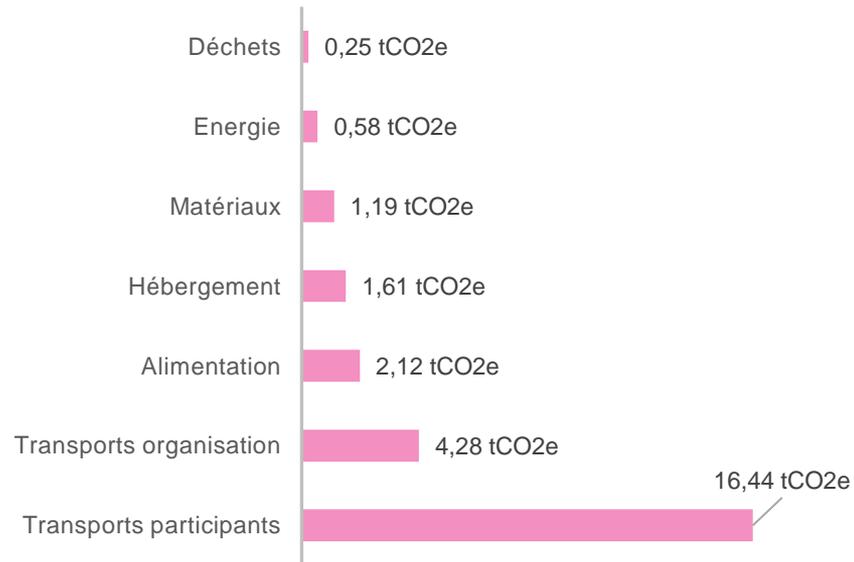
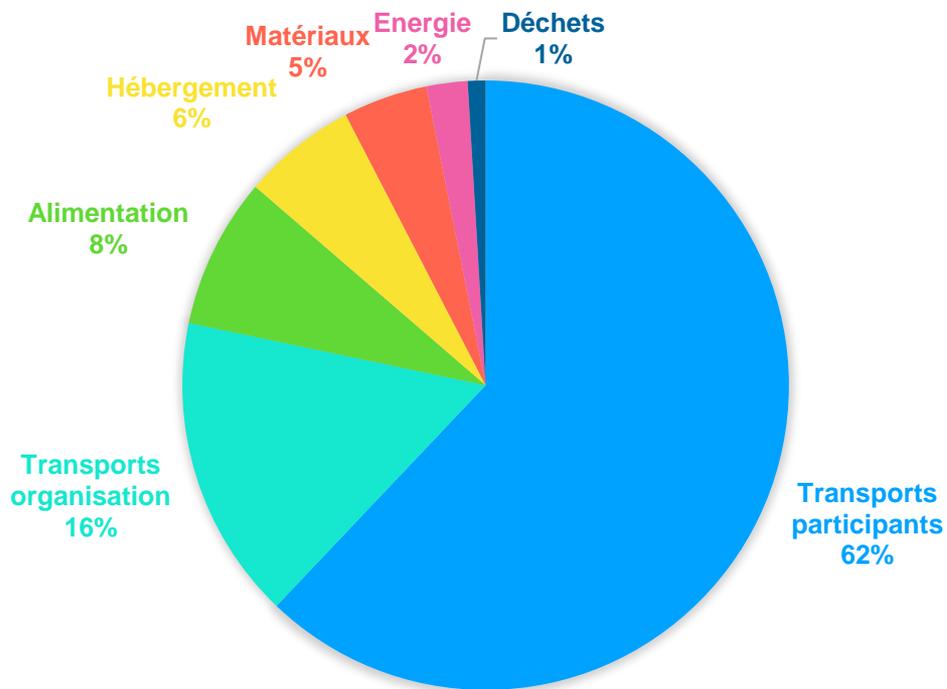
ORDRE DE GRANDEUR

Répartition de l'empreinte moyenne d'un événement en extérieur

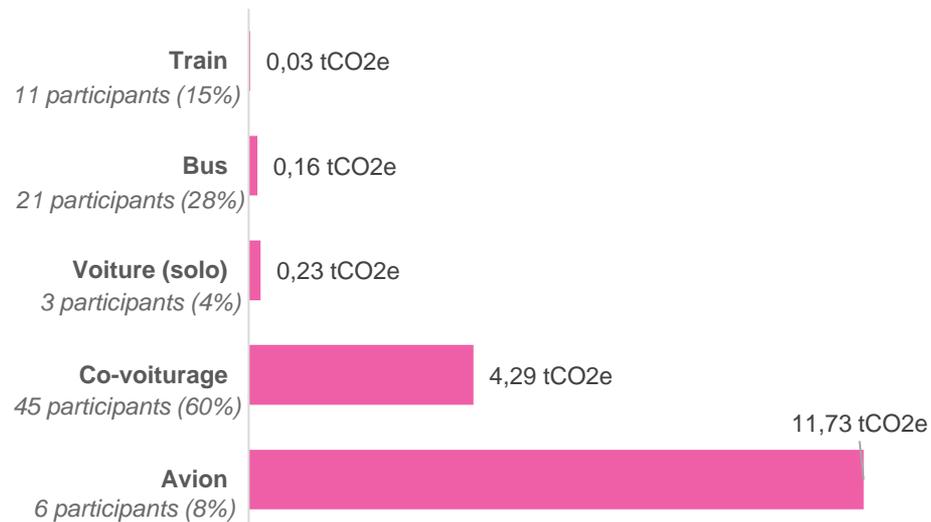
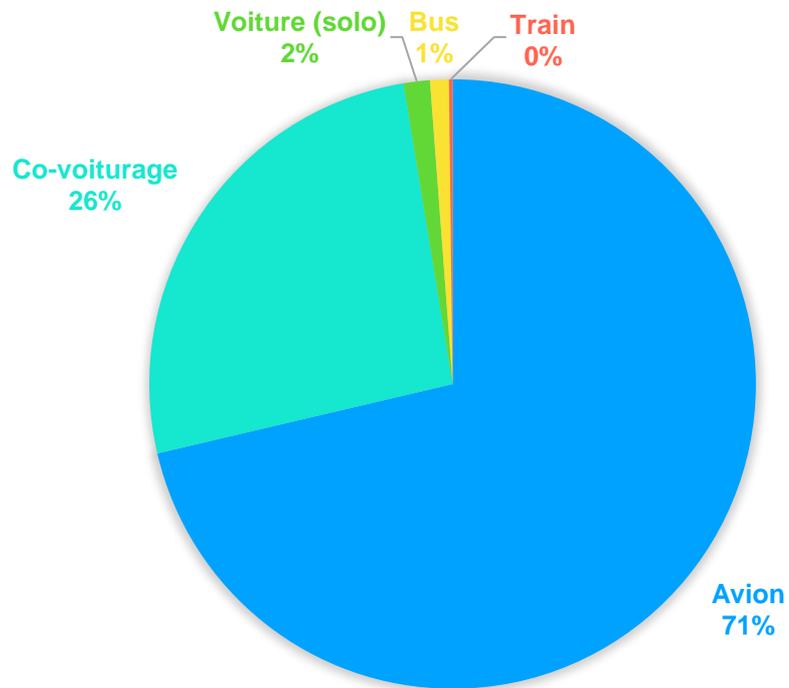


Etude menée par le Cabinet Eneris sur un festival de musique

EMPREINTE CARBONE ULTRA SPIRIT 2022



FOCUS TRANSPORT PARTICIPANTS





PISTES DE PROGRESSION



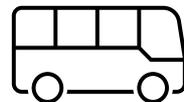
SUJETS PRIORITAIRES

Sur la base de l'évaluation qualitative



**Engagements
solidaires**

Sur la base de l'empreinte carbone



Transport

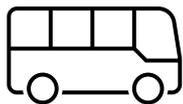


Alimentation



PROPOSITION D' ACTIONS A MENER

Sujets prioritaires



Transport



*Engagements
solidaires*



Alimentation

Actions possibles

- Inciter en renforçant l'intégration du choix du transport dans la compétition
 - Choisir des équipes qui n'ont pas à prendre l'avion
 - Optimiser les transports de l'organisation, dont ceux liés à la captation vidéo
-
- Inciter les candidatures d'équipes de femmes ou mixtes
 - Réfléchir à l'inclusion de personnes éloignées de l'emploi, dans la création de goodies notamment (en lien avec Salomon)
 - Envisager l'intégration des personnes en situation de handicap
-
- Renforcer l'offre végétarienne/vegan et le nombre de repas végétariens/vegan



COOPÉRATIVE
D'ENTREPRENEURS-SES
DU CHANGEMENT

1 rue Royale
74000 Annecy - FRANCE

Tél. +33(0)983 389 102

www.AIR.coop

Arthur PALEY

07 82 04 05 94

ap@air.coop



MEMBRE

Certified



Corporation

SALOMON

ultra
spirit.

