



Dossier de presse

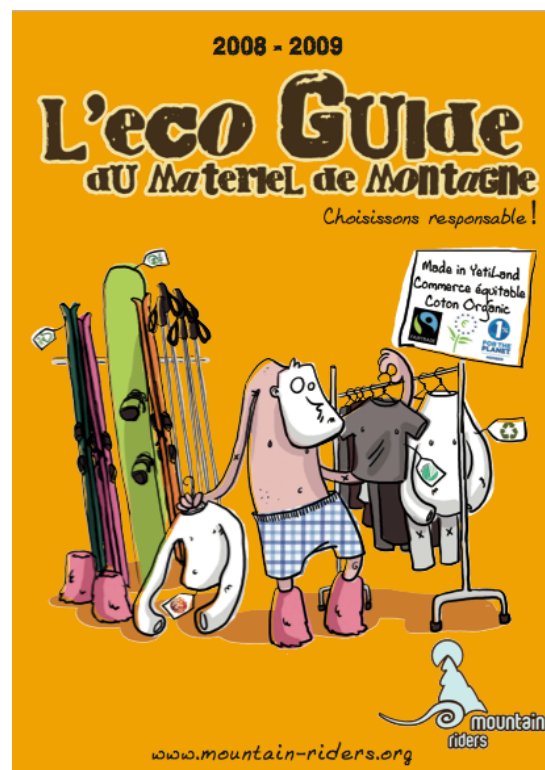
Eco Guide du matériel de montagne 2008-2009

Un constat

Entreprises, élus, consommateurs ou tout simplement citoyens du monde, notre impact collectif sur la planète nous place face à nos responsabilités. Il est de notre devoir de faire **évoluer** notre société, dans **nos choix et nos actions quotidiennes**, vers une nouvelle ère qui concilie bien-être, équité sociale et préservation des ressources.

Un objectif

Mountain Riders, souhaite donner aux marques et aux pratiquants de la montagne un **état des lieux objectif** et une visibilité pour que chacun ait la possibilité de **faire des choix éclairés et responsables**. Eco conception, coton bio, commerce équitable, Oeko tex, 1% pour la planète, certifications... entre communication, marketing et démarches concrètes, l'Eco Guide du Matériel propose un **premier référentiel d'évaluation des marques**.



www.mountain-riders.org/EcoGuideMateriel/docs/Couv08.pdf

Une démarche de concertation

Fruit d'un travail de 10 mois associant **experts, professionnels des marques, institutionnels et consultants spécialisés**, un évaluation de 12 actions concrètes est proposé, abordant : social, environnement et éco conception. Plus de 200 marques de montagne ont été contactées pour répondre à notre enquête, les **21 marques présentées** dans ce guide nous ont fourni les informations demandées. La prise en compte de ces enjeux est peut-être récente chez de nombreuses marques, mais la réactivité des entreprises face aux demandes croissantes de produits respectueux des hommes et de la nature est un atout important.

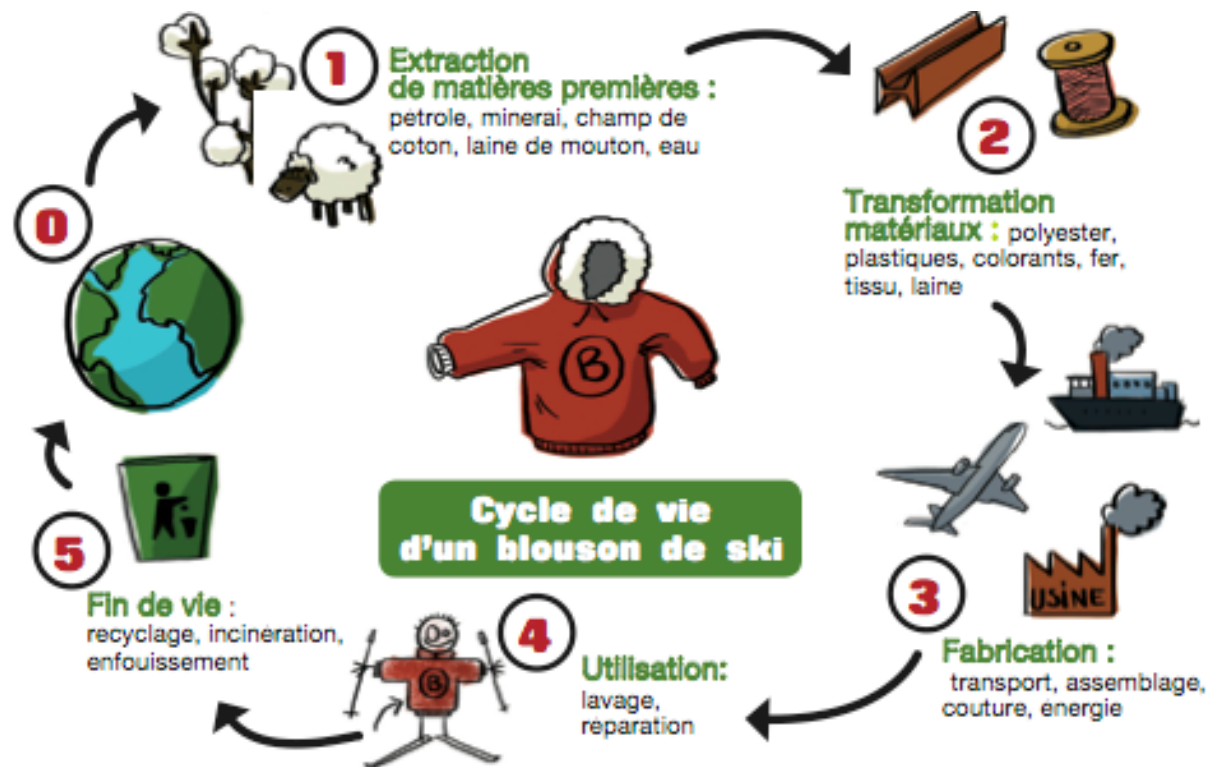
Résolument positive, nous souhaitons que cette première édition soit une base de travail, d'accompagnement et d'information entre consom'acteurs et professionnels, pour qu'**ensemble** nous donnions sens et cohérence à nos activités de montagne.

Toute l'équipe
Mountain Riders



Une approche pédagogique

Depuis sa création jusqu'à sa fin de vie, notre matériel a un impact sur l'environnement. Pour mesurer cet impact et pouvoir comparer des produits, les scientifiques et les industriels utilisent l'**analyse de cycle de vie (ACV)**. Le but de l'ACV est d'identifier les impacts du produit sur chacune des étapes de son cycle de vie (production transport, utilisation ou retraitement) pour réduire la pression d'un produit sur les ressources et l'environnement, de l'extraction des matières premières jusqu'à son traitement en fin de vie. Exemple pour un blouson de ski



Des impacts environnementaux ont lieu sur :

La biodiversité : agriculture, forages, carrières, mine

Les sols : extraction des matières premières, fuite de polluants, stockage des déchets

L'eau : pollutions par les produits chimiques, les usines, les lavages

L'air : pollutions par les fumées des procédés industriels

Le climat : émissions des gaz à effet de serre, agriculture, transport

Selon les marques ou le matériel choisi les impacts peuvent être différents !

Pour réduire ces impacts sur la planète appliquons **la règle des 3 R :**

Réparons, réutilisons, Recyclons

Des gestes simples :

- Choisir du matériel eco responsable
- Entretien convenablement son matériel
- Louer plutôt qu'acheter
- Privilégier les circuits d'occasion
- Recycler le matériel usagé



Les marques présentées:

- | | | |
|------------------|----------------|--------------|
| - Clone Ind | - Lafuma | - Primus |
| - Elan | - Liberty skis | - Quiksilver |
| - Envao | - Millet | - Rip Curl |
| - Faction skis | - Oxbow | - Salomon |
| - Foursquare | - Patagonia | - Virus |
| - Grown skis | - Phenix | - Zag skis |
| - Haglöfs | snowboards | |
| - Kingswood skis | - Polartec | |

Un exemple de fiche marque :

- Année de création.....2005
- Nom du créateur.....Alex Herbert
- Domaine d'activité :production de skis
- Appartenance a un groupe :non
- Volume de production :90 paires/an
- Chiffre d'affaire :10-100K€
- Nombre d'employés :1 - 10

Social



Environnement



- Engagement environnement : membre du 1% pour la planète www.onepercentfortheplanet.org
- Politique interne : utilise 100% énergie renouvelable dans les bureaux et l'atelier de production, l'entreprise est 'responsable carbone' à travers la compensation de ses émissions, packaging à base de matériaux recyclés

Eco Conception



- Prix sustainable business & sustainable product 2007 pour l'île du Sud (NZ)
- R&D pour remplacer les produits conventionnels (résine, fibre de verre) par des produits ayant un impact moindre
- Bilan carbone effectué en 2007



Des initiatives positives:

Social

- **Filière entièrement équitable**, à travers un engagement à long terme et le paiement d'un prix minimum garanti la marque soutient les petits producteurs et encourage leur développement économique et social. *Initiatives chez : Envao*
- **Initiatives pédagogiques** : avec chaque paire de skis, le client reçoit une information expliquant l'impact environnemental et social de la production, ainsi qu'un livret en papier recyclé expliquant comment il peut agir à son niveau. *Initiatives chez : Grown skis*. Des fiches d'information disponibles sur le web sur comment limiter son empreinte écologique lors de l'entretien des vêtements. *Initiatives chez : Patagonia*
- **Engagement social**: fondation pour soutenir la famille de professionnels que la montagne a emporté : Salomon. Possibilité de travailler pour une ONG pendant 2 mois tout en percevant son salaire. *Initiatives chez : Patagonia*

Environnement

- **Soutien d'actions environnementales concrètes** : 1% pour la planète et EOG association for conservation. *Initiatives chez : Envao, Foursquare, Patagonia, Haglöfs, Patagonia, Polartec*
- **REACH** : vérification de l'application de la directive REACH. REACH est une procédure européenne de déclaration de toutes les substances chimiques utilisées dans l'industrie. Cette déclaration devra ensuite être suivie par des études d'impact sur la santé humaine et l'environnement pour chacun de ces produits. *Initiatives chez : Lafuma, Millet, Oxbow, Rip Curl.*
- **100% d'énergie renouvelable dans les bureaux et les ateliers** . *Initiatives chez : Grown skis, Liberty skis*

Eco Conception

- **Garantie à vie** pour les vêtements. *Initiatives chez : Patagonia*
- **Utilisation limitée des produits chimiques** : 100% de la production certifiée Bluesign/Oeko-tex/Coton bio. *Initiatives chez : Haglöfs, Patagonia, Polartec, Foursquare, Envao*
- **Programme eco circle** : un programme de recyclage en 'boucle fermée' pour tous les vêtements à base de Polartec (quelle que soit la marque du vêtement) ainsi que certains vêtements en polyester. *Initiatives chez : Patagonia, Polartec*
- **Produits à base de fibres écologiques ou recyclées** : 30% des T-shirts Rip Curl sont 100% coton bio certifié SKAL, 87% de la collection Patagonia hiver 08 est en fibres 'écologiques' ou recyclables, 20% de la production la gamme 'Pure leaf' Lafuma contient, coton bio, chanvre et polyester recyclé



Les critères d'évaluation

Social

1_Ethique



La marque possède un **label éthique** ou a mis en place des actions concernant les conditions de travail de ses sous-traitants, elle lutte contre le travail des enfants et le travail forcé. Par exemple : label Fair Trade, label Max haavelar, Fairwair foundation, SA8000

2_Education



La marque mène des actions ou des **campagnes d'information** au développement durable auprès de ses clients. Elle met à la disposition des consommateurs des **informations sur l'impact des produits** et de leur consommation. Exemple : conseils d'entretien, conseils d'utilisation

3_Certification qualité sécurité



La marque a mis en place des **certifications ou des démarches qualité** et sécurité au sein de ses usines ou de ses sous-traitants. Exemple : certification ISO 9001 pour le management de la qualité et le référentiel OHSAS 18001 pour la sécurité

4_Politique interne



La marque a mis en place une **politique sociale** au sein de son entreprise et auprès de ses fournisseurs concernant les conditions de travail des employés. Elle **s'engage au-delà de ses obligations légales**. Exemple : Comité d'Entreprise particulièrement actif, charte éthique

Environnement

5_Engagement environnement



La marque est consciente de son **impact environnemental**. Elle soutient des associations environnementales ou met en place des actions environnementales concrètes. Exemple : 1% pour la planète, EOG foundation for conservation

6_Chaîne de production



La marque collabore avec des fournisseurs qui possèdent certains **labels environnementaux**, ou ont mis en place des actions environnementales, elle effectue des **audits** réguliers de ses fournisseurs et les accompagne dans leur **démarche environnementale**. Exemple : mesure, contrôle des consommations d'eau, d'énergie, de matières premières

7_Certification environnement



L'entreprise ou ses fournisseurs sont engagés dans une **démarche globale** de contrôle et de réduction de leur impact environnemental. Exemple : norme ISO 14001 qui valide la mise en place d'un système de management environnemental (SME), norme EMAS, démarche volontaire Natural Step

8_Politique interne



L'engagement environnemental de la marque se traduit par des **actions concrètes** locales ou globales pour réduire ses impacts environnementaux. Par exemple : tri sélectif, formation, sensibilisation des employés, plan de déplacement entreprise, covoiturage...



Eco Conception

9_Durabilité



Les produits de la marque ont une **durée de vie importante** caractérisée par une garantie longue (+2 ans pour les skis, garantie à vie pour les vêtements). La marque propose un service de réparation hors-SAV ou des innovations permettant de faire durer le matériel

10_Label environnemental



La marque possède certains **labels environnementaux**, les produits et matières premières utilisées possèdent une **certification** et/ou la marque a reçu un prix environnemental national ou international pour ses produits. Par exemple : coton bio, label Bluesign, Ecolabel européen, Nordic Swann, Ange Bleu ou Oeko tex.

11_Cycle de vie/recyclage



La marque met en place des actions en faveur de **l'optimisation du cycle de vie** de ses produits, elle propose des produits avec un pourcentage minimum de matières premières recyclées ou renouvelables, elle effectue des ACV ou ESQCV de ses produits.

12_Emissions carbone



Un **bilan carbone™** ou un diagnostic des gaz à effet de serre est en cours ou effectué sur un produit ou sur l'activité globale de la marque. Connaître les sources principales des émissions de gaz à effet de serre est la première étape pour pouvoir les réduire et lutter efficacement contre le changement climatique. La réduction des émissions devient ensuite mesurable.

Pour plus de détails consultez l'eco guide sur le web :
www.mountain-riders.org/EcoGuideMateriel/index.php

L'eco guide de matériel est réalisé grâce au soutien de :

Rhône-Alpes Région



Région
Provence-Alpes-Côte d'Azur



Contacts - tél : +33 9 54 66 86 83

Communication

Sara Le Gamec :
sara@mountain-riders.org

Etudes & recherche Eco Guide du Matériel de Montagne

Stewart Sheppard :
stewart@mountain-riders.org
Laurent Burget :
laurent@mountain-riders.org