

CONVENTION DE SUBVENTION PARIS 2024

BILAN DU PROGRAMME WWF POUR ACCOMPAGNER LA TRANSITION ECOLOGIQUE DU SPORT

01 février 2020 au 31 mars 2023

Sommaire

1. PRESENTATION GENERALE DU PROGRAMME	3
2. RAPPORT TECHNIQUE	8
2.1. ACCOMPAGNER LA TRANSITION ECOLOGIQUE DES EVENEMENTS SPORTIFS	8
2.2. ACCOMPAGNER LE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT DES SPECTATEURS POUR LE RENDRE PLUS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT	12
2.3. DEFINIR LES PRINCIPES D'UN PLAN DE MOBILITE ACTIVE LORS DES EVENEMENTS SPORTIFS	15
3. BILAN & PERSPECTIVES	18
4. BILAN FINANCIER	22
ANNEXES	23

1. PRESENTATION GENERALE DU PROGRAMME

1.1. L'engagement de Paris 2024

En mai 2016, le comité de candidature Paris 2024 a posé les bases de son engagement d'excellence environnementale avec pour ambition d'organiser des Jeux à impact environnemental positif, qui accélèrent la transition écologique et contribuent à réinventer les villes et les modes de vie. Les premiers travaux ont permis de définir l'ambition et la stratégie d'excellence environnementale de Paris 2024. Un Comité d'Excellence Environnementale Paris 2024 composé de 24 personnalités qualifiées et engagées pour l'environnement (scientifiques, ONG, athlètes, entrepreneurs) a assuré la cohérence du projet. L'engagement environnemental de Paris 2024 s'est inscrit pleinement dans la feuille de route stratégique du Comité International Olympique (CIO) qui marque un tournant dans la philosophie de l'organisation des Jeux et leur finalité. En décembre 2014, les membres du CIO ont adopté à l'unanimité les 40 recommandations de l'Agenda Olympique 2020 inscrivant les Jeux dans « un projet global qui respecte l'environnement, la faisabilité et le développement, afin de laisser un héritage durable » et invitant les villes candidates à présenter un projet raisonnable et adapté aux besoins sportifs, économiques, sociaux et environnementaux des territoires concernés. Le comité de candidature Paris 2024 a su, dès début 2016, proposer un concept de Jeux qui répond à ces objectifs, posant des bases solides pour la mise en œuvre d'une stratégie d'excellence environnementale véritablement intégrée à chaque étape du projet. Par son concept qui repose principalement sur des sites existants ou des infrastructures déjà projetées, il exprime clairement sa volonté de faire des Jeux responsables et aussi, un laboratoire d'innovation durable qui laisse un héritage positif aux territoires et à leurs habitants. Pour la première fois dans l'histoire des Jeux, un COJOP a constitué une direction en charge de l'Excellence Environnementale et a défini sa stratégie de mise en œuvre qui repose sur une ambition forte : adopter une démarche environnementale à 360 degrés sur l'ensemble du cycle de préparation et de livraison des Jeux. Cette ambition fera de Paris 2024 des Jeux exemplaires, innovants et accélérateurs de la transition écologique.

1.2. Le WWF France

Depuis 1973, le WWF France agit concrètement pour préserver la biodiversité, lutter contre le changement climatique et réduire notre empreinte écologique. Adeptes d'une action fondée sur le dialogue et le respect de l'autre, le WWF adopte une approche globaliste prenant en compte l'interdépendance entre l'état de la planète et le développement humain. Parce que la protection de la planète ne doit pas être le monopole d'une seule organisation, le WWF travaille d'une multitude de façons avec des partenaires différents dans le but de protéger la planète. Le WWF travaille avec les gouvernements pour améliorer la législation, avec les entreprises pour trouver des solutions économiques ainsi qu'avec les communautés pour aider à développer des conditions de vie durables. Le WWF fédère également des ONG internationales qui coordonnent des actions à grande échelle, les sympathisants qui rendent les actions du WWF possibles et les consommateurs à la recherche de produits responsables. Avec un réseau actif dans plus de 100 pays et fort du soutien de 6 millions de membres, le WWF est une fondation indépendante impliquée à l'échelle mondiale dans la protection de l'environnement. Plus particulièrement, le WWF travaille depuis plusieurs années sur les questions de sport et d'environnement, convaincu qu'ils peuvent se mettre au service l'un de l'autre. Ainsi, les équipes du WWF se sont investies aux côtés du comité d'organisation italien, dans le cadre de la préparation des Jeux d'hiver de Turin 2006 puis aux côtés du comité de candidature de Londres 2012. Le WWF International est partenaire depuis plusieurs années de la Fédération Internationale des Sociétés d'Aviron (FISA) et le WWF France collabore régulièrement avec la mission Sport & Développement Durable du ministère des Sports et mobilise des fédérations sportives.

1.3. Contexte du programme et enjeux

Le sport, par son pouvoir d'influence et sa capacité à catalyser les dynamiques et les moyens, peut aider à créer un élan d'initiatives permettant de lutter contre le changement climatique et la perte de la biodiversité. Le WWF France souhaite utiliser le sport pour insuffler cette dynamique positive où les enjeux environnementaux sont pleinement intégrés dans l'organisation et la gestion des événements et équipements sportifs et, par capillarité, dans notre société. Nous devons encourager la transformation du secteur

événementiel sportif français, notamment en favorisant l'engagement des parties prenantes, le développement des solutions et expertises, la montée en compétence des acteurs du sport ou encore la transformation des comportements des publics et des participants. Les parties prenantes de l'événementiel sportif français (organismes d'événements sportifs, acteurs publics territoriaux, publics etc.) ayant chacune des périmètres de responsabilités, des spécificités et des niveaux de maturité du sujet différents, le WWF France a ainsi proposé à Paris 2024 de porter un programme d'actions en trois axes, visant à accompagner chacune d'entre elles.

1.4. Objectifs du programme

Participer à la montée en compétences du secteur de l'événementiel sportif en France, sur des enjeux environnementaux identifiés comme prioritaires par le WWF France et encore peu traités par les acteurs du sport : l'alimentation, la mobilité active, l'accompagnement des publics vers l'adoption de nouveaux comportements plus vertueux ou encore l'engagement des acteurs publics territoriaux pour des événements sportifs plus responsables.

1.5. Plan d'actions

Le programme se décline en trois axes : 1/ Accompagner la transition écologique des événements sportifs français 2/ Accompagner le changement de comportement des spectateurs pour le rendre plus respectueux 3/ Définir les principes d'un plan de mobilité active lors des événements sportifs

1.6. Moyens pour y aboutir

Afin de répondre aux objectifs du projet, le WWF France a mis en place les moyens suivants :

- Consulter et concerter les différents types d'acteurs concernés par les travaux afin d'identifier leurs besoins, les problématiques qu'ils rencontrent, les leviers existants ou encore les solutions expérimentées, afin de proposer les outils les plus adaptés possibles.

- Donner des clés aux acteurs du sport sur des thématiques et enjeux prioritaires en publiant des recommandations, en valorisant les initiatives existantes et en mettant en réseau les acteurs.
- S'appuyer sur les enseignements et experts en sciences comportementales.
- Engager des sportifs et des sportives professionnel(le)s dans des expérimentations innovantes.
- Contribuer à l'élaboration de la charte des 15 engagements écoresponsables des organisateurs d'événements sportifs à horizon 2024, du ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques (MSJOP), et à l'élaboration d'outils à destination des signataires de la charte.
- Une équipe projet WWF (chargée de mission sport, responsable sport, expert en sciences comportementales, experts programmes - agriculture et alimentation, mobilité) ainsi que sur des expertises externes.

1.7. Calendrier

- Durée du projet : 38 mois
- Date de démarrage : 1er février 2020
- Date d'achèvement technique : 31 mars 2023

Impact de la pandémie sur le calendrier d'exécution :

Un certain nombre d'actions prévues au programme reposait sur la réalisation d'ateliers de travail et de concertation avec les acteurs du sport (axe 1) mais également sur la mise en œuvre de dispositifs expérimentaux sur des médias audiovisuels impliquant le travail avec des sportifs de haut niveau et des diffuseurs, ou encore la réalisation d'une série d'études impliquant plusieurs milliers de panélistes (axe 2). La crise Covid 19 et le confinement qui en a découlé ont fortement impacté l'agenda, avec pour conséquences le report des entretiens et ateliers de travail (secteur de la restauration collective sur l'axe 1), des études en laboratoire, du tournage vidéo et modification des grilles media... L'exécution du projet a également été impactée par les reports successifs du congrès mondial de l'UICN (en juin puis septembre 2021), pour lequel l'équipe projet sport était fortement mobilisée (organisation de la signature de la charte des 15 engagements éco-

responsables V2, événement de mobilisation de personnalités sportives dans le cadre la campagne *#PasLeDernier*, sortie en mer avec les gagnants du concours Sport Heroes).

Impact de la constitution de l'équipe projet sur le calendrier d'exécution :

Du retard a été pris dans le recrutement de la chargée de mission sport (prise de fonction en mai 2020) ; Par ailleurs, le WWF a fait le choix d'internaliser l'expertise en sciences comportementales qui s'est traduit par le recrutement d'un doctorant en psychologie sociale en novembre 2020. Ce choix d'internaliser une ressource plutôt que d'avoir recours systématiquement à des prestations externes repose à la fois sur le risque lié une offre de service encore peu développée sur le marché, et d'autre part sur le fait que la thèse et les travaux de recherche du doctorant rejoignent les enjeux du WWF sur ce sujet. Le doctorant a pris ses fonctions en novembre 2020.

2. RAPPORT TECHNIQUE

Le bilan technique présente les résultats et livrables produits au cours de la convention. Il relate également les questionnements et évolutions apportées au programme initial à l'aune des avancées et des enjeux prioritaires en matière d'écoresponsabilité de l'évènementiel sportif, en particulier sur les axes de travail 1 et 2.

2.1. Accompagner la transition écologique des événements sportifs

2.1.1. Rappel de contexte

La responsabilité environnementale d'un événement sportif est partagée entre l'organisateur, le territoire-site d'accueil et l'ensemble des autres parties prenantes. Aussi, si l'organisateur est l'acteur principal qui se doit d'insuffler et d'incarner un engagement fort en la matière, les acteurs publics locaux (villes, métropoles, départements, régions, état) jouent également un rôle clé dans l'organisation de grands événements sportifs. Ils participent au bon déroulement de ceux-ci par la mise à disposition des équipements sportifs, des équipes techniques, des différents services administratifs notamment préfectoraux, financement, organisation des transports, gestion de déchets, etc. Il convient donc d'engager et d'accompagner spécifiquement chaque partie prenante dans leurs nécessaires évolutions.

Le WWF France a proposé de livrer des clés aux organisateurs d'événements sportifs et aux acteurs publics locaux afin de leur permettre d'intégrer les enjeux environnementaux dans leurs activités. Étant donné la variété des typologies d'acteurs et de leurs spécificités, plusieurs types d'outils ont été imaginés en fonction de trois cibles identifiées au préalable, à savoir : les organisateurs d'événements sportifs, les territoires d'accueil et les prestataires / partenaires de l'évènement.

2.1.2. Rappel de l'objectif

Encourager et apporter une expertise aux organisateurs d'événements sportifs, aux partenaires prestataires et aux territoires d'accueil des événements, pour prendre en

compte les enjeux environnementaux dans l'organisation des différents événements sportifs.

2.1.3. Réalisé

2.1.2.1 Accompagner les organisateurs d'événements sportifs

a) Alimentation

Les recommandations du WWF France pour une alimentation durable ont été actualisées au regard des dernières données issues de *[l'Etude de démarches de durabilité dans le domaine alimentaire](#)* réalisée en 2021 par le WWF France, Greenpeace et le Basic et regroupées au sein du livrable ***Alimentation responsable, recommandations du WWF France*** (annexe 1). Ces recommandations ont été annexées à la charte des 15 engagements écoresponsables des organisateurs d'événements sportifs à horizon 2024, lancée en décembre 2021 par le ministère des Sports.

b) Achats responsables

Les livrables envisagés initialement dans le programme consistaient en la réalisation d'un guide sur les achats responsables à destination des organisateurs d'événements sportifs, ainsi que d'un modèle de "contrat d'écoresponsabilité" entre l'organisateur et ses prestataires. Après plusieurs échanges avec les acteurs du sport, et avec le Comité d'Organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, nous avons estimé que l'implication du WWF France sur le sujet manquait de pertinence eu égard la pluralité de contextes des événements sportifs (taille, moyens humains et financiers, modèle économique...), de familles d'achats et de types de contrats et clauses spécifiques en fonction des fournisseurs / prestataires. Par ailleurs, le WWF France n'apporterait pas de plus-value sur ce sujet.

Aussi, en accord avec le COJOP lors du bilan intermédiaire, le WWF France a choisi de renforcer ses travaux, d'une part sur l'alimentation durable pour laquelle les acteurs du sport ont fait part d'un besoin d'accompagnement, et d'autre part sur les expérimentations en sciences comportementales, actions novatrices et à fort potentiel en matière

d'évolution des comportements, pour lesquelles il existe encore peu de littérature et d'expériences dans le secteur du sport.

c) Déchets

Encouragés par l'évolution de la loi, ainsi que par l'émergence de nombreux guides et prestations d'acteurs spécialisés sur les déchets, nous avons observé au travers de nos différents entretiens avec des organisateurs d'événements sportifs qu'ils se sont largement appropriés le sujet, la mise en œuvre des dispositifs de collecte de tri semble bien maîtrisée. Les enjeux rencontrés par les organisateurs relèvent davantage de la collecte et du traitement des déchets par les prestataires ou encore des comportements des usagers (utilisation et tri).

Dans ce contexte, en accord avec le COJOP lors du bilan intermédiaire, le WWF n'a pas produit un nouveau guide sur la réduction du plastique à usage unique mais s'est concentré sur l'expérimentation en sciences comportementales de réduction de l'usage de bouteilles plastiques dans les stades menée à Paris puis à Marseille – cette dernière permettant de tester des dispositifs répondant à la problématique des comportements des usagers.

2.1.2.2 Accompagner les partenaires / prestataires

Les entretiens menés avec les organisateurs et leurs prestataires ont rapidement démontré que l'élaboration d'un "contrat d'écoresponsabilité" entre l'organisateur et ses prestataires / fournisseurs envisagé manquait de pertinence eu égard la pluralité des typologies d'événements sportifs (récurrents, itinérants, ...), leur périmètre de responsabilité (gestionnaires de site ou non, etc.), la taille des structures qui les portent, etc. Au-delà, ce type de contrat rentrerait en concurrence avec les critères d'éco-conditionnalisés déjà présents dans les cahiers des charges et/ ou guides d'achats responsables des organisations ayant recours aux appels d'offre. C'est pourquoi, en accord avec le COJOP lors du bilan intermédiaire, le WWF France a choisi d'abandonner ce projet pour se concentrer sur les autres projets du programme sur lesquels nous pouvons apporter une réelle expertise.

2.1.2.3 Accompagner les territoires / acteurs publics locaux

Un premier état des lieux portant sur les typologies d'événements sportifs accueillis ainsi que sur le périmètre de responsabilité en matière d'environnement des territoires et plus largement des acteurs publics locaux (PNR par exemple) a fait émerger une pluralité d'initiatives locales existantes mais un déficit de visibilité, de mise en réseau et de capitalisation de ces dernières. Le WWF a alors mené une série d'entretiens approfondis avec des acteurs territoriaux et de l'événementiel sportif et culturel reflétant la pluralité des typologies de collectivités (ville, communauté urbaine, métropole, région) et des acteurs concernés (élus, agents territoriaux, associations, parc naturel...). Ces entretiens ont permis l'élaboration et la publication d'un recueil d'initiatives des acteurs publics locaux, ***L'événementiel sportif, un atout pour le territoire. Recueil de bonnes pratiques*** (annexe 1). Construit pour inspirer une collectivité qui souhaiterait promouvoir la transition écologique à travers l'organisation d'événements durables sur son territoire, le recueil présente des retours d'expériences et pistes concrètes à travers le prisme de la charte des 15 engagements éco-responsables des organisateurs d'événements sportifs.

Grâce à leur partage d'expérience, un peu plus d'une quinzaine d'acteurs ont ainsi contribué à l'élaboration de ce recueil : Ville de Paris, Communauté urbaine de Caen la Mer, région Normandie, Ville de Nice, VALTOM 63, Réseau éco-événement REEVE, Association nationale des élus du sport, Alsace Rando, Ville de Grenoble, Ville et Eurométropole de Strasbourg, Syvedac, Comité d'organisation des 20 km de Tours, Métropole Rouen Normandie, Régie des équipements sportifs Kindarena, Parc naturel régional des Préalpes d'Azur, France Urbaine, Fédération française de badminton.

2.2. Accompagner le changement de comportement des spectateurs pour le rendre plus respectueux de l'environnement

2.2.1. Rappel du contexte

Si l'environnement est l'enjeu du siècle, nous assistons parallèlement à l'éclosion d'une radicalité anti écologique. D'autres part, de nombreuses études montrent que les personnes sensibilisées aux enjeux environnementaux n'adoptent pas forcément des comportements plus durables.

Changer les comportements est un enjeu essentiel de la transition écologique. Argumenter et toucher la raison ne suffit pas. C'est pourquoi le WWF France mène depuis quelques années plusieurs travaux concernant la compréhension des freins et des leviers au changement de comportement du grand public en s'appuyant sur les sciences comportementales. Ces dernières s'attachent à comprendre les facteurs qui sous-tendent les décisions quotidiennes des individus, guidées par les émotions et les habitudes, et influencées par l'environnement physique et social. Les sciences comportementales se présentent comme un outil complémentaire aux outils traditionnels - réglementation, fiscalité, information/sensibilisation – utilisés afin d'assurer la transition écologique de notre société.

Le sport représentant un levier puissant pour délivrer un message et mobiliser des millions de gens, les spectacles sportifs constituent un terrain d'expérimentation pour tenter d'influencer le comportement des spectateurs et téléspectateurs pour le rendre plus respectueux de l'environnement. D'autre part, un certain nombre d'actions et de dispositifs visant à réduire l'impact environnemental d'un événement sportif dépendent directement du comportement du participant/spectateur. Une approche uniquement servicielle (offre de transport en commun, offre de restauration végétalisée etc.) de la problématique est vouée à l'échec en l'absence de dispositif intégrant l'accompagnement aux changements de comportement des participants et spectateurs.

2.2.2. Rappel de l'objectif

Inciter un changement de comportement des spectateurs et téléspectateurs sportifs notamment en formant et impliquant les sportifs de haut niveau.

2.2.3. Réalisé

L'abandon de certains livrables de l'axe 1 (cf. supra) nous a permis d'approfondir les travaux en sciences comportementales et d'aller au-delà de l'objectif fixé initialement. Ainsi, nous avons pu utiliser le sport pour expérimenter l'efficacité de stratégies comportementales visant à inciter un comportement durable au téléspectateur mais également nous avons pu tester des dispositifs pour réduire des croyances erronées des spectateurs sur des comportements plus durables.

Ainsi, entre avril 2022 et mars 2023, nous avons mené une série d'études sur deux problématiques majeures liées à l'adoption de comportements écologiques : **le passage de l'intention à l'action et la déconstruction de croyances freinant l'adoption de comportements écologiques**. Ces études visaient à tester, grâce à la méthode expérimentale, des stratégies de communication émanant de la psychologie sociale, et plus particulièrement de la théorie de la dissonance cognitive, de la théorie de l'engagement et de la théorie de la persuasion.

Problématique n°1 : tester l'efficacité de communications favorisant le passage de l'intention à l'action

Afin de répondre à la problématique du passage de l'intention à l'action, nous avons réalisé une série de trois études expérimentales, les deux premières ayant été conduites en laboratoire et la troisième ayant été diffusée « en grandeur nature » lors du tournoi des six nations 2023.

Le dispositif a consisté à diffuser en streaming un spot de TV de 50 sec dans lequel Mathieu Bastareaud s'exprimait au sujet de la pollution numérique. Diffusé à la mi-temps, le spot était suivi d'une ou deux questions amenant le téléspectateur à réaliser un geste écologique en lien avec la pollution numérique (suppression de ses spams). Le choix s'est porté sur le streaming puisqu'il qu'il représente un media de masse permettant des interactions avec le téléspectateur (interactions nécessaires dans le cadre des stratégies comportementales).

La première étude, utilisant la dissonance cognitive pour motiver le passage à l'action, a été réalisée en laboratoire en avril 2022 sur un échantillon de 1500 personnes mise en condition de regarder un match de rugby en streaming sur son ordinateur.

La seconde étude, utilisant l'association d'une communication persuasive et de stratégies d'engagement, a été réalisée en novembre 2022 en laboratoire sur un échantillon de 1504 personnes.

A l'issue des résultats des deux premières études, le spot a été déployé en conditions réelles (étude 3) lors du tournoi des six nations en février-mars 2023, auprès de 240 245 spectateurs. Les résultats en situation réelle ont confirmé les bons résultats obtenus en laboratoire concernant l'efficacité d'une stratégie d'engagement lorsqu'elle est déployée sur un média numérique de masse. Ainsi, lors du tournoi des 6 nations, le dispositif a permis **de doubler l'intention de faire le comportement** (augmentation de 100% de l'intention), ce qui rejoint les résultats obtenus en laboratoire montrant **une augmentation de 46% de la réalisation du comportement** (la phase laboratoire ayant permis de mesurer directement le comportement et pas uniquement l'intention).

Problématique n°2 : Mesurer l'efficacité de communications contradictoires avec les croyances de l'individu

Pour adresser cette problématique, nous avons réalisé trois études testant des communications visant à déconstruire des mythes autour de la consommation régulière de viande. Lors de ces trois études, des participants en accord avec des croyances erronées sur la consommation de viande ont été exposés à des textes visant à déconstruire leurs croyances. Les trois expérimentations ont été réalisées en janvier 2023.

La première étude, réalisée auprès de 755 personnes, a consisté à tester une solution permettant de mesurer a priori la probabilité de succès d'une communication allant contre les croyances des individus ainsi que le risque d'un "retour de flamme" et l'adhésion à des théories du complot.

Pour les individus ayant une croyance forte sur le lien entre performance sportive et consommation de viande, les résultats montrent une augmentation de 45% de l'adhésion à l'idée que des lobby de la viande végétale seraient derrière l'information présentée.

Les deux expérimentations suivantes, chacune réalisée auprès d'un échantillon de 900 personnes, ont cherché à tester un dispositif de communication reposant sur la stratégie « des petits-pas » ayant pour objectif de déconstruire des croyances fortement résistantes (c'est-à-dire des croyances pour lesquelles l'individu est fortement certain) en

déconstruisant au préalable des croyances plus faiblement résistantes (c'est-à-dire avec un degré de certitude moindre).

Les résultats indiquent que **la stratégie des petits pas permet de diminuer de 15% l'adhésion aux deux croyances** testées (lien sur la viande et équilibre nutritionnel et récupération sportive).

Les résultats de ces études ont donné lieu à l'élaboration du livrable "***SPORT ET SPECTACLES SPORTIFS, Des leviers pour favoriser l'adoption de comportements plus durables*** » (annexe 1).

Une collaboration avec le joueur de rugby Mathieu Bastareaud a été mise en place pour les études portant sur la problématique du passage de l'intention à l'action. Sensible aux enjeux de la pollution numérique, ce dernier a accepté de prêter son image pour la réalisation du spot TV. Cette série d'études a également permis une collaboration avec la régie publicitaire de France TV, qui a souhaité cofinancer une partie de ces travaux (financement des frais d'agence de la phase de laboratoire, puis financement de l'habillage de la vidéo diffusée en condition réelle). Cette étude a reçu deux prix pour son caractère innovant, l'un par par *100% Media* (Trophée Or dans la catégorie "Brand Purpose – RSE" des Trophées Études et Innovations 2022) et le second par *les Trophées Marketing* (Trophée Or dans la catégorie « Etudes B to C ») (annexe 2).

Un article scientifique relatant les deux expérimentations sur les stratégies d'engagement est en cours de préparation et sera soumis à une revue scientifique à comité de lecture courant 2024.

2.3. Définir les principes d'un plan de mobilité active lors des événements sportifs

2.3.1. Rappel du contexte

Les émissions de gaz à effet de serre (GES) d'un événement sont en grande partie liées aux transports des participants et spectateurs. Même si la majeure partie de ces émissions provient du transport aérien, la mobilité dite « active » est souvent la grande

oubliée des plans de mobilité. Pourtant elle constitue est un des leviers pour alléger l'empreinte écologique des manifestations sportives. Au-delà, elle concourt à baisser la pollution atmosphérique, à améliorer la qualité de vie et contribue à lutter contre la sédentarité, l'obésité, les maladies respiratoires et cardio-vasculaires. En 2019, suite aux engagements pris au travers de la charte des 15 engagements écoresponsables, plusieurs organisateurs d'évènements ont expérimenté la mise en place de plans de mobilité active pour venir sur le site de leur évènement (Roland Garros, la finale du Top14 et les WWC 2019). Cependant, la mise en place d'un service de mobilité active ne peut se réduire à la mise en disposition de vélos ou de parkings à vélos aux abords du stade. Il est nécessaire d'avoir une approche globale d'un plan de mobilité active (voie dédiée, service de gardiennage, moyen de transport en libre-service, multimodalité, etc.) pour lequel les compétences organisationnelles et responsabilités sont réparties entre les services de la voirie, le territoire, l'organisateur, les partenaires transport etc.

2.3.2. Rappel de l'objectif

Proposer des recommandations pour le développement d'un plan de mobilité active lors des événements sportifs et ainsi promouvoir et faciliter le recours aux modes de déplacement dits « actifs ».

2.3.3. Réalisé

Un état des lieux de la mobilité active dans l'événementiel sportif et culturel a d'abord été réalisé afin d'identifier les documents ressources, d'évaluer la maturité du secteur et de déterminer quelles étaient les bonnes pratiques. Une série de dix entretiens auprès d'organisateur d'évènements, de gestionnaires d'équipements sportifs, de prestataires porteurs de solution, ou encore les collectivités ayant contribué à la mise en place d'un plan de mobilité active, a permis de compléter cet état des lieux. Ce travail d'analyse et d'entretiens a conduit à la publication du guide ***Mobilité Active, Mode d'emploi. Ensemble, allégeons l'empreinte de vos événements sportifs !*** (annexe 2). Ce guide a été rédigé à l'intention des néophytes, porteurs de projets de moyenne ou petite envergure, qui souhaitent réduire l'impact des déplacements de leurs publics mais ne savent pas encore comment. Les organisateurs d'évènements sportifs plus aguerris ou

les organisateurs de grandes compétitions internationales pourront y trouver quant à eux un rappel des principes clés et des exemples de dispositifs déjà éprouvés par le secteur. Ce guide s'adresse donc aux organisateurs d'événements sportifs, aux gestionnaires d'équipements sportifs, aux territoires accueillants les événements sportifs et à toutes les parties prenantes concernées par l'organisation de la mobilité (partenaires mobilité, sponsors...).

3. BILAN & PERSPECTIVES

3.1. Bilan

Le WWF France a participé aux travaux de mise à jour de **la charte des 15 engagements écoresponsables des organisateurs d'événements sportifs à horizon 2024**, 1/ en apportant son expertise afin d'actualiser les objectifs en cohérence avec ceux de Paris 2024 en matière de responsabilité environnementale, 2/ en plaidant pour la réalisation d'une évaluation de l'atteinte des objectifs de la charte pour chaque organisateur signataire, et d'un accompagnement dans la culture de l'évaluation environnementale de ces derniers par le MSJOP.

La charte lancée en décembre 2021, en présence de la ministre des Sports et des Jeux olympiques et paralympiques Roxana Maracineanu et de la directrice générale du WWF France Véronique Andrieux, a été signée, à date, par **59 organisateurs d'événements sportifs, représentant environ 300 événements nationaux et internationaux** organisés chaque année sur le territoire français. Ce dispositif fixe ainsi un nouveau cadre directeur pour les organisateurs d'événements sportifs souhaitant s'engager à réduire l'impact environnemental de leurs événements à horizon des Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024, et exige désormais la publication d'un rapport basé sur une évaluation de l'atteinte des différents objectifs. ***Les recommandations du WWF France en matière d'alimentation durable au sein l'événementiel sportif y ont été annexées.***

Si le WWF se félicite d'avoir obtenu que la nouvelle charte soit conditionnée à la réalisation d'une évaluation, nous restons attentifs à la réalité de sa mise en œuvre – la complexité de la méthodologie proposée aux organisateurs et les faibles moyens alloués au MSJOP pour accompagner ces derniers dans la culture de l'évaluation ainsi que pour traiter les données des rapports d'évaluation interrogent sur la prise en main par les organisateurs et in fine son efficacité.

Répondant au manque de visibilité et de partage d'expériences des dispositifs et solutions expérimentés par leurs homologues, Le *recueil de bonnes pratiques écoresponsables mise en œuvre par les acteurs publics locaux pour l'évènementiel sportif* a bénéficié d'un très bon accueil de la part des territoires. Le guide *Mobilité Active, Mode d'emploi. Ensemble, allégeons l'empreinte de vos événements sportifs* ! constitue quant à lui un outil méthodologique et didactique dédié aux petits et moyens organisateurs d'événements.

D'une manière générale, au-delà des livrables élaborés dans ce programme, les événements sportifs disposent aujourd'hui d'un grand nombre de guides et recommandations méthodologiques adaptés à leur secteur, leur permettant d'engager une véritable la transition écologique de leurs modèles. Ils disposent également de nombreux retours d'expérience de leurs pairs dont ils peuvent largement s'inspirer. A ce titre, les outils méthodologiques et démarches mises en œuvre dans le cadre de la préparation des JOP Paris 2024 – la *Food Vision*, le travail sur les achats responsables, etc., sont autant de retours d'expérience sur lesquels l'évènementiel sportif doit pouvoir capitaliser. La transition écologique de l'évènementiel sportif repose désormais sur une volonté politique des instances dirigeantes, et moins sur un manque de ressources méthodologiques. Il appartient aux organisateurs de se saisir de l'ensemble de ces outils, de développer une culture de l'évaluation et de jouer un rôle majeur comme chef de file de la transition écologique du monde du sport.

Enfin, les études en sciences comportementales menées dans le cadre de ce programme ont donné des premiers résultats intéressants en matière d'outils mobilisables pour agir sur les comportements en faveur de l'environnement au sein de la sphère sportive. Si elles ne doivent en aucun cas être considérées comme des solutions clés en main reproductibles pour toute communication, elles doivent permettre aux acteurs du sport – institutions publiques comprises, d'engager une réflexion autour de l'utilisation des sciences comportementales dans le sport au service de la transition écologique, notamment sur les questions d'efficacité des dispositifs de communication et de sensibilisation. Si les résultats issus de ces études « ne révolutionnent pas » la

compréhension des leviers à activer, ils démontrent en revanche que l'efficacité de ces dispositifs doit être analysé au regard du pouvoir attractif et transcendant du sport (socio-économiques, culturelles, tradition, etc.), et donc de son impact sur la société.

3.2. Perspectives

Favoriser les changements de comportements alimentaires à travers la pratique sportive

Le système alimentaire est responsable de près du tiers des émissions de gaz à effet de serre et de 90% de la déforestation dans le monde, via l'élevage, la production de soja, d'huile de palme et l'agriculture vivrière. En France, entre 25 et 30% de notre empreinte carbone est liée à notre alimentation, avec une forte contribution du secteur de l'élevage. L'alimentation responsable constitue donc un enjeu majeur et un des moyens pour contribuer à la transition écologique. Or, la pratique sportive est intimement liée à l'alimentation, déterminant de la santé et des performances des sportifs. C'est pourquoi nous recommandons de poursuivre des projets permettant de faire évoluer les comportements, notamment ceux des jeunes, vers une alimentation plus responsable, moins carnée, avec le concours du comité d'organisation des jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024 et d'autres acteurs du sport - comme les ambassadeurs sportifs, dont la capacité d'influence constitue un levier puissant.

Investir les médias numériques dédié au sport pour promouvoir l'adoption de comportement éco-responsable

Les études réalisées dans le cadre de ce programme montrent que des stratégies d'engagement alliées à des messages persuasifs sont efficaces lorsqu'on les associe au pouvoir fédérateur du sport et à la diffusion à large échelle, sur des médias numériques. A l'heure du développement des « fakes news » et des théories du complot, il est primordial de se prémunir contre des effets contre-productifs de communications s'opposant à des croyances ancrées chez les individus. Une attention importante sur les conséquences indésirables des communications doit être apportée avant d'envisager leur diffusion.

Les connaissances issues des sciences comportementales et plus largement de la psychologie sociale, offrent des éléments pertinents pour appréhender le changement de comportement sur des enjeux de durabilité. Il est néanmoins important de rappeler que l'utilisation des stratégies que nous avons présentées 1) ne permet pas d'obtenir en une seule utilisation un changement radical sur des habitudes ou des croyances qui sont parfois profondément ancrées et 2) doit être complémentée à d'autres outils. Il est également nécessaire de reproduire dans d'autres situations de test les dispositifs réalisés dans le cadre de ce programme. Un développement futur pourrait consister à tester l'efficacité de dispositifs intégrant des stratégies d'engagement sur les réseaux sociaux de personnalités sportives afin de conjuguer à nouveau stratégies comportementales, aura de la personnalité sportive et diffusion de masse.

Capitaliser sur l'expérience Paris 2024

Conduire une politique d'achats responsables, que ce soit pour les matériaux de construction, les produits dérivés, les fournitures de prestations de service, etc, constitue un levier puissant pour réduire l'empreinte de l'événement et mobiliser ses fournisseurs sur l'ensemble de la chaîne de valeur. Une politique d'achats responsables contribue à faire changer les normes de marché et les réglementations en faveur du climat et de la biodiversité. Un travail de capitalisation des travaux menés par Paris 2024 en la matière, et plus globalement sur l'ensemble des dispositifs mis en œuvre pour réduire l'empreinte environnementale des jeux, constitue une opportunité pour une montée en compétence des organisateurs d'événements sur ces différents sujets mais également pour le mouvement olympique. Cette phase de transmission de savoirs et de retours d'expérience doit être planifiée avant la dissolution du comité d'organisation et constitue une attente forte de la part des organisateurs d'événements signataires de la charte des 15 engagements.

4. BILAN FINANCIER

Le bilan financier du projet s'élève à 258 758€, financé à hauteur de 200 000 euros par le COJOP Paris 2024 (77%) et 58 758€ par le WWF FR (23%).

Le rapport financier global est présenté dans le CERFA 15059*02 Compte-rendu financier de subvention joint en annexe 3.

Le détail des rubriques ci-dessous s'attache à la restitution de l'enveloppe budgétaire de 200 k€ du COJOP Paris 2024, financeur principal du projet. Les pourcentages présentés à côté des têtes de rubriques représentent les variations entre le budget prévisionnel de l'enveloppe budgétaire du COJOP et la réalisation finale. Les écarts sont globalement conformes à l'ANO du 23 juin 2022.

4.1. Charges de personnel (+91%)

La réalisation finale s'élève à 134 728€ vs les 70 500€ budgétés à l'initial. La surconsommation correspond à l'internalisation de l'expertise juridique et du doctorant en sciences comportementales M. Benjamin Aubert (internalisation d'un certain nombre de prestations intellectuelles initialement prévues en contrat de prestation) et de l'allongement du projet dans sa réalisation (+14 mois).

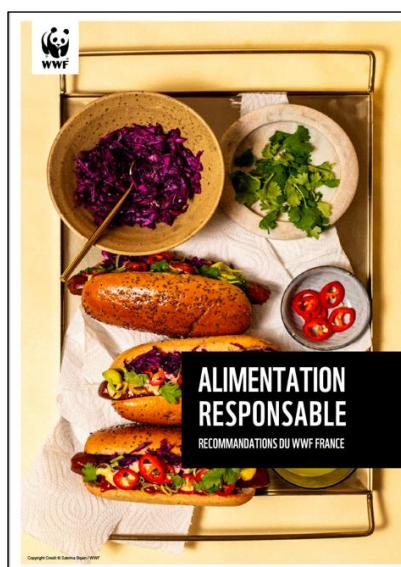
4.2. Prestations externes (-15%)

La réalisation finale s'élève à 109 456€ vs les 129 500€ budgétés à l'initial. La sous-consommation de ce budget correspond à l'internalisation de l'expertise en sciences comportementales mentionnée précédemment.

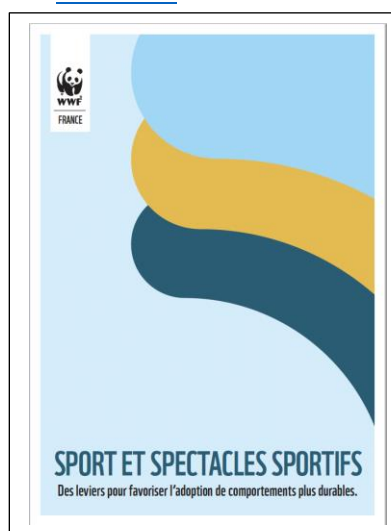
ANNEXES

Annexe 1 - Livrables

- Alimentation responsable, Recommandations du WWF France
- [Mobilité active, mode d'emploi. Ensemble, allégeons l'empreinte de vos événements](#)



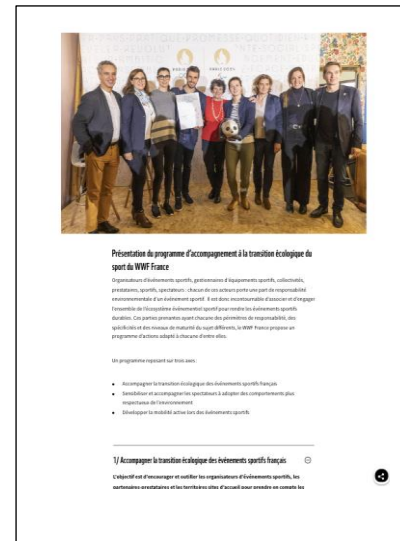
- [L'événementiel sportif, un atout pour le territoire. Recueil de bonnes pratiques](#)
- [Sport et spectacles sportifs : des leviers pour favoriser l'adoption de comportements plus durables.](#)



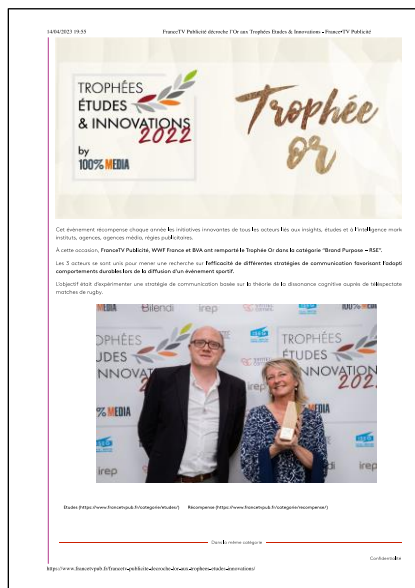
- [Communiqué de presse d'annonce du partenariat, 12 novembre 2019](#)



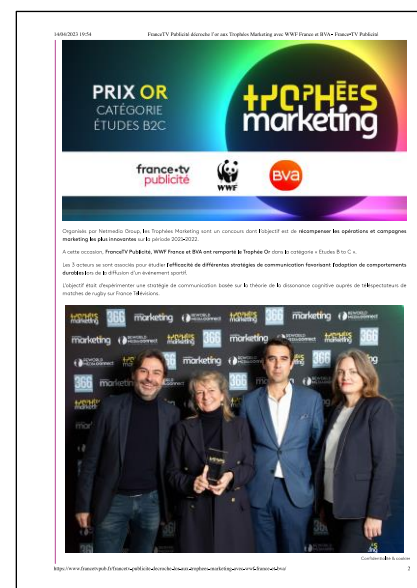
- [Une page web dédiée au partenariat](#)



- [Communiqué France TV Publicité pour le Trophée 100% Media](#)



- [Communiqué France TV Publicité pour les Trophées Marketing](#)



Annexe 3 – Compte-rendu financier de subvention Cf. CERFA 15059*02 joint au présent document