

EUROSIMA x SURFRIDER FOUNDATION EUROPE

Référentiel de transition écologique à destination de l'industrie
de la glisse pour protéger notre terrain de jeu commun : l'OCEAN

CHEFS DE PROJET : Florent MARCOUX, Héloïse CAUQUIL, Lucile ARBEILLE, Lucie
SEGALAS, Philippine HUC, Jean Louis RODRIGUES, Christophe SEILLER, Juline
BABOULENE & Zoë ZADOUROFF

SOMMAIRE

SURFRIDER FOUNDATION	03
EUROSIMA	05
PRÉAMBULE ET OBJECTIFS	07
CONSTRUIRE UN MODÈLE ÉCONOMIQUE PLUS SOBRE	10
ADOPTER UNE COMMUNICATION RESPONSABLE	18
STOPPER LES REJETS CHIMIQUES NOCIFS	11
RÉDUIRE L'USAGE DE PRODUITS PLASTIQUES	13
RÉDUIRE LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFETS DE SERRE	15

SURFRIDER FOUNDATION

L'ONG Surfrider Fondation est un collectif d'activistes positifs qui agit concrètement sur le terrain au quotidien pour transmettre aux générations futures un Océan préservé.

Depuis plus de 30 ans, la mission de Surfrider est de porter haut et fort la voix de l'Océan pour mieux le préserver, sur tous les terrains et par tous les moyens possibles. Pour cela, l'organisation à but non lucratif protège, sauvegarde et met en valeur l'Océan et toute la population qui en jouit. Elle intervient auprès de tous les acteurs de la société (citoyen, secteur privé, secteur public) sur 3 thématiques principales : déchets aquatiques ; aménagement du littoral et changement climatique et qualité de l'eau et santé des usagers. Elle dispose de 3 leviers d'actions que sont l'éducation et la mobilisation citoyenne; le développement d'une expertise scientifique et juridique qui lui permet de porter des actions de lobbying et de transformer les entreprises.

Fédérant plus de 18 000 adhérents et 46 antennes locales en Europe, l'ONG est

devenue un acteur majeur de la concertation environnementale en Europe. C'est l'une des rares ONG habilitée par l'Etat Français à participer prioritairement au débat public environnemental au niveau national, et ce depuis 2012.



Surfrider Europe a été créé en 1990 à Biarritz par un collectif de surfeurs désireux de préserver leur terrain de jeu. L'ONG dispose aujourd'hui d'un siège social à Biarritz, de bureaux territoriaux à Bordeaux, Bruxelles, Marseille et Paris et d'entités nationales en Allemagne, en Espagne, aux Pays-Bas et au Portugal. La force motrice de Surfrider sont ses 18 000 adhérents actifs dans 12 pays européens grâce à ses 46 antennes bénévoles qui, chaque jour, se mobilisent sur le terrain.

TITRE CHIFFRE

18 000

adhérents

1800

bénévoles

170 000

sympathisants

46

antennes bénévoles en Europe

EUROSIMA, THE EUROPEAN SURF INDUSTRY MANUFACTURERS ASSOCIATION

EUROSIMA, Au Cœur de l'Industrie Européenne des Sports de Glisse. Fondée en 1999, EUROSIMA est l'association européenne des industriels des Action Sports. Eurosima a pour volonté d'être un catalyseur de l'industrie des sports de glisse en Europe, pour en faire émerger le meilleur de notre filière. Avec plus de 185 membres représentant 4 000 professionnels, Eurosima s'engage à fédérer, éduquer, développer et promouvoir de manière responsable.

Le Cluster Eurosima : Soutien et Collaboration pour l'industrie Action Sports en Nouvelle-Aquitaine

Créé en 2006, le Cluster Eurosima est un véritable allié de l'industrie des sports de glisse en Nouvelle-Aquitaine. Son rôle ? Faciliter la coopération entre les entreprises, les collectivités locales et les intervenants stratégiques. Le Cluster EuroSIMA sélectionne, soutient et aide au financement des projets novateurs de notre filière Action Sports. EuroSIMA a ainsi contribué à la création du centre d'affaires OLATU aux côtés de la CCI Bayonne Pays Basque et l'ESTIA.

Les Engagements d'EuroSIMA :

- Fédérer, connecter les acteurs : Eurosima est le lieu de rencontre où les leaders de l'industrie échangent, collaborent et façonnent l'avenir des sports de glisse.
- Promouvoir la durabilité : Nous mettons en avant le secteur des sports de glisse, ses régions, ses entreprises et ses produits innovants, tout en encourageant des pratiques respectueuses de l'environnement. Nous défendons les intérêts de nos membres en favorisant une communication efficace et en facilitant les opportunités de réseau.
- Éduquer, cultiver le savoir : L'éducation est une de nos priorités. Nous aidons nos membres à développer leurs compétences pour relever les défis d'un marché en constante évolution. Eurosima intervient dans la formation et l'acquisition de connaissances du marché, permettant à nos membres de rester à la pointe de l'industrie.
- Développer, stimuler la croissance : Eurosima n'est pas seulement une association, mais une force motrice qui soutient la croissance des entreprises grâce à des projets concrets, au niveau national et international. Eurosima assure le développement de services adaptés, contribuant ainsi à la prospérité et à la compétitivité de nos entreprises.



EuroSIMA a vocation à fédérer les entreprises de la glisse et à promouvoir leur authenticité.

L'association non lucrative porte avec neutralité et justesse les intérêts de chaque entreprise, quels que soient leur taille et leur chiffre d'affaire. Elle guide vers l'innovation et accompagne le développement économique. Elle aide à renforcer les compétences et à optimiser les ressources humaines.

TITRE CHIFFRE

185

adhérents

4000

salariés

58

prestataires de services

1,8

milliard d'euros



PRÉAMBULE ET OBJECTIFS



x





Ce référentiel a été co rédigé par les associations EuroSIMA et Surfrider Foundation Europe. Il se veut un outil d'aide à la décision à destination de l'industrie de la glisse pour la soutenir dans **l'élaboration et la mise en œuvre de stratégies environnementales visant à limiter l'impact sur l'Océan et le climat** et s'inscrire pleinement dans la trajectoire des 1,5° de l'accord de Paris.

Cet outil est donc en accès libre et sera valorisé par les deux structures porteuses pour inciter les entreprises concernées à s'en inspirer dans la construction ou l'amélioration de leur stratégie RSE et pour challenger leur business model.

Ce guide est structuré autour de 5 enjeux majeurs :

- Construire un modèle économique plus sobre
- Adopter une communication responsable
- Stopper les rejets chimiques nocifs
- Réduire l'usage de plastiques
- Réduire ses émissions de gaz à effet de serre

Chaque enjeu est précédé d'un texte introductif qui présente de manière explicite les impacts et les dommages potentiels que l'activité industrielle du monde de la glisse peut engendrer sur l'Océan.

Ensuite, des pistes d'action sur l'ensemble de la chaîne de valeur sont proposées pour permettre aux entreprises d'identifier les enjeux auxquels ils sont soumis et les chantiers et plans de transformation leur permettant de contribuer à la protection de l'Océan.

Ce référentiel n'est pas exhaustif. Il n'aborde pas l'ensemble des enjeux environnementaux ni d'autres enjeux de développement durable tout aussi importants tels que la santé et les droits humains par exemple. Il se focalise à ce stade sur les 5 enjeux susmentionnés qui font l'objet d'une expertise et expérience plus spécifique de la part de Surfrider.

Ce référentiel se veut évolutif. Les 2 organisations porteuses, au-delà de sa diffusion et promotion, s'engagent à le faire vivre et à l'enrichir régulièrement sur la base d'échanges et de collaborations avec les acteurs de la filière.

CONSTRUIRE UN MODÈLE ÉCONOMIQUE PLUS SOBRE

De quoi parle-t-on ?

Les diverses crises que nous traversons et notamment celles documentées par les scientifiques du GIEC (réchauffement climatique) et de l'IPBES (disparition de la biodiversité), révèlent cruellement les stigmates des déséquilibres que l'humanité provoque elle-même par une relation d'exploitation effrénée de la nature et non plus de communion avec elle. Il convient collectivement et individuellement de réinventer durablement notre modèle de société, une société qui replace l'humanité DANS la Nature, qui protège durablement l'Océan, source de toute vie sur terre, et qui favorise le vivre ensemble. Ce changement de paradigme repose sur 3 principes clés :

1. Une approche écosystémique équilibrée et humble de notre planète :

L'humanité fait partie intégrante de la Nature. Il n'en est pas séparé, il ne vit pas au-dessus d'elle et ne peut pas prétendre la dominer. Nous devons donc retrouver notre place dans la nature, en respectant sa diversité et sa richesse. L'activité humaine doit constamment se penser et se planifier sur les principes de non-régression écologique, de prévention et de précaution.

L'Océan est à la source de toute vie, il est un régulateur de la machine climatique, c'est notre poumon bleu, il doit donc être au cœur de ce projet sociétal renouvelé.

2. Un modèle économique au service du bien commun :

Ce renouveau passe par l'émergence d'un modèle économique pour lequel la seule création de richesses matérielles et financières ne sera plus une fin en soi. L'économie doit être au service de nos besoins fondamentaux, ceux d'une société de liberté et de solidarité, et au service d'un environnement protégé garant de la santé et de la survie de l'être humain et de tous les écosystèmes.

3. Une société solidaire, résiliente et sobre

Cette société nouvelle, que nous choisirons ensemble, impliquera des changements dans nos vies collectives et individuelles qui ne pourront être acceptables que s'ils sont porteurs de sens. Ces bouleversements ne peuvent être dictés que par un objectif compris et partagé par tous.

Nous devons prendre le temps de proposer un nouveau modèle de société sobre, juste, résiliente et transformative, qui donne envie, qui mobilise, avant de déterminer les renoncements que ce choix induit.

L'horizon désirable

Des entreprises citoyennes qui adaptent leur stratégie à un Océan fragilisé



©Surfrider Foundation Europe

A. CONNAITRE SES IMPACTS

La juste connaissance des impacts de l'activité, au cœur de l'entreprise, mais également de sa chaîne de valeurs (fournisseurs, sous-traitants, distributeurs, etc) est structurante dans la mise en place d'actions adaptées pour réduire les risques qu'une entreprise fait peser sur l'Océan. La production et le partage transparent de ces informations est également un outil de dialogue entre l'entreprise et ses parties prenantes.

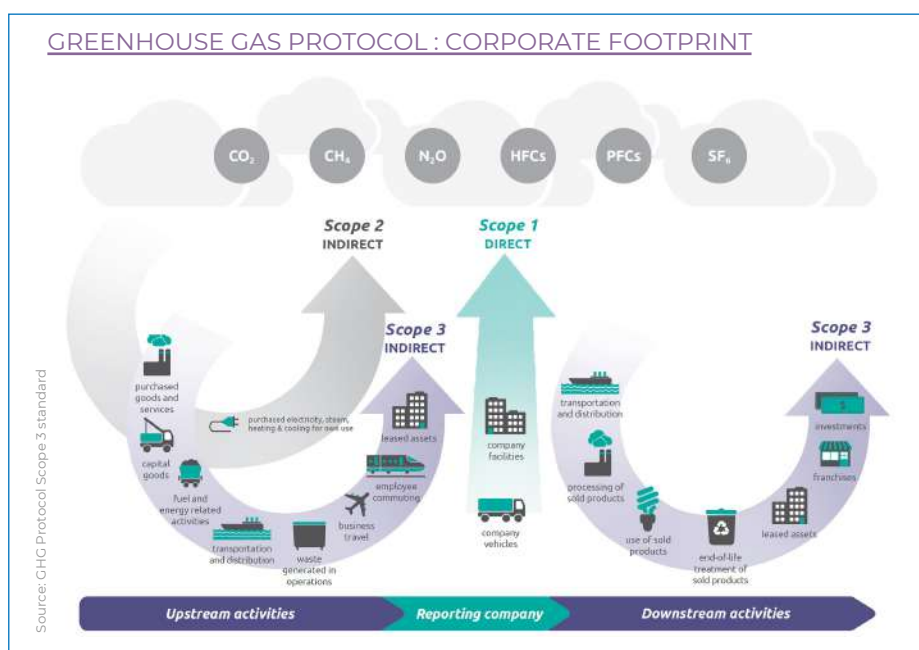
La qualité des informations recueillies et consolidées est clef pour :

- Piloter une transition
- Expliquer en interne les objectifs et les priorités
- Dialoguer en toute transparence avec les parties prenantes.

QUELQUES PISTES D' ACTIONS

- Recueillir chaque année des informations sur les substances et processus polluants engendrés par les activités de l'entreprise produisant un impact négatif sur l'eau, l'air, les sols, le climat, la biodiversité, la santé, etc :

- o Produits : avoir une estimation de la durée de vie et fin de vie réelle (et non potentielle) des produits.
- o Climat : Réaliser un bilan carbone complet incluant – sur le modèle du Greenhouse Gas Protocol¹ – les éléments suivants :
 - Le scope 1 : les émissions directes, liées à la combustion d'énergies fossiles par l'entreprise.
 - Le scope 2 : les émissions indirectes, liées à l'achat ou la production d'énergie par l'entreprise.
 - Le scope 3 : toutes les autres émissions indirectes dans toute la chaîne de valeur (transport de biens et de personnes, achats, numérique, production fournisseurs, etc).



- Plastique : Réaliser un bilan plastique complet incluant :
 - Les emballages primaires, secondaires, tertiaires
 - Les autres plastiques utilisés par l'entreprise (production, commercialisation, promotion, etc...).
 - Les plastiques utilisés par les fournisseurs et sous-traitants (plastique industriel, plastique agricole, etc...).
- Pollutions chimiques :
 - Choix des matériaux : faire l'inventaire précis des matériaux et substances utilisés et étudier leur potentiel de relargage dans les milieux naturels
 - Production et fabrication : réaliser un inventaire des substances utilisées, leur quantité et étudier les rejets occasionnés au niveau industriel, que la production se fasse en interne ou chez des fournisseurs/ sous-traitants. Si fournisseurs/ sous-traitants : une procédure régulière d'information et d'audit devrait permettre de prendre connaissance de ces éléments.
 - Pratiques internes : avoir connaissance des produits utilisés par l'entreprise dans ses opérations courantes (détergents, solvants, etc...) et leur potentiel de relargage dans les milieux naturels.
- Transport maritime : identifier l'ensemble des navires ayant servi au transport des marchandises ainsi que la performance des flottes auxquelles ils appartiennent sur chacun des 8 critères du programme de certification environnementale, Green Marine Europe.
- Relations publiques : dresser un inventaire des instances et associations professionnelles auxquelles l'entreprise participe.

- Faire auditer ces informations par un organisme tiers indépendant





B. PLANIFIER DES ACTIONS VISANT À RÉDUIRE L'IMPACT DES ACTIVITÉS DE L'ENTREPRISE SUR L'ENVIRONNEMENT

Une fois que l'entreprise connaît plus finement l'impact de ses activités sur l'environnement, elle est capable de prioriser son action sur :

- Les grandes masses, c'est-à-dire les process ou substances générant les plus grands volumes de pollution, et sur lesquels une action ciblée aurait un impact potentiel de grande envergure. Ces actions sont susceptibles de nécessiter des ressources pour mobiliser les solutions adéquates.
- Les gains potentiels rapides, c'est-à-dire les process ou substances facilement évitables (ou à moindre frais), et dont la mise en œuvre génère des gains environnementaux quasi immédiats.

Pour chacun des enjeux auxquels elle est confrontée, et sur la base des indicateurs chiffrés qu'elle aura calculés, l'entreprise aura la charge de déterminer ses objectifs environnementaux et ses plans d'action avec l'aide de ses parties prenantes.

Le dialogue de l'entreprise avec ses parties prenantes en toute transparence est un outil essentiel pour identifier des enjeux émergents ou coconstruire les objectifs environnementaux. C'est cette culture du dialogue qui permettra l'avènement d'une stratégie environnementale robuste et crédible.

Une stratégie ne peut advenir sans que les objectifs et plans d'action soient assortis de moyens (financiers, humains, techniques) pour y parvenir. Pour cela, il est nécessaire que la direction de l'entreprise soit pleinement associée aux objectifs fixés.

QUELQUES PISTES D' ACTIONS

- Former la direction exécutive et le conseil d'administration aux enjeux environnementaux.

- Organiser des échanges thématiques réguliers avec les parties prenantes de l'entreprise.

- Associer les métriques quantitatives à des objectifs de réduction d'impact co-déterminés avec les parties prenantes.

- Pollution plastique : sur la base du bilan plastique complet, établir une trajectoire de déplastification ambitieuse et complétée de :
 - Un plan d'action détaillé qui privilégie les vraies solutions (réemploi, produits sans emballages, nouveaux matériaux, etc...) aux fausses solutions (plastique recyclable ou recyclé² , plastique « qui nettoie l'Océan »³ , bioplastique⁴ , etc...).
 - Une évaluation annuelle et publique de l'efficacité de ce plan sur le bilan plastique complet.
- Climat : établir une trajectoire de décarbonation ambitieuse basée sur le bilan carbone complet complété de :
 - Des objectifs intermédiaires
 - Un plan d'action détaillé
 - Une évaluation annuelle et publique de l'efficacité de ce plan sur le bilan carbone complet.
- Transport maritime : rejoindre le programme de certification Green Marine Europe à destination des chargeurs.



C. REDÉFINIR LA CRÉATION DE VALEUR

Dans une planète finie, la consommation et donc la production ne peuvent pas être infinies. Si chaque citoyen détient une part de la solution dans une consommation responsable, il appartient aussi à chaque entreprise de s'assurer que son business model est compatible avec ce mode de consommation plus sobre, voire qu'il l'encourage. Chaque entreprise doit donc se questionner et faire évoluer ses pratiques, ses produits et son business model afin de promouvoir et de développer une économie circulaire, de sobriété, de fonctionnalité, et au service de l'intérêt général.

Dans un monde qui change, c'est toute une conception de l'économie linéaire qui doit se transformer pour faire émerger de nouveaux modèles de création de valeur. Cela doit passer par une redéfinition des offres et des produits au détriment du jetable et de l'éphémère, et en faveur d'une plus grande durabilité des produits.

QUELQUES PISTES D' ACTIONS

Travailler à l'allongement de cette durée de vie par :

- **Le design de produits réparables, durables et désirables dans le temps.**
- **La mise en place de systèmes de reprise et de vente en seconde main des produits achetés**
- **Economie de la fonctionnalité : la mise en place de systèmes de location/leasing facilités de matériel.**

ADOPTER UNE COMMUNICATION RESPONSABLE

Pour communiquer efficacement avec les divers publics et transmettre des messages clés, des informations pertinentes doivent être mises en avant. Cependant, face à la montée de la méfiance envers les allégations environnementales des entreprises, la perte de crédibilité des engagements, ainsi que la multiplication des accusations de greenwashing, il devient impératif que la communication soit empreinte de responsabilité et de transparence. Qu'il s'agisse de promouvoir le référentiel, d'informer sur les éventuels changements ou de présenter des résultats, il est crucial que la manière dont ces messages sont transmis soit guidée par des principes fondamentaux tels que la transparence, l'intégrité et la responsabilité citoyenne. L'objectif est de maintenir un équilibre entre la communication honnête et la crédibilité du référentiel, en évitant toute exagération des données. Il s'agit de s'abstenir de promettre davantage que ce qu'il est possible de réellement garantir, tout en montrant l'engagement continu envers des exigences environnementales rigoureuses.

De plus, il est essentiel de prendre en considération l'aspect visuel de la communication, tout autant que son contenu. Le choix des mots et la représentation visuelle doivent faire l'objet d'une réflexion minutieuse puisqu'ils jouent un rôle significatif dans la manière dont les messages sont perçus et compris.

L'horizon désirable

Une démarche d'information et de communication sincères et cohérentes au service d'un dialogue renforcé avec ses parties prenantes.



©Manera

A. FAIRE ACTE DE TRANSPARENCE AUPRÈS DES PARTIES PRENANTES

La transparence – avec le désir d’une communication authentique et sincère – est la base de la création de confiance entre les entreprises et leurs parties prenantes.

La transparence commence par la publication de ses indicateurs, mais également la mise à disposition d’informations permettant au lecteur de les comprendre en finesse. Cela nécessite une démarche de pédagogie et d’ouverture aux retours

QUELQUES PISTES D’ACTIONS

Publier sur le site internet ou sur tout autre support adapté des éléments concrets sur la stratégie environnementale de l’entreprise.

Pour cela, veiller à rendre les méthodologies de calcul et de périmètre accessibles à tous.



©Eurosima / Guillaume Arrieta

B. ÊTRE UNE ENTREPRISE CITOYENNE DANS SES PRATIQUES PUBLICITAIRES

Il est devenu impératif pour toute entreprise de valoriser son engagement écologique pour se démarquer et satisfaire les attentes et exigences du consommateur pour qui la protection environnementale devient chaque jour davantage un critère de choix clé dans ses achats. Si nous comprenons la nécessaire simplicité dans tout message de communication s'il veut être perçu et compris, cela ne doit pas donner lieu à un simplisme et des raccourcis, conscients ou inconscients, qui donnent lieu à du greenwashing. En France, la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 et entrée en vigueur en 2022 introduit de nombreuses restrictions sur les publicités dans son volet consacré à la consommation.

QUELQUES PISTES D' ACTIONS

Nous recommandons donc la mise en place de stratégies marketing et de communication qui garantissent :

⇒ Une communication humble et cohérente : adapter la communication à la réalité de l'engagement environnemental et des actions concrètes de la marque.

Ex : une amélioration environnementale sur 10% des gammes de produits commercialisés ne peut pas représenter 80% de la communication de la marque ; respecter la loi n'est pas un gage de responsabilité environnementale.

⇒ Une communication sincère et transparente : reconnaître l'impact environnemental de son activité et bannir tout message mensonger, outrancier ou confusant.

Ex : un vêtement produit en fibre synthétique recyclé ne protège pas l'Océan et le sauve encore moins ; être neutre en carbone en plantant des arbres pour compenser ne règle aucunement le problème des GES, etc.

Dans son guide anti-greenwashing, l'ADEME définit le blanchiment écologique à travers le prisme de 9 signes distinctifs permettant de le repérer dans une communication « développement durable » :

- Un vrai mensonge
- Une promesse disproportionnée : par rapport à l'intérêt écologique réel du produit ou service.
- Des mots vagues
- Des informations insuffisantes : un manque de transparence ou d'informations
- Une image trop suggestive : des visuels suggestifs par rapport aux vertus écologiques réelles du produit ou service.
- Un faux label : autoproclamé et ne correspondant à aucun référentiel
- Une mise en avant hors sujet : aucun lien entre la démarche écologique vantée et le produit ou service.
- Des preuves inexistantes : allégations sans preuve
- Une fausse exclusivité : vanter les mérites écologiques de ses produits/ services ou actions menées alors que l'entreprise ne fait que respecter la loi



©Surfrider Foundation Europe

A. ÊTRE UNE ENTREPRISE CITOYENNE DANS SES RELATIONS PUBLIQUES

L'entreprise a un pouvoir de prescription sur ses pairs et au niveau politique.

Elle peut utiliser son pouvoir pour participer à la transformation de tout son secteur d'activité. Les relations publiques d'une entreprise, en prenant part aux débats sur la rédaction d'un projet de loi, influencent son contenu. Face à des stratégies de déraillement de projets de loi en faveur de l'Océan initiées par certaines entreprises, il est important que d'autres entreprises élèvent la voix pour la protection de l'Océan.

QUELQUES PISTES D' ACTIONS

Soutenir les réglementations en faveur d'une meilleure protection de l'Océan au sein des associations professionnelles auxquelles l'entreprise participe, ou bien en dehors : tribunes, collaboration avec des ONG ou groupes multi-acteurs, etc.

STOPPER LES REJETS CHIMIQUES NOCIFS

L'eau est utilisée en abondance dans le secteur marchand. En conséquence, elle se retrouve mélangée aux produits de consommation, aux déchets et aux substances toxiques utilisés et/ou émises par les entreprises. Une partie seulement de ces eaux usagées sont collectées et traitées par les stations d'épuration avant d'être rejetées dans le milieu. Les techniques et méthodes d'épuration actuelles ne permettent pas de traiter et d'épurer l'ensemble des substances produites et rejetées. Selon les capacités d'absorption et de résilience des milieux, ces derniers peuvent être impactés plus ou moins durablement par les polluants.

Parmi la liste des polluants produits par les activités industrielles figurent les pollutions chimiques. Elles se matérialisent de différentes manières et sont présentes dans les sols, l'air ou les milieux aquatiques. Au jour d'aujourd'hui, il existe plus d'une centaine de milliers de substances chimiques répertoriées bien que peu soient effectivement caractérisées et connues pour leur potentiel d'exposition et de risque⁵. Parmi les substances chimiques répertoriées, une grande majorité sont des molécules de synthèse. Métaux lourds, hydrocarbures, résidus médicamenteux, pesticides ou engrais sont autant de polluants chimiques qui se retrouvent dans les cours d'eau et l'Océan. Le ruissellement sur les sols imperméabilisés, les déversements et débordements d'eaux usées (traitées ou non), les rejets et dysfonctionnements industriels sont autant de vecteurs qui contribuent à disséminer cette pollution et à aggraver la qualité des milieux aquatiques.

Ces pollutions affectent durement la biodiversité et les habitats. Mais elles ont également pour certaines un impact direct sur la santé des populations du fait de l'exposition dans le milieu via la baignade ou la pratique d'activités récréatives et sportives dans l'eau ou en contact avec l'eau.

Pour préserver l'environnement et la santé des populations des risques liés aux pollutions chimiques, l'industrie de la glisse a son rôle à jouer ! Dès le point de départ du cycle de vie du produit, des actions peuvent être mises en place.

L'horizon désirable

Zéro rejet chimique nocif dans les milieux tout au long de la chaîne de valeur de l'entreprise



Le choix des matériaux lors de la conception des produits est susceptible d'avoir des conséquences considérables en amont, en aval, lors de l'utilisation ou la fin de vie des produits. Quelques exemples :

- La culture du coton pour le textile est susceptible de générer d'importantes pollutions par l'ajout d'intrants
- Le néoprène utilisé pour les combinaisons de plongée est susceptible de relarguer des substances toxiques pendant son utilisation

Que la production soit gérée en propre ou qu'elle soit déléguée à un fournisseur ou un sous-traitant, la fabrication des produits peut engendrer des pollutions chimiques graves. L'industrie du textile est par exemple connue pour dévaster des cours d'eau entiers à cause des teintures utilisées. Mais ce n'est pas l'unique cas. L'utilisation de solvants, de peintures, etc... est susceptible de générer des rejets dans les milieux naturels. Certains pays producteurs – aux droits environnementaux peu protecteurs des milieux – se trouvent bien vulnérables face à certaines pollutions systémiques.

Le transport maritime est générateur de certaines pollutions chimiques significatives des milieux marins :

Les résidus de cargaison sont susceptibles d'être lavés avec de l'eau de mer et rejetés dans les milieux aquatiques

- Les navires rejettent des huiles qu'il est nécessaire de gérer pour qu'elles ne polluent pas les milieux aquatiques
- Dans les cas les plus graves : une fuite d'hydrocarbures générant une marée noire

Le label Green Marine Europe⁶ encourage les armateurs européens à entrer dans une démarche d'amélioration continue sur diverses thématiques environnementales, et notamment les pollutions chimiques.

Enfin, la vie d'une entreprise nécessite le recours à des produits pouvant générer des pollutions chimiques (détergents, solvants, etc...).

QUELQUES PISTES D' ACTIONS

- Veiller à améliorer l'approvisionnement et la traçabilité des matières premières les plus sensibles à la pollution chimique. Ex : viser le label AB pour le textile.

- Travailler à la substitution des matériaux les plus dangereux pour les milieux aquatiques et la santé humaine pour des substances sans risque et notamment sans risques de « substitutions regrettables⁷ »

- Mettre en place des actions de substitutions ou de transformation du design pour éviter les substances les plus polluantes pour les milieux aquatiques. Par exemple dans le textile, privilégier des méthodes de teinture naturelle ou sans intrant polluant.

- Transport maritime : exiger un niveau 3 minimum sur les thématiques relatives aux pollutions chimiques de Green Marine Europe pour les armateurs transportant les produits

- Bannir les produits polluants au profit d'alternatives à la composition sans danger pour les écosystèmes.

RÉDUIRE L'USAGE DE PLASTIQUES

De quoi parle-t-on ?

Étouffement de mammifères marins, asphyxie l'Océan et danger pour l'humain, cette pollution a de nombreuses conséquences néfastes sur l'environnement.

Chaque année, 8 millions de tonnes de déchets plastique finissent dans la plus grande poubelle des sociétés modernes : l'Océan.

Il est illusoire de croire que seul le recyclage permettra de faire face à cette pollution. Les capacités et techniques de recyclage sont bien en deçà de la production de plastique actuelle et des perspectives actuelles de développement de l'industrie plastique. Seule **une réduction à la source** permettra de lutter durablement et efficacement contre cette catastrophe.

Si des améliorations ont pu avoir lieu dernièrement notamment pour lutter contre l'usage unique, de gros efforts doivent encore être menés pour diminuer drastiquement notre addiction au plastique et aux microplastiques.

L'horizon désirable

Une industrie de la glisse sans plastique.



Les choix de design présidant à l'élaboration d'un produit influent beaucoup sur son impact environnemental. Le plastique est un matériau souvent utilisé pour ses propriétés et sa légèreté. Cependant, au cours de son utilisation au contact de l'eau, le plastique se fractionne en fines particules de microplastiques qui libèrent, avec elles, des éléments chimiques nocifs pour la santé et l'environnement. Dans un contexte de crise du plastique, il est nécessaire de veiller à réduire au mieux les utilisations de plastique dans les produits, tout particulièrement si les produits ont une courte durée de vie.

Les emballages primaires, secondaires et tertiaires sont partout. Leur coût écologique et humain est considérable, et tout particulièrement les plastiques à usage unique. La réduction des emballages suppose une redéfinition des logistiques actuellement en place et l'émergence de solutions de réemploi.

L'achat de matière première plastique n'a pas que des impacts en aval de l'entreprise. En amont, les entreprises de pétrochimie produisent des granulés de plastique industriel (GPI), qui sont de petites billes de plastique colorées qui sont achetées par des fabricants d'emballage, de textile synthétique, d'automobiles, etc pour réaliser leurs produits. Malheureusement, ces GPI ont fréquemment l'occasion d'être relarguées dans le milieu accidentellement⁹. Actuellement, la vigilance des entreprises productrices ou transporteuses des GPI est insuffisante pour ralentir la pollution ⁹.

Une production industrielle est susceptible de générer des déchets plastiques :

- parce qu'une partie du plastique acheté est perdu lors du processus de fabrication
- ou parce que du matériel ou des composants en plastique sont utilisés au cours du processus de fabrication (câbles, gaines, outils, films, etc...).

Le transport maritime de marchandises est également susceptible de générer des déchets en mer :

- L'équipage à bord est utilisateur de plastique. Ce plastique est supposé être rapporté à terre. Mais certains plastiques rejoignent malgré tout l'Océan
- Les porte-conteneurs sont susceptibles de perdre certains conteneurs au cours de leur voyage¹⁰. C'est particulièrement le cas si le navire croise une tempête. Dans ce cas, le contenu des marchandises se répand dans la mer, contaminant plusieurs années durant les côtes voisines.

La concentration de salariés dans un unique bâtiment est générateur de déchets plastiques. Qu'il s'agisse des emballages du déjeuner à emporter ou du restaurant d'entreprise, des fournitures de bureau ou du matériel de travail, un espace de travail est aujourd'hui envahi par le plastique.

Au niveau mondial, seuls 9% des plastiques sont réellement recyclés. Aussi, la priorité doit être assurément la réduction du plastique utilisé. Dans le cas où certains plastiques ne devaient trouver aucun substitut et s'avérer indispensables, il serait préférable que ceux-là soient recyclables en pratique dans les marchés sur lesquels ils sont commercialisés.

Un plastique peut s'afficher comme recyclable, mais l'est-il réellement en pratique ? Par exemple, en France, nous avons des infrastructures adaptées au recyclage de certains plastiques. Par conséquent, 59% des bouteilles et flacons sont effectivement recyclés¹¹. A l'opposée, l'Indonésie a peu d'infrastructures de recyclage. Par conséquent, seuls 1% des plastiques sont effectivement recyclés¹². Indiquer « recyclable » sur un emballage vendu dans un territoire qui ne dispose pas des infrastructures adaptées ne reflète pas la réalité.

QUELQUES PISTES D' ACTIONS

- Concevoir des produits contenant le moins de plastique possible y compris le plastique biosourcés.
- Travailler à la suppression des emballages plastique.
- Polybags : privilégier les polybags réutilisables
- E-commerce : privilégier les emballages réutilisables
- Exiger des fournisseurs de plastique une production et un transport responsable du plastique commercialisé, en particulier concernant les granulés de plastique industriels.
- Privilégier des process industriels utilisant le moins de plastique possible.
- Transport maritime : exiger des armateurs un niveau 3 minimum sur le module « gestion des matières résiduelles » de Green Marine Europe.
- Fin de vie : pour les produits ou emballages contenant encore du plastique, favoriser une recyclabilité réelle sur le marché de commercialisation.
- Communication : indiquer sur le packaging si le produit/emballage est (réellement) recyclable sur le marché de commercialisation (c'est-à-dire qu'au moins 30% des plastiques de cette catégorie sont effectivement recyclés sur le territoire).
- Pratiques internes : mettre en place des solutions zéro déchet au sein des bureaux de l'entreprise.
 - Distribuer des boites/mugs réutilisables aux salariés pour réduire les emballages liés à la vente à emporter ou à la distribution de café
 - Restaurant d'entreprise : privilégier une alimentation faite maison pour limiter le plastique
 - Fournitures : préférer des fournitures mutualisées pour réduire les achats inutiles
 - Matériel : privilégier la seconde main

RÉDUIRE LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFETS DE SERRE

De quoi parle-t-on ?

Les rejets de gaz à effet de serre (GES) font référence à l'émission de substances chimiques dans l'atmosphère qui contribuent au changement climatique. Les principaux GES incluent le dioxyde de carbone (CO₂), le méthane (CH₄) et le protoxyde d'azote (N₂O). Ces gaz sont générés par diverses activités humaines telles que l'utilisation de combustibles fossiles, l'agriculture intensive et les processus industriels. Les impacts des rejets de GES sont nombreux : ils engendrent des changements climatiques tels que l'augmentation des températures moyennes, les vagues de chaleur, les sécheresses, les inondations et les phénomènes météorologiques extrêmes. Ils contribuent également à la fonte des glaciers, provoquant une élévation du niveau de la mer et menaçant les zones côtières. Ces changements climatiques perturbent les écosystèmes terrestres et marins, entraînant une perte de la biodiversité et des déséquilibres écologiques. De plus, l'absorption excessive de CO₂ par l'Océan entraîne une diminution de Potentiel Hydrogène et conduit à son acidification, mettant en péril les récifs coralliens et les organismes marins. Les impacts sur la santé humaine sont également importants, avec une augmentation des maladies vectorielles, des allergies et des problèmes respiratoires.

Les activités liées aux sports de la glisse nécessitent des déplacements, l'utilisation de véhicules et de bateaux, ainsi que la consommation d'énergie pour l'éclairage des installations, le chauffage des infrastructures et le fonctionnement des équipements. Toutes ces activités génèrent des émissions de GES, contribuant au changement climatique.

Il est essentiel pour les entreprises du monde du surf de prendre des mesures pour réduire leurs rejets de GES. Cela peut inclure l'utilisation de sources d'énergie renouvelables pour alimenter les installations, l'adoption de pratiques durables dans la conception et la fabrication des équipements, ainsi que la sensibilisation des pratiquants à l'importance de réduire leur empreinte carbone lors de leurs déplacements (ex : covoiturage). La transition vers des pratiques plus durables et respectueuses de l'environnement dans l'industrie du surf est cruciale pour atténuer les effets du changement climatique, préserver les écosystèmes marins et côtiers, et assurer la durabilité à long terme de ce sport.

L'horizon désirable

Une industrie de la glisse décarbonée.



La production des matières premières nécessaires à l'élaboration des produits est susceptible d'être particulièrement carbonée. Par exemple,

- La production et la fin de vie des polymères génèrent d'importantes émissions de GES
- Un bois issu de la déforestation est également susceptible d'avoir en creux un lourd bilan carbone.
- La production de coton repose fréquemment sur des méthodes de production agricole intensive et mécanisées génératrices d'émissions de GES.

Qu'il soit géré en propre par l'entreprise, ou bien qu'elle ait choisi de faire appel à un fournisseur ou un sous-traitant, un site industriel nécessite de grandes quantités – en particulier d'électricité - pour fonctionner. Les émissions de GES de ces bâtiments peuvent profondément différer en fonction du mix électrique du pays d'implantation des infrastructures de production. C'est pour cela qu'une production polonaise (dont l'électricité repose en grande majorité sur le charbon) sera bien plus carbonée qu'une production québécoise (dont l'électricité repose en grande majorité sur l'énergie hydraulique).

Le transport de marchandises génère environ 2,5% des émissions de gaz à effet de serre au niveau mondial. A ce titre, c'est l'un des secteurs les plus émetteurs qui soit. En tant que chargeurs, les entreprises ont la possibilité de privilégier les armateurs s'étant engagé dans des trajectoires de réduction ambitieuses de leurs émissions de gaz à effet de serre.

Une entreprise – forte d'au moins un bâtiment et de quelques salariés – est déjà émettrice d'émissions de gaz à effet de serre. Il est de sa responsabilité directe de réduire ses émissions liées à son utilisation d'énergie, à sa flotte de voitures de fonction, aux déplacements de ses salariés.

La commercialisation des produits peut également générer d'importantes quantités d'émissions de GES. En effet, les magasins sont des espaces pouvant devenir rapidement énergivores été comme hiver avec des chauffages ou des climatisation parfois largement surestimés.

QUELQUES PISTES D' ACTIONS

- Privilégier des matières premières faiblement émettrices de GES tout au long de leur cycle de vie.
- Favoriser la sobriété des sites de production par :
 - Une réflexion sur la sobriété de l'établissement (choix des machines, qualités du bâti, pilotage de l'énergie)
 - La sélection de sources d'énergie faiblement carbonées
- Privilégier des fournisseurs proches des territoires de commercialisation
- Exiger des armateurs un niveau 3 minimum sur le module « émissions de gaz à effet de serre » de Green Marine Europe.
- S'engager dans le dispositif Fret21¹³
- Collaborer avec les acteurs du transport maritime à propulsion vélique
- Favoriser la sobriété des lieux de travail par :
 - Une réflexion sur la sobriété de l'établissement (qualités du bâti, pilotage de l'énergie)
 - La sélection de sources d'énergie faiblement carbonées
- Elaborer une stratégie de réduction des émissions liées au transport des salariés :
 - Déplacements professionnels : proscrire les déplacements par avion de moins de 5h disposant d'une alternative en train
 - Transports domicile-travail : favoriser les mobilités douces
- Favoriser une commercialisation sobre en énergie par :
 - Une gestion sobre des magasins de l'entreprise
 - Laisser les portes fermées quand le chauffage ou la climatisation sont activés
 - La sélection de réseaux de distribution sobres en émissions de GES
 - Une stratégie de e-commerce qui privilégie la livraison en points relais

BIBLIOGRAPHIE

RÉFÉRENCE 1

<https://ghgprotocol.org/sites/default/files/standards/ghg-protocol-revised.pdf>

RÉFÉRENCE 2

<https://www.qqf.fr/infographie/73/pollution-plastique>

RÉFÉRENCE 3

<https://www.qqf.fr/infographie/75/ocean-plastique-montagne-solutions>

RÉFÉRENCE 4

<https://www.qqf.fr/infographie/74/pollution-plastique-2>

RÉFÉRENCE 5

<https://www.eea.europa.eu/signals/signals-2020/infographics/the-unknown-territory-of-chemical-risks/view>

RÉFÉRENCE 6

<https://greenmarineeurope.org/fr/>

RÉFÉRENCE 7

Substitution regrettables : consiste à remplacer une substance interdite par une nouvelle substance aux propriétés très similaires mais qui se révèle avoir elle aussi un impact sur l'environnement et/ou la santé humaine

RÉFÉRENCE 8

<https://surfrider.eu/wp-content/uploads/2020/11/report-pellet-pollution-2020.pdf>

RÉFÉRENCE 9

https://surfrider.eu/wp-content/uploads/2022/10/plastic_pellets_surfrider_fr.pdf

RÉFÉRENCE 10

https://surfrider.eu/wp-content/uploads/2019/03/rapportconteneursfr_compressed.pdf

RÉFÉRENCE 11

<https://www.citeo.com/le-mag/les-chiffres-du-recyclage-en-france>

RÉFÉRENCE 12

<https://www.oecd.org/ocean/topics/ocean-pollution/marine-plastics-pollution-Indonesia.pdf>

RÉFÉRENCE 13

<https://www.eve-transport-logistique.fr/wp-content/uploads/2022/05/fiches-actions-fret21-octobre-2016-mep2019.pdf>

POSITIVE ACTIVISM FOR THE OCEAN

#WeAreSurfrider

contact@surfrider.eu

www.surfrider.eu



SURFRIDER
FOUNDATION

CRÉONS ENSEMBLE L'INDUSTRIE DE DEMAIN

info@eurosima.com

www.eurosima.com

