



*les principaux chiffres
de la consultation*

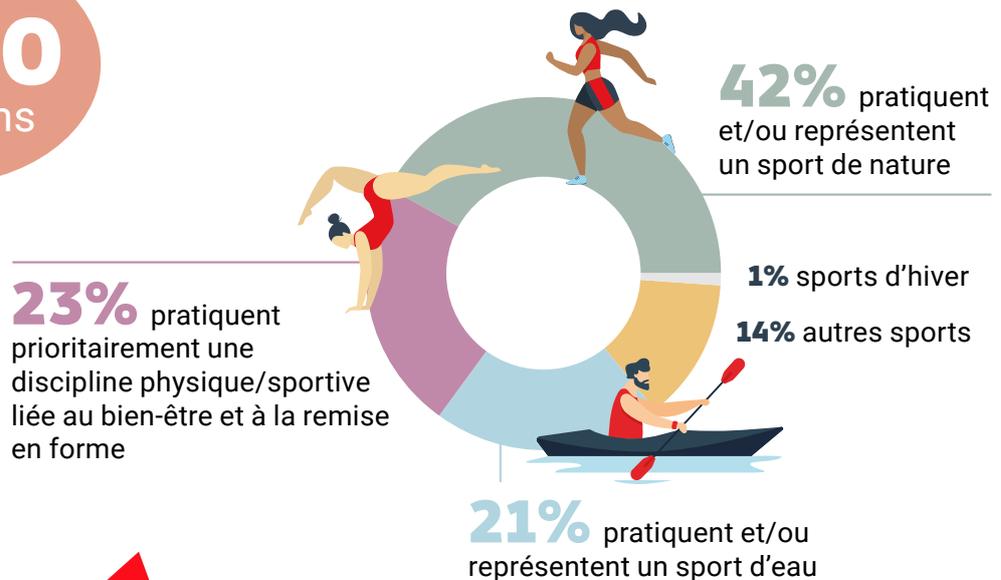
Sport Planète



fédéré par



Des chiffres qui interrogent !



Profils des répondants :

- 46,1%** • d'adhérents/licenciés
- 38,5%** • de pratiquants non licenciés
- 9,7%** • de responsables associatifs à l'échelon local
- 2,8%** • de membres d'une instance nationale
- 1,7%** • autres
- 1,2%** • d'organiseurs ou membres de comité d'organisation

Quelles sont aujourd'hui les priorités du sport responsable pour l'ensemble des acteurs ?

(plusieurs choix possibles)



69,4%

La protection de l'environnement



43,1%

Préserver les ressources en eau et en énergie



52%

Le traitement des déchets



31%

Mettre en place un plan de mobilité durable



44%

L'éducation au développement durable notamment en direction des plus jeunes



27,7%

Lutter contre les discriminations sexistes dans le sport



25,8%

Proposer une alimentation responsable

Chiffres clefs de l'engagement des pratiquants



S'estiment bons ou très bons

- 62,5%** • sur la protection de l'environnement
- 60,3%** • dans la réduction des déchets
- 51,3%** • dans les économies d'eau et d'énergie réalisés
- 41,6%** • sur le sujet de l'alimentation responsable



S'estiment nuls ou faibles

- 44,7%** • dans la réduction de l'empreinte carbone
- 34,2%** • dans le développement de l'accessibilité
- 33,1%** • pour oeuvrer pour une société plus inclusive
- 33,1%** • dans la défense de causes solidaires et citoyennes

Niveau d'engagement et de prise d'initiatives chez les responsables d'organisations



Alimentation :

47,5% favorisent les produits locaux

41,7% priorisent les produits de saison

40,9% calculent les quantités pour éviter le gaspillage



Transports :

45,8%

mettent place des navettes collectives ou du covoiturage (achats de minibus)



Déchets :

65,1% mettent en place des poubelles de tris et incitent au tri sélectif

42% limitent la production de déchets en installant (ex: installation de toilettes sèches sur les événements)



Eau :

51,6% favorisent l'eau du réseau par rapport à l'eau minérale (privilégier l'eau du robinet et en incitant à l'usage de gourdes et de verre)

47,4% prennent des mesures pour ne pas gaspiller l'eau (réutilisation de l'eau de pluie)



Sponsoring responsable :

23% prennent en compte des critères environnementaux ou sociaux dans le choix de leur partenaire



Achats Approvisionnement :

55,7%

calculent les quantités au plus juste pour ne pas faire de sur-stock

48,8%

priorisent l'achat de matériels et équipements réutilisables ou réparables



Protection de l'environnement :

63,1% déclarent respecter les sites naturels sensibles

Empreinte numérique :



74,3%

ont fait le choix de dématérialiser tout ou partie de leur communication (suppression des impressions, inscriptions en ligne)

Inclusion :



41,5%

sensibilisent leurs différents publics aux problématiques d'inclusion (ateliers, formations)

Égalité femmes/hommes :



77,5%

fournissent un accès égalitaire aux postes à responsabilité au sein de leur organisation (gouvernance paritaire)

73% réservent un traitement médiatique et financier de la performance égalitaire

70,4% font la promotion du sport féminin (journées dédiées)

Handicap :



46% prévoient la conception de leur projet en permettant la participation de Personnes en Situation de Handicap (PSH) de différents profils

Cause solidaire :



47,2% collaborent avec des entités locales ou nationales dédiées

41,9% réalisent des collectes de fonds ou matériels dédiés à une cause

Bénévoles :



61,3%

valorisent l'implication de leurs bénévoles (avantages en nature, communications officielles sur leur actions)

Éducation au développement durable :



44,7% mettent en place des défis (ramassages de déchets, collecte d'éco-cups)

44,3% font la promotion des éco-gestes (film interne)

Mobilisation interne :



21,4% mettent en place des sessions de formation /sensibilisation sur le sujet de l'écoresponsabilité