



Glisser en montagne et ne laisser aucune autre trace que les quelques S dont on vient de marquer la neige : difficile car aujourd'hui le ski vert n'existe pas.

Conçu pour durer, résister aux chocs et à l'humidité, il n'est ni biodégradable, ni recyclable. Aujourd'hui nos modes de consommation sont liés à la mode, aux prix bas: nos produits sont consommables et jetables.

## Où souhaitons-nous aller ?

Vers le « toujours plus » ou vers « plus de cohérence » entre notre pratique des sports de nature et le matériel que l'on utilise ?

Dans la pratique, ce changement reste difficile car même si les marques commencent à prendre des initiatives, elles restent dans une logique de profit à court terme où la place pour la responsabilité sociétale est restreinte.

Dans cette logique de marché, c'est à nous, consommateurs et acteurs du changement, de donner un signal fort en demandant plus d'informations sur l'origine des produits et des méthodes de production, en demandant des garanties environnementales et sociales dans notre magasin de sport.

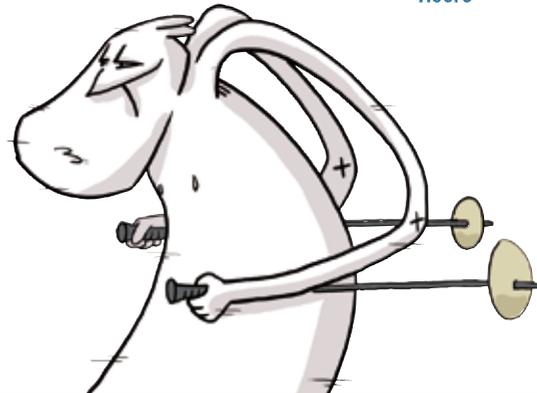
## Jusqu'à où sommes-nous prêts à aller ?

Acheter régulièrement de nouveaux skis un peu plus verts ? Ou renoncer à la mode et au consommable en investissant dans un produit durable et réutilisable ?

Choix difficile mais indispensable pour changer réellement nos modes de consommation. Un nouveau concept doit émerger, un concept dans lequel l'utilisation des matières premières est optimisée, dans lequel le consommateur et l'industriel travaillent ensemble à cette économie : l'économie de la fonctionnalité.

## Ensemble passons à l'action !

Toute l'équipe  
de Mountain Riders



## L'homme et la montagne

Chaque année une migration humaine s'élève vers les sommets enneigés pour goûter aux plaisirs de la glisse. Un flux dense qui se déplace, se restaure et se loge sur des îlots de ville nichés au cœur des montagnes pour y pratiquer le ski et le snowboard. Longtemps nous n'avons songé qu'à développer ces villes d'hiver pour y accueillir toujours plus de personnes. Aujourd'hui, nous prenons la mesure de l'impact de ces pratiques sportives saisonnières sur l'environnement, et certaines marques mettent enfin en place une dynamique positive de respect de la nature. Demain elles n'auront d'autre choix que d'être plus nombreuses pour permettre un développement durable et solidaire des activités en station.

L'association Mountain Riders recense chaque année leurs bonnes pratiques dans ses Eco Guide, pour les encourager à mieux faire, encore. Car il n'est plus temps d'attendre. L'urgence écologique est encore plus palpable en haut des cimes, écrans d'une nature fragile. A chacun d'entre nous de faire les bons choix pour que la montagne reste vivante.

**Nicolas Hulot**  
Président de la Fondation  
Nicolas Hulot  
pour la Nature et l'Homme



Cet éco-guide a pour objectif de rassembler et fédérer les fabricants de matériel de montagne autour de questions de développement durable.

Sa première édition avait permis d'informer le grand public sur les démarches environnementales des marques et de montrer qu'une entreprise peut être rentable en agissant dans ce sens, et cette nouvelle édition veut valoriser les expériences efficaces en terme d'éco citoyenneté, qu'elles émanent du public, des professionnels et constructeurs de matériel, et se veut être le déclencheur d'une mise en réseau des responsables du développement durable dans le domaine de la montagne et de la glisse. Cette démarche s'inscrit dans la politique de la montagne menée par la Région Provence Alpes Côte d'Azur, au sein de ses programmes de développement durable et solidaire.

**Joel Giraud**  
Député des Hautes - Alpes, Vice - Président de la Région délégué à la montagne et au désenclavement du Massif Alpin



A chaque foulée dans la neige, à chaque descente de piste on associe pour notre plaisir un certain nombre de matériels : raquettes, skis, surf, bâtons, habillements, chaussures... Hors, la fabrication de ces équipements peut se révéler très polluante. Aussi, toutes les démarches qui visent à soulager notre environnement sont précieuses.

Penser dès la conception de ces équipements, au choix des matériaux, à la bonne gestion des processus et techniques de fabrication en passant par leur acheminement et leur stockage ; penser aussi à l'usage de l'objet et à sa fin de vie, c'est contribuer à prolonger l'avenir de nos montagnes. Chaque entrepreneur qui prend la voie de l'éco-conception et choisit d'inclure des critères environnementaux et de développement durable dans son management et ses process, fait avancer le nouveau projet de société issu du Grenelle. C'est pourquoi, l'ADEME approuve et accompagne depuis plusieurs années l'association Mountain Riders. L'association a précédé le Grenelle de l'environnement en initiant des actions de sensibilisation des professionnels de la montagne et aujourd'hui de sensibilisation des entreprises et des consommateurs avec cet éco-guide du matériel de montagne.

**guy Fabre**  
délégué régional  
ADEME



Avoir un comportement éco responsable est l'affaire de tous, et en toutes circonstances. Cette deuxième édition de l'éco guide du matériel de montagne en est une bonne illustration. Cette action s'inscrit au carrefour de plusieurs politiques conduites par la Région Rhône-Alpes dans ce domaine : la politique régionale en faveur de l'éco responsabilité, qui vise à développer les comportements éco citoyens, la politique du management de l'environnement, qui cherche à stimuler l'éco conception dans le monde de l'entreprise, et plus généralement la stratégie régionale de la montagne qui intègre une forte composante environnementale.

la Vice-Présidente du Conseil régional Rhône-Alpes déléguée à l'environnement et à la prévention des risques





# Mountain Riders

# Eco guide du matériel

**Mountain Riders est une association loi 1901 ayant pour objet la mise en place du développement durable et d'un tourisme soutenable en montagne.** Skieurs, randonneurs, grimpeurs, vttistes ou tout simplement citoyens, les membres de Mountain Riders passent à l'action pour que la montagne s'engage dans un tourisme responsable et une gestion raisonnée des ressources.

## Campagne de ramassage des déchets

En 2009, le collectif de ramassage a rassemblé: **55 stations et 3500 bénévoles** qui se sont mobilisés pour ce grand nettoyage de printemps. Bilan: **30 tonnes de déchets ramassés**

## Education, animation et stand de sensibilisation

En 2008-2009: **250 jours de présence sur le terrain**, écoles, événements, centre de vacances, pour informer et sensibiliser au développement durable

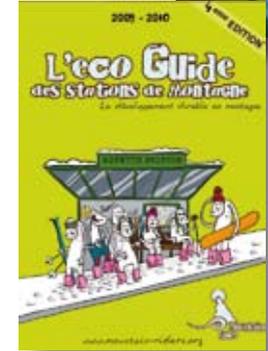
## Campagnes d'information

Expositions éco gestes, changement climatique, flyers, empreinte écologique, DVD Billy et Willy, clip d'information, site WEB

## Recherche, études

**Ecoguides** des stations et du matériel, conférences, diagnostic, accompagnement pour les Eco événements

**Bureau d'étude :** Audit, conseil, charte du développement durable, événements **bilan carbone™**



**www.mountain-riders.org**

**Mountain Riders**  
233 Carré Curial  
73 000 Chambéry  
tél : 09 54 66 86 83



**Ce guide est ouvert à toutes les marques de matériel de montagne.** Nous souhaitons y présenter des actions innovantes et concrètes, promouvoir l'idée que même dans une activité aussi polluante que la production de skis, de snowboards, de vêtements et d'accessoires de sport **il est possible d'agir, de réduire son impact et de rester une entreprise rentable.**

**Le ski vert n'existe pas :** une chose est sûre nous ne sommes pas près de faire pousser des fraises sur notre vieux matériel de montagne que nous aurons mis dans le compost au fond du jardin. Aussi, **la présence d'une marque dans ce guide ne veut pas dire qu'elle est irréprochable** mais simplement qu'elle a répondu à l'enquête de Mountain Riders menée cet été auprès de 200 marques.

Dans le guide, vous ne trouverez pas de classement des marques mais un **constat d'avancement de la prise en compte du développement durable chez les fabricants.** Ce constat débute par **une volonté de transparence sur les actions engagées**, tout en gardant à l'esprit que la production de biens de consommation a un impact sur l'environnement.

En présentant ici ces actions, nous souhaitons faciliter la généralisation de ces pratiques positives et réunir tous les acteurs du marché vers un modèle alliant rentabilité, équité sociale et respect de l'environnement.

**Nous souhaitons que cette deuxième édition reste 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.**

## SOMMAIRE

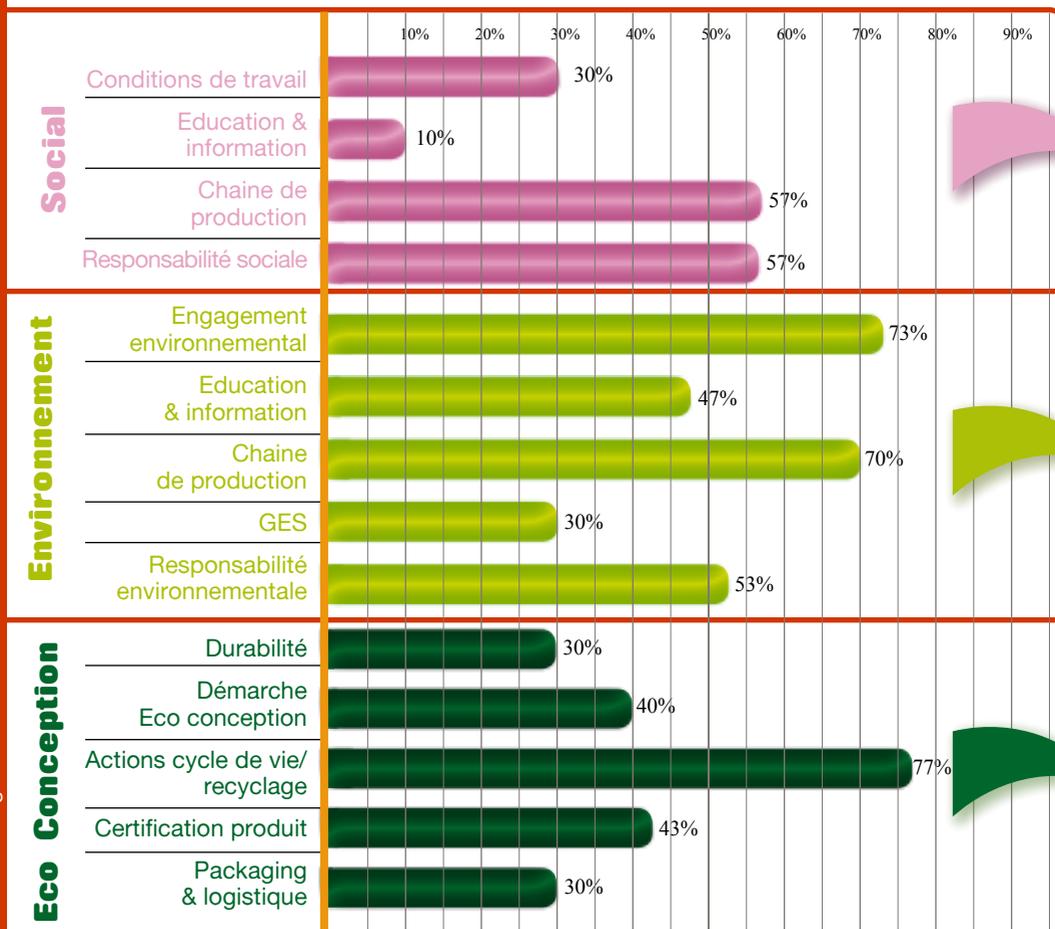
- o **Marques et développement durable : état des lieux** → P 6
- o **Il était une fois un T-shirt** → P 8
- o **Critères d'évaluation** → P 14
- o **Du berceau à la tombe, cycle de vie d'un T-shirt** → P 18
- o **Marques vêtements** → P 20
- o **Marques matériel** → P 25
- o **Regard vers le futur** → P 30



Conception : [stewart@mountain-riders.org](mailto:stewart@mountain-riders.org) et [laurent@mountain-riders.org](mailto:laurent@mountain-riders.org)  
Création : [benedicte@bloutouf.fr](mailto:benedicte@bloutouf.fr)

En savoir plus : [www.mountain-riders.org](http://www.mountain-riders.org)

Ce tableau récapitule les données des marques présentées dans l'éco guide du matériel. Il est basé sur un échantillon de 30 marques ayant répondu aux questionnaires de Mountain Riders



**Social:** Seulement 30% des marques ont une politique de responsabilité sociale qui s'applique à leurs propres employés ! Or, les problèmes de santé au travail dans les pays développés sont la preuve que le développement durable commence ici, chez nous

Seulement 13% des marques proposent des informations concernant les labels appliqués sur les lieux de production ! Pour consommer responsable et faire un choix informé, nous avons besoin de ces informations. N'hésitez pas à les demander aux marques et dans les magasins

**Environnement:** 30% des marques ont entrepris de quantifier leurs émissions de gaz à effet de serre. Avant de compenser il s'agit avant tout de quantifier et d'identifier les principaux postes d'émissions afin de mettre en place des plans d'actions pour les réduire.

53% des marques soutiennent des associations environnementales, mais en France c'est seulement 5% du mécénat d'entreprise qui va à l'environnement et à sa protection

**Eco Conception:** 30% des marques proposent un service de réparation hors SAV, c'est peu. Et ce chiffre baisse si l'on ne prend en compte que les fabricants de Hardgoods. Il est urgent de passer de biens hyper consommables à des biens durables et la première étape c'est d'avoir la possibilité de réparer son matériel. Alors que le transport représente la 1ère source d'émissions de gaz à effet de serre en France : 26,4% en 2006, seul 30% des marques ont effectué un travail sur leur chaîne logistique en favorisant les modes de transport doux et en réduisant au maximum le recours au transport aérien.



## Citation

'Sans planète viable, il n'y a ni actionnaires, ni profits, ni employés. Il n'y a aucun profit à faire sur une planète morte'.  
David Brower

# Il était une fois un T-shirt

# Choix des Matières premières

Il n'existe aucun produit 'Zéro Impact'. Pour réduire cet impact, il existe différents outils comme l'ACV (Analyse de Cycle de Vie) et l'éco conception.

## De l'ACV à la GCV

L'éco conception est une démarche qui se caractérise par la prise en compte de l'environnement dès la phase de conception du produit. L'objectif de cette démarche est d'améliorer les qualités écologiques du produit, c'est à dire de réduire ses impacts négatifs sur l'environnement tout au long de son cycle de vie, tout en conservant ses qualités d'usage. L'analyse de cycle de vie (ACV) permettra de quantifier ces impacts.

A long terme, cette réflexion sera intégrée dans une démarche encore plus globale de Gestion de Cycle de Vie (GCV) afin d'éviter les transferts d'impact d'une étape à une autre.

## Eco conception d'un T-shirt

Le choix de la matière dépendra:

- des différents impacts environnementaux
- de l'importance relative que l'on donne à ces impacts
- des caractéristiques que l'on souhaite lui donner : type d'utilisation, durée de vie, recyclabilité

## Impacts environnementaux identifiés:

- émissions de CO<sub>2</sub>
- énergie utilisée
- quantité de matières premières utilisées : pétrole, coton, etc
- quantité de produits chimiques consommés
- quantité d'eau utilisée

## Impacts environnementaux retenus pour l'analyse :

- émissions de CO<sub>2</sub>
- énergie utilisée
- quantité eau utilisée

## Quelle unité fonctionnelle ?

La fonction principale d'un T-shirt est de permettre la pratique du sport de façon confortable et d'évacuer la transpiration. L'unité fonctionnelle choisie pour l'ACV se définit de la manière suivante : **Le T-shirt doit résister à 100 utilisations pendant 2 ans.**

## Alors Coton ou Polyester ?

Pour répondre à cette question il faudra quantifier l'impact des deux types de T-shirts (coton ou polyester) tout au long du cycle de vie.



## Faire pousser et récolter un kilo de coton nécessite :

- des produits chimiques (défoliants, herbicides, engrais, pesticides)
- de l'eau en quantité
- du gazoil pour des machines agricoles



## Production de coton

## Produire un kilo de polyester nécessite :

- du pétrole
- de l'énergie
- de l'eau

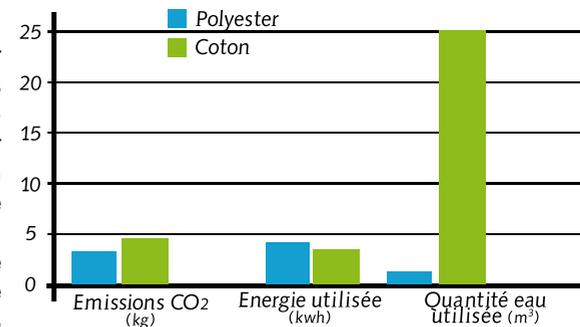
Le pétrole brut est raffiné, il passe par plusieurs étapes et réactions chimiques pour produire le polyester qui est lui-même transformé en fil de polyester après plusieurs traitements. Il faut environ 1,5 kg de pétrole pour fabriquer 1kg de polyester.

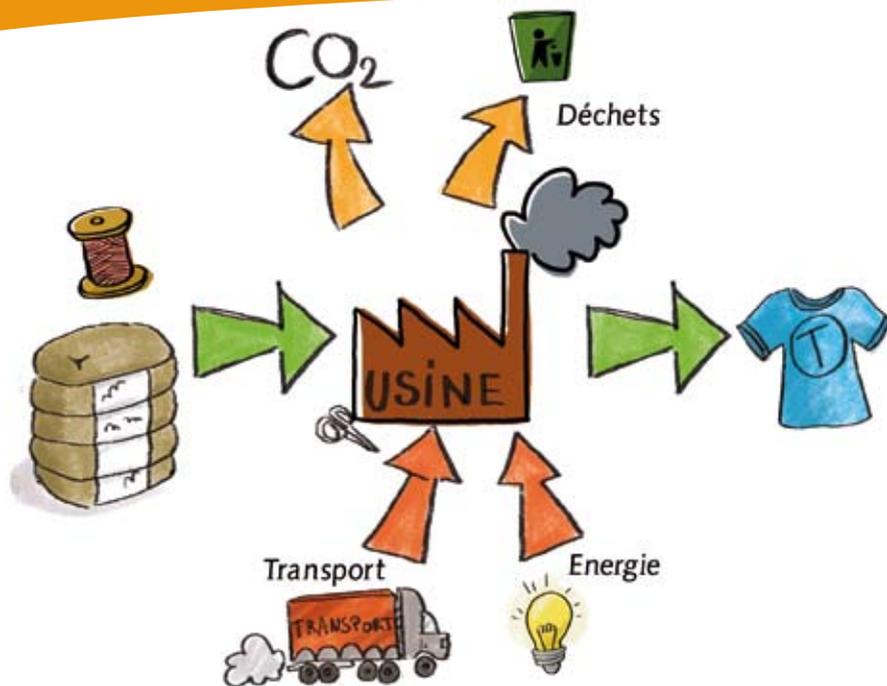
C'est la fibre synthétique la plus produite dans le monde, le polyester représente 70% des fibres synthétiques utilisées dans le vêtement.

De l'énergie et du pétrole sont utilisés pour fabriquer les produits chimiques dont les résidus se retrouvent dans le sol et l'eau et posent des problèmes de salubrité. La culture du coton représente **2,5% de la surface agricole mondiale**, mais consomme **25% des pesticides vendus dans le monde** (Source : OMS)

Par exemple la culture intensive du coton par irrigation a perturbé de manière irréversible l'écosystème de **la Mer d'Aral : son niveau a diminué de moitié**, désormais, **son eau est trop polluée et trop salée** pour accueillir une vie aquatique et les terres environnantes ne sont plus cultivables. (Source : UNESCO).

Consommations et émissions pour la production d'1kg de coton ou de polyester





## Production d'un T-shirt

Lors de la confection d'un T-shirt, depuis la fibre (coton ou polyester) originelle jusqu'à l'entrepôt en France, on a besoin :

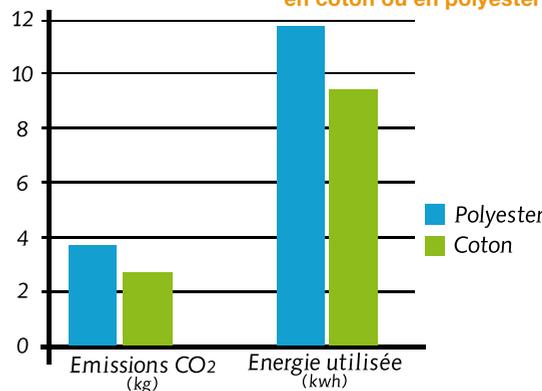
- d'énergie pour le tissage, la découpe et la couture
- d'énergie pour le transport

Ces opérations produisent également des déchets, 170 grammes soit **plus que le poids final du T-shirt**

Dans un contexte de mondialisation des échanges, la course au produit le moins cher engendre souvent une **dégradation des conditions sociales et environnementales de production** (conditions de travail, salaires, toxicité des produits pour les employés et pour le consommateur final ou rejets polluants).

La mise en place de **labels éthiques et environnementaux** fera la différence entre 2 T-shirts de prix équivalent. Ces labels garantissent que ceux et celles qui les confectionnent, travaillent dans des conditions acceptables et que les produits et procédés utilisés ont un impact limité sur l'environnement.

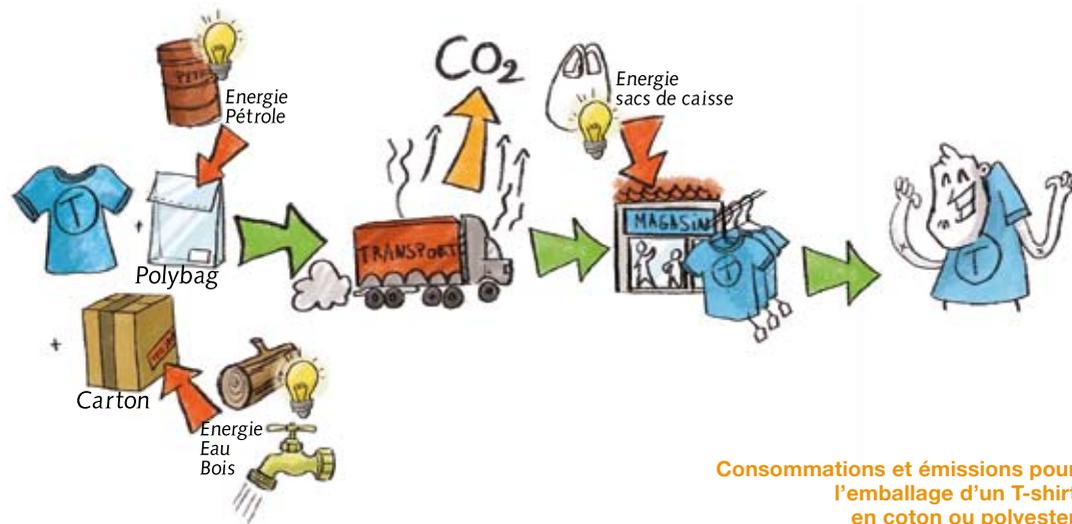
Consommations et émissions pour la confection et le transport d'un T-shirt en coton ou en polyester



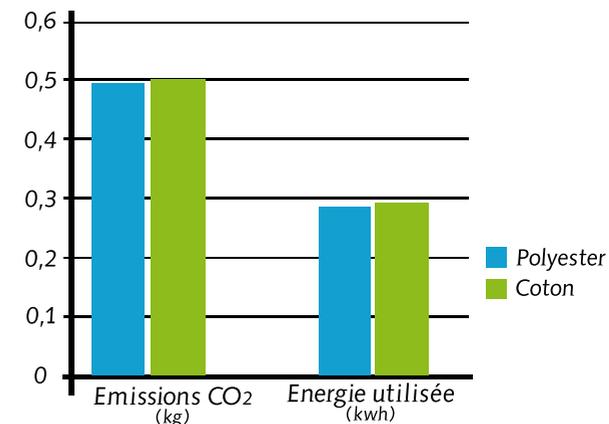
## Dans la phase de vente on peut distinguer 2 étapes :

- l'acheminement du lieu de production au lieu de vente
- la vente en elle même

Au départ du lieu de production chaque T-shirt est emballé dans son polybag (sac de protection en plastique), mis dans un carton avec d'autres T-shirts avant sa mise



Consommations et émissions pour l'emballage d'un T-shirt en coton ou polyester

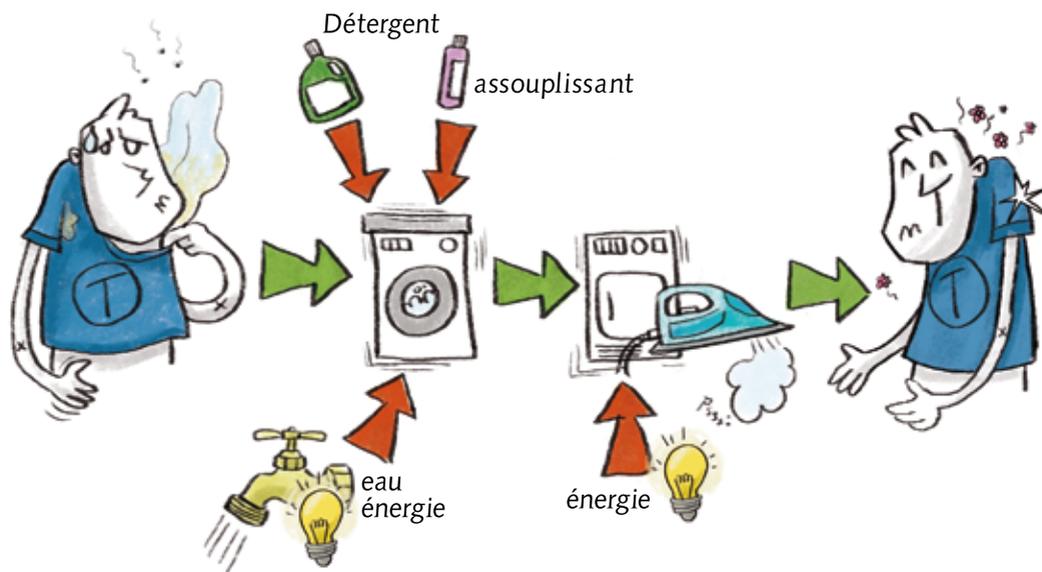


Lors de l'arrivée en magasin, les cartons et polybags disparaîtront pour laisser place à des T-shirts disponibles dans les rayonnages de notre magasin de sport préféré. Un magasin où en moyenne 65% de l'énergie consommée est utilisée pour le chauffage et la climatisation, 30% pour l'éclairage et 5% pour les caisses, ordinateurs et autres appareils.

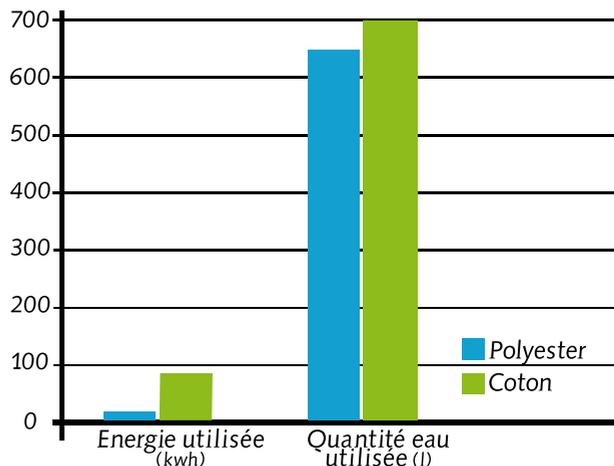
## Une fois le produit vendu, l'impact le plus important provient de son entretien

(lavage - séchage - repassage)

Contrairement aux idées reçues, l'utilisation est bien l'étape qui a l'impact le plus important. Les opérations d'entretien : lavage, séchage et repassage consomment des quantités importantes d'eau et d'énergie qui plombent l'écobilan.



Consommations et émissions pour l'entretien d'un T-shirt en coton ou polyester



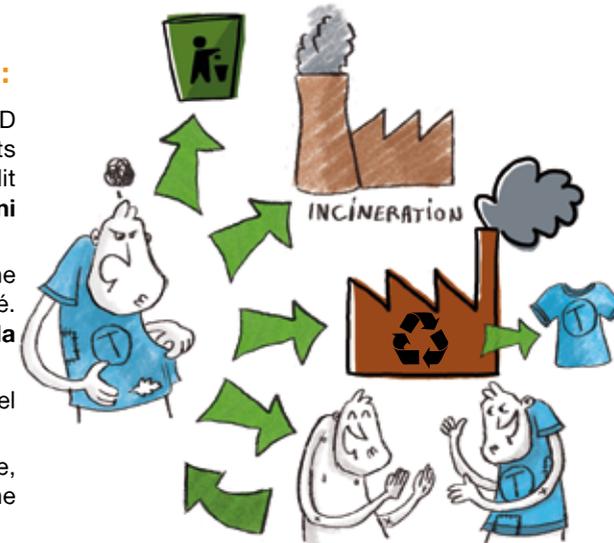
Pour un T-shirt qui sera lavé, séché en machine et repassé une centaine de fois pendant sa durée de vie, on utilisera :

- entre 12,2 kWh et 65,3 kWh si on utilise un sèche linge
- entre 637 et 720 litres d'eau

## Notre T-shirt arrive en bout de course, ou vous avez tout simplement envie d'en changer.

Aujourd'hui il existe 4 options principales. Le T-shirt est soit :

- jeté**, il part dans une ISDND (Installation de Stockage de Déchets Non Dangereux), autrement dit une décharge. **On ne récupère ni matière première, ni énergie**
- incinéré**, il part vers une usine d'incinération ou il sera valorisé. **On en retire de l'énergie mais la matière première est perdue**
- recyclé**, il finira en chiffon industriel ou en matériau d'isolation
- donné** à une association caritative, il aura une deuxième vie dans une friperie, un marché d'occasion



D'après une ACV du travail de l'Armée du Salut au Royaume-Uni, la réutilisation d'une tonne de vêtements en polyester utilise 1,8 % de l'énergie nécessaire à la production

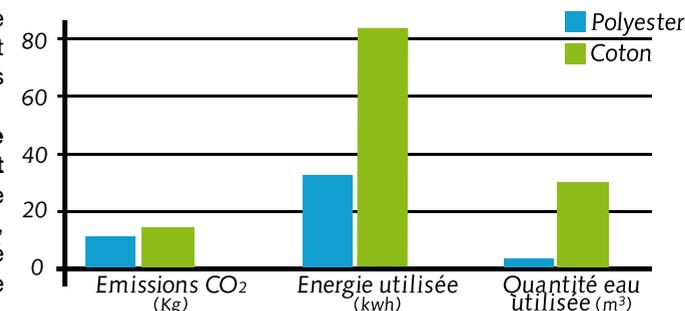
de ces mêmes vêtements à partir de fibre vierge, pour le coton ce chiffre est de 2,6%. En confiant nos vieux vêtements à des associations caritatives, nous permettons à ceux qui en ont le plus besoin de s'habiller à moindre coût et réduisons du même coup notre empreinte écologique.

## Conclusion

La matière première considérée comme la plus naturelle est en fait celle qui a l'impact environnemental le plus élevé si l'on ne prend en compte que ces 3 indicateurs. Le résultat sera différent si nous choisissons d'autres indicateurs...

**Le choix de la matière première dépendra donc avant tout de l'utilisation** prévue pour le produit, de la durabilité, la recyclabilité et la qualité écologique que l'on souhaite intégrer au produit.

Bilan de toutes les étapes du cycle de vie du T-shirt :





## Conditions de travail

L'entreprise a une politique sociale interne, elle a mis en place des actions concernant les conditions de travail de ses employés, elle possède un label ou a engagé un travail interne équivalent

### On a aimé :

L'investissement pour l'équilibre entre vie personnelle/vie professionnelle avec l'installation de bureaux à la maison et une crèche dans les locaux : Vaude



## Chaîne de production

L'entreprise travaille avec des sous-traitants et des fournisseurs ayant mis en place des certifications ou des démarches santé et sécurité au sein de leurs usines.

### On a aimé :

- Les productions locales et le choix de sous-traitants locaux (France, Europe) : Bumtribe, Dupraz, Faction, FST Handwear, Grown, Liberty skis, Monnet, Phenix, Volkl
- Les entreprises qui travaillent avec la Fair Wear Foundation qui coopère avec la campagne 'éthique sur l'étiquette' ainsi qu'avec les organisations de représentation des travailleurs et qui propose entre autre, un système afin que les employés puissent faire remonter leurs plaintes et les dysfonctionnements : Mammüt



## Information/ Education

L'entreprise met à la disposition des consommateurs et des gestionnaires de magasins de l'information sur la provenance des produits, leurs modes de production et les conditions de travail des employés.



## Responsabilité sociétale

L'entreprise intervient dans la société civile et s'engage au-delà de ses obligations légales. Elle met en place des actions de socialisation et/ou de soutien des populations en difficulté (camps jeune, découverte mer ou montagne pour des personnes défavorisées, fondation), elle permet à ses employés de s'investir.

### On a aimé :

Le travail avec les CAT (Centre d'Aide par le Travail) ou l'Association des paralysés de France: FST Handwear, Petzl



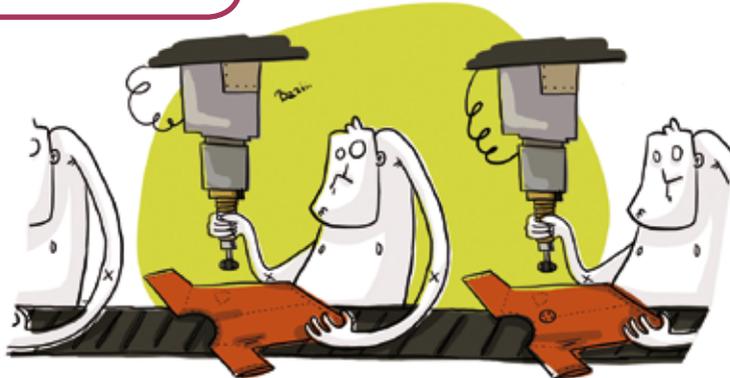
**Fabricant**



**Vendeur**



**Citoyen**



## Eco gestes

• Je m'engage à respecter l'ensemble des normes internationales en faveur des normes sociales (Unesco, convention de Genève, OIT) et même à aller au delà en appliquant des labels éthiques

• Je mets à disposition de mes clients et des consommateurs des informations sur mes engagements éthiques : charte sociale, information sur les labels appliqués par la marque, actions concrètes

• Je m'engage dans des actions de soutien à la société civile là où mes compétences sont une vraie valeur ajoutée : actions concrètes, fondation, soutien associations caritatives

## Eco gestes

• J'insiste auprès de mes fournisseurs pour l'application de labels éthiques : Fair Trade, Fair wear foundation, Social Accountability International (SAI), SA 8000, Ethical Trading Initiative (ETI), Worker Rights Consortium (WRC), Fair Labor Association (FLA)

• Je rends mon magasin accessible à tous : personnes âgées, personnes à mobilité réduite, personnes en situation de handicap

• J'aide mes employés saisonniers à trouver un logement adapté et décent

## Eco gestes

• Je m'informe auprès des marques et des magasins sur les conditions dans lesquels mon matériel a été produit

• J'accepte de payer un prix juste pour un produit de qualité, qui permet à d'autres de vivre correctement

• Au lieu de jeter mon vieux matériel; je le confie à une association afin que d'autres puissent en profiter

## Citation

*"Quelle beauté peut avoir la plus belle des étoffes si elle est tissée de misère et de faim."*  
Gandhi



## Engagement environnemental

L'entreprise est consciente de son impact sur l'environnement. Elle a mis en place des actions concrètes afin de réduire son impact environnemental dans son fonctionnement quotidien. L'engagement environnemental de l'entreprise se traduit par des actions concrètes, locales et/ou globales.

### On a aimé :

La mise en place d'un plan de déplacement inter-entreprise (PDIE) intégrant les employés de 5 entreprises, dont Salomon



## Chaîne de production

L'entreprise est engagée dans une démarche globale de contrôle et de réduction de l'impact environnemental de son activité. Dans certains cas, cette démarche est certifiée. Elle collabore avec des fournisseurs qui possèdent certains labels environnementaux ou ont mis en place des actions environnementales, elle effectue des audits de ses fournisseurs.



## Responsabilité environnementale

L'entreprise intervient dans la société civile et s'engage au-delà de ses obligations légales. Elle soutient des associations environnementales ou met en place des actions environnementales concrètes.



## Education & information

L'entreprise met à la disposition des consommateurs et des gestionnaires de magasins de l'information sur l'impact des produits et de leur utilisation. Des conseils sont disponibles pour réduire et minimiser l'impact de la consommation.

### On a aimé :

L'engagement avec l'AFNOR pour travailler sur l'affichage environnemental obligatoire à partir de 2011 : Petzl, Rossignol, Salomon

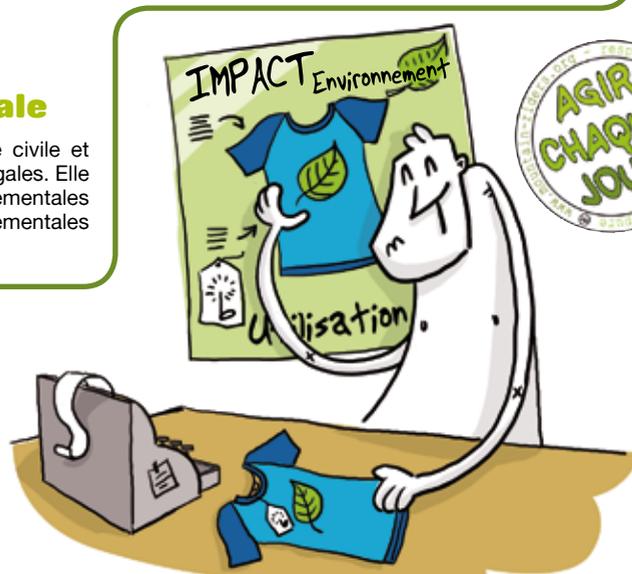


## Emissions GES

Un bilan carbone™ a été effectué ou est en cours, l'entreprise a mis en place des actions en faveur de la réduction de ses émissions de carbone Gaz à Effet de Serre (GES)

### On a aimé :

Les entreprises qui ont effectué leur bilan carbone™ afin de quantifier leurs émissions de GES : Lafuma, Millet, Oxbow, Quechua, Wedze, Petzl, Salomon



Fabricant



Vendeur



Citoyen

## Eco gestes

- Je mets en place des actions concrètes dans l'exploitation de mon entreprise : covoiturage, PDE, économies d'énergie, énergies renouvelables, récupération d'eau de pluie, sensibilisation des employés, tri sélectif et recyclage
- Je développe un Système de Management Environnemental (SME) afin de suivre mes consommations d'eau, d'énergie et mes rejets. Je vérifie l'application de la directive REACH par mes sous-traitants
- J'utilise des matériaux recyclés et/ou des matériaux naturels et certifiés pour ma production : PET, P-Tex, bois et bambou FSC/PEFC, coton bio
- Je soutiens des associations qui agissent pour la protection de l'environnement (via le 1% pour la planète, EOG association for conservation, fondations, etc)

## Eco gestes

- Je sensibilise mon personnel aux économies d'énergie : (éclairage, chauffage, climatisation) et au recyclage des déchets. J'utilise le guide du magasin éco responsable de la FPS
- Je propose un service d'entretien et de réparation des skis/snowboards, j'utilise du fart sans fluor
- Je propose des produits certifiés dans mon magasin : Ecolabel européen, Norme NF Env, Nordic Swann, Ange Bleu

## Eco gestes

- Je m'informe sur les méthodes de production des mes skis/snowboards avant d'acheter
- Je privilégie les vêtements en fibres écologiques : coton bio, lin, chanvre, ou recyclés : polyester, polypropylène, nylon et coton recyclés
- Je privilégie les produits sans emballages ou avec un emballage recyclé et/ou recyclable

## Citation

'Les musées préservent notre passé; le recyclage préserve notre avenir'  
T. Ansons



## Durabilité

Les produits de l'entreprise ont une durée de vie longue, et/ou l'entreprise propose un service de réparation hors SAV

### On a aimé :

Les marques qui proposent un service de réparation hors SAV : Bumtribe, Patagonia, Norrona, Phenix, Vaude



## Démarche d'éco conception

L'entreprise dispose de méthodes et d'outils pour mesurer les impacts environnementaux de ses produits afin de mettre en place des actions concrètes.



## Certification produit

Les matières premières principales et/ou matériaux utilisés par l'entreprise possèdent un ou plusieurs labels environnementaux/certifications.

### On a aimé :

La certification Bluesign pour certains produits de la marque : Mammüt, Monnet, Norrona, Patagonia, Vaude,



## Actions cycle de vie / recyclage

Suite à une ACV/ESQCV, l'entreprise met en place des actions en faveur de l'optimisation du cycle de vie de ses produits, elle propose des produits à base de matières premières recyclées et/ou renouvelables.

### On a aimé :

- Les programmes de récupération d'ancien matériel pour son recyclage : Faction, Lastage, Millet, Oxbow, Quiksilver, Rip Curl, Patagonia, Vaude
- Le travail en commun avec d'autres marques et le EOG Sustainability Working Group pour la mise en place d'une solution globale de recyclage : Mammüt, Salomon, Vaude

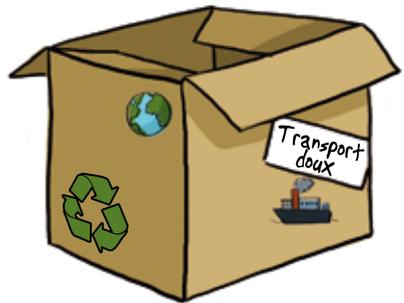


## Packaging et logistique

L'entreprise a réduit son packaging de manière significative, elle travaille aussi sur toute sa chaîne logistique en favorisant les modes de transport doux.

### On a aimé :

Les économies de carton dans le packaging : Wed'Ze (40T), Vökl (30T), Quechua (22T)



Fabricant

## Eco gestes:

- Je mets en place des programmes de R&D pour identifier des matériaux de substitution et des processus de production plus respectueux de l'environnement
- Je limite l'usage et la concentration des produits chimiques à travers l'application des normes Oeko-Tex, Bluesign ou GOTS.
- Je propose des garanties longues ou un service de réparation de mes produits



Vendeur

## Eco gestes:

- Je mets en avant les produits éco conçus, et je suis capable d'expliquer les démarches des fabricants
- Je participe aux initiatives des marques pour la récupération et le recyclage des anciens vêtements et de l'ancien matériel de mes clients
- J'organise la récupération et le recyclage de mes vieux skis/snowboards/vélos à la fin de chaque saison



Citoyen

## Eco gestes:

- Je lave ma veste 1 fois/an (sans utiliser d'assouplissant) à 30° avec une lessive écologique. je la traite tous les 2 ou 3 ans avec un imperméabilisant sans fluorocarbones
- Je privilégie la location de mon matériel, si j'envisage d'acheter je privilégie les circuits d'occasion et j'entretiens mes skis/snowboards
- Je privilégie les vêtements en fibres écologiques : coton bio, lin, chanvre, ou recyclées : polyester, polypropylène, nylon et coton recyclés

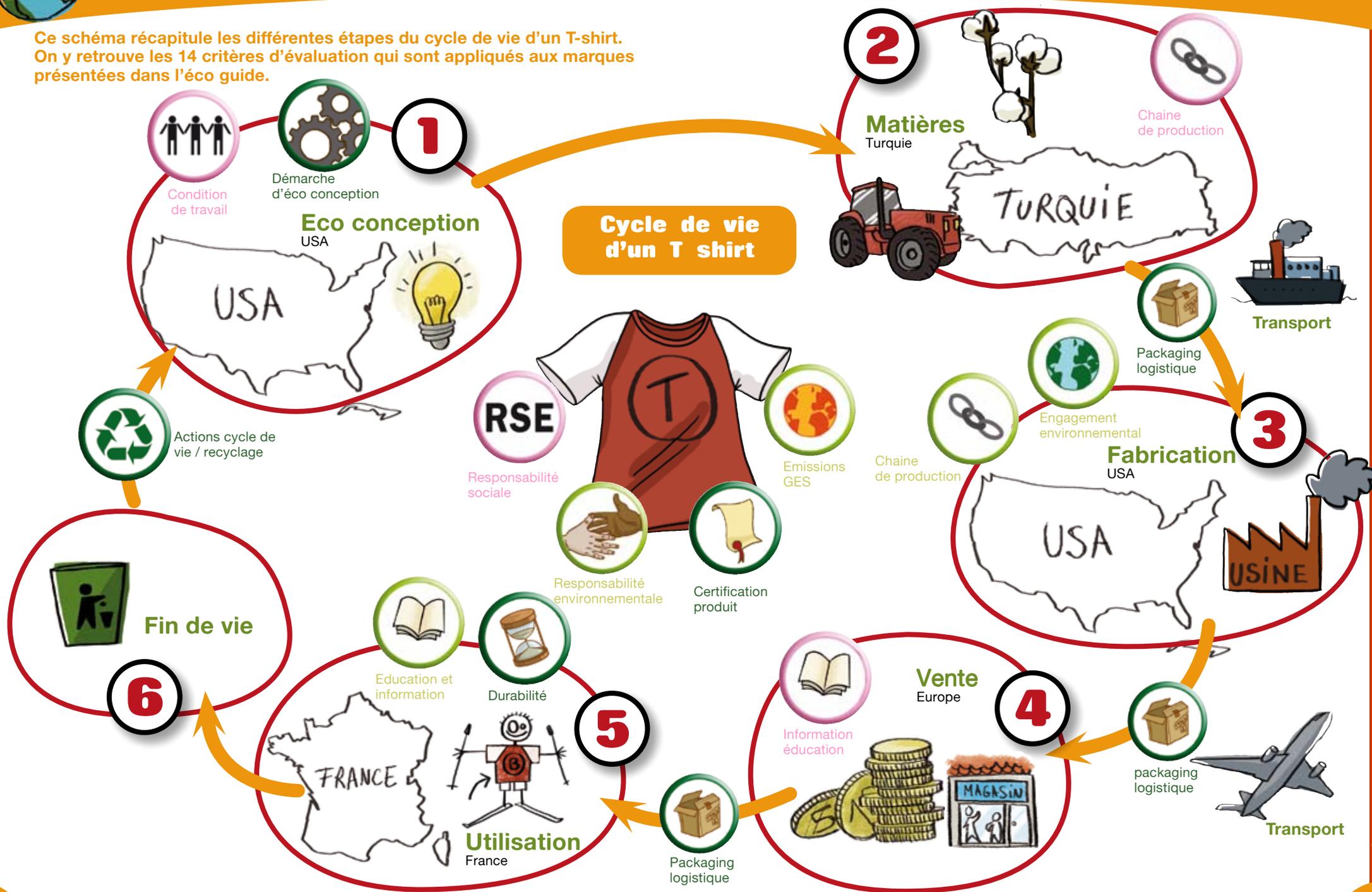
## Citation

Tous les écologistes sont daltoniens, ils voient vert partout !  
Raymond Devos



# Du berceau à la tombe

Ce schéma récapitule les différentes étapes du cycle de vie d'un T-shirt. On y retrouve les 14 critères d'évaluation qui sont appliqués aux marques présentées dans l'éco guide.



# Envao

Création : .....en 2007 par  
**Julien Lemarié et Anne-Lise Perlat en France**  
 Domaine d'activité : .....**Production de vêtements**  
 Appartenance à un groupe:..... **Non**  
 Volume production : .....**700 pièces**  
 Chiffre d'affaire : .....**50-99 K€**  
 Nombre d'employés : .....**1-10**

**Social**

**Environnement**

**Eco Conception**

**Social**  
 Informations éthiques sur le site Internet (engagements, filières utilisées...)  
 100% de la production est issue du commerce équitable avec des contrats allant au-delà des normes du label FLO/Max Havelaar  
 Travail avec la société brésilienne ETICA, membre de la WFTO  
 Versement d'une prime de 30% du prix total à la coopérative de confection

**Environnement**  
 Filière de production mise en place par Envao, connaissance personnelle des fournisseurs et de leurs conditions de travail, rencontres 2 fois par an  
 Membre du 1% pour la planète

**Eco conception**  
 100% des produits en coton sont en coton bio  
 Ligne de vêtements à base de polyester et de coton recyclés  
 Filières coton Paraguay (20% production) certifié Bio Equitable par Aratex, filière coton Brésil (80% production) certifiée bio par IBD via Coopnatura  
 Textiles imprimés avec encres labellisées OekoTex 100

# FST Handwear

Création : en 2008 par Benjamin Cuier & Philippe Larguèze  
 Domaine d'activité : .....**Production de gants**  
 Appartenance à un groupe:..... **Non**  
 Volume production : .....**2500 paires de gants**  
 Chiffre d'affaire : .....**10-49 K€**  
 Nombre d'employés : .....**1-10**

**Social**

**Environnement**

**Eco Conception**

**Social**  
 Partenariat avec un CAT pour la PLV et la logistique, installation en ZFU et emploi de personnel issu de cette zone.

**Environnement**  
 Sous-traitant au Maroc certifié ISO 14001 depuis Septembre 2009, SME avec évaluation des impacts environnementaux et actions concrètes  
 Application de la directive REACH par 100% des sous-traitants

**Eco conception**  
 Réalisation d'un diagnostic en éco conception selon les critères de Eco design pilot (sous-traitant confection), recherche d'outils pour réaliser ACV en interne  
 Doublure en fibre de Bambou pour 30% de la gamme dans la collection 09-10  
 Tissus et rubans certifiés OekoTex 100

# Lafuma

Création : .....En 1930 par Gabriel, Victor et Alfred Lafuma (France)  
 Domaine d'activité : .....**Production de vêtements, sacs, chaussures et mobilier outdoor**  
 Appartenance à un groupe:..... **groupe Lafuma**  
 Volume production : .....**NC**  
 Chiffre d'affaire : .....**100-1000 M€**  
 Nombre d'employés : .....**1000-10 000 (groupe Lafuma)**

**Social**

**Environnement**

**Eco Conception**

**Social**  
 Navette gratuite pour les employés, cantine bio, travail sur l'ergonomie des postes - Charte éthique du groupe Lafuma depuis 1998 - Soutien d'associations d'aide à l'intégration et à l'insertion par le sport

**Environnement**  
 Généralisation des visioconférences, sensibilisation employés avec le WWF - Affichage environnemental développé par Lafuma pour la gamme Pure Leaf - 100% des fournisseurs ont signé la charte environnement du groupe Lafuma, suivi détaillé des consommations avec des indicateurs chiffrés, audits sociaux et environnementaux, vérification de l'application de la directive REACH - Bilan Carbone™ effectué en 2007 pour l'ensemble du groupe Lafuma - 1500 m² de panneaux solaires et isolation du siège social permettant une diminution de 50 % des consommations de chauffage et de climatisation  
 Soutien du programme Arc alpin du WWF

**Eco conception**  
 ACV de matières premières et de produits (chaussures et sacs à dos) - Renforcement de la démarche d'éco conception  
 Utilisation de coton bio, chanvre et polyester recyclé (40% des produits)

# Lastage

Création : .....en 2008 par Romain Jamet en France  
 Domaine d'activité : .....**Production de sportswear**  
 Appartenance à un groupe:..... **Non**  
 Volume production : .....**3200 pièces**  
 Chiffre d'affaire : .....**1-9 K€**  
 Nombre d'employés : .....**1-9**

**Social**

**Environnement**

**Eco Conception**

# Mammut

Création : .....en 1862 par Kaspar Tanner en Suisse  
 Domaine d'activité : .....**Production de vêtements et d'équipement outdoor**  
 Appartenance à un groupe:.....**groupe Conzzeta Holding**  
 Volume production : .....**NC**  
 Chiffre d'affaire : .....**100-499 M€**  
 Nombre d'employés : .....**100-499**

**Social**

**Environnement**

**Eco Conception**

# Millet

Création : .....En 1921 par Mr & Mme Millet en France  
 Domaine d'activité : .....**Production de vêtements et accessoires outdoor**  
 Appartenance à un groupe:..... **Groupe Lafuma**  
 Volume production : .....**NC**  
 Chiffre d'affaire : .....**10-100 M€**  
 Nombre d'employés : .....**1000-10 000 (groupe Lafuma)**

**Social**

**Environnement**

**Eco Conception**

**Social**  
 Informations et vidéos sur le site Internet  
 100% produits viennent d'un producteur labellisé dans le projet 'Joint Initiative'

**Environnement**  
 Tri sélectif, alimentation bio et locale, papier recyclé, impressions labellisées Imprim'vert, politique d'économie d'énergie  
 Fournisseurs choisis sur la liste utilisée par Patagonia, contrôlés en 2009  
 Mise en place du système 'VIP Dealer' pour éviter les Km/voiture  
 Participation aux nettoyages de plage/montagne, soutien financier de Surfrider fondation

**Eco conception**  
 Réduction à l'achat pour le retour d'anciens produits en fin de vie.  
 100 % production est en coton biologique certifié EKO par Skal, encres sérigraphiques certifiées GOTS, utilisation de noix de Corozo pour les boutons  
 Limitation de l'utilisation de polybags : un par carton au lieu d'un par produit

**Social**  
 Intégration des jeunes et des handicapés, subvention de la cantine bio - Membre de la Fair Wear Foundation depuis Octobre 2008, couvre 60% de l'activité, 100% des fournisseurs ont signé le code de conduite Mammut  
 Soutien de différentes associations caritatives en Suisse et du Kirghizistan Mountain Project

**Environnement**  
 Covoiturage, vélo, transport en commun, recyclage, sensibilisation des employés, politique de réduction des consommations (eau, énergie, papier), prix vélo 2009 pour les entreprises cyclophiles en Suisse  
 Utilisation de matériaux éco responsables dans les magasins Mammut - Compensation des émissions de CO2 liées à la production de cordes et à l'impression des 'Dealer Workbooks' - Membre du EOG Association for Conservation

**Eco conception**  
 Formation des designers produits à l'éco conception  
 Utilisation de coton bio pour les T-shirts & sweatshirts (25% des produits coton), de Tencel, de Cocona et de laine Mérinos  
 Réflexion en cours sur une solution globale de recyclage avec le EOG Sustainability Working Group  
 Coton bio certifié par Biore

**Social**  
 Charte éthique groupe Lafuma depuis 1998

**Environnement**  
 Millet expédition Project : 100% des expéditions signent une charte environnementale  
 100% des fournisseurs ont signé la charte environnement du groupe Lafuma, suivi détaillé des consommations avec des indicateurs chiffrés, audits sociaux et environnementaux, vérification de l'application de la directive REACH  
 Bilan Carbone™ effectué en 2007 pour l'ensemble du groupe Lafuma - Soutien des «Clean Mountain Expeditions» et de l'association Mountain Riders

**Eco conception**  
 Produits garantis 3 ans, existence d'un service de réparation hors SAV - ACV de matières premières, ACV d'un sac à dos  
 Utilisation de fibres écologiques : 30% de la gamme de sous-vêtements contient du PE cocona (48% de fibres PE cocona pour les T-shirts)  
 Programme de recyclage des cordes en échange d'un bon d'achat (145 000m de cordes récupérées en 2008). Les cordes usagées sont ensuite récupérées et réutilisées pour en faire des cintres et boucles de sacs à dos

# Monnet

Création : .....en 1938 par M Monnet en France  
 Domaine d'activité : .....Production de chaussettes  
 Appartenance à un groupe:.....Non  
 Volume production : .....NC  
 Chiffre d'affaire : .....NC  
 Nombre d'employés : .....17

## Social



## Environnement



## Eco Conception



## Social

Travail sur l'ergonomie des postes, formation, parité H/F, non discrimination,  
 Refus de délocalisation, 100% production réalisée en France  
 Produits en fin de série ou déclassés donnés à des associations caritatives  
 Participe au programme 'Fibre citoyenne' dans la thématique social

## Environnement

1 Responsable environnement à temps plein, isolation des locaux, plan d'action à 5 ans pour réduire les consommations d'énergie de 10%, tri sélectif  
 Fournisseurs certifiés Bluesign et/ou Oeko-Tex 100 et ISO 14001  
 Bilan GES de l'usine rapporté à chaque produit, réalisé en interne. Périmètre de l'étude: fabrication d'une chaussette depuis la réception de la matière première jusqu'au consommateur

## Eco conception

Utilisation de coton bio pour 3 produits, de viscose de bambou pour 6 produits et de lin pour 1 produit (produits de la gamme été)  
 Fournisseurs certifiés Bluesign et Oeko-Tex

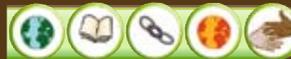
# Patagonia

Création : .....en 1973 par Yvon Chouinard aux USA  
 Domaine d'activité : .....Production et commercialisation de vêtements et accessoires outdoor  
 Appartenance à un groupe:.....Non  
 Volume production : .....NC  
 Chiffre d'affaire : .....100-1000 M€  
 Nombre d'employés : .....1000-10 000

## Social



## Environnement



## Eco Conception



## Social

Aux USA : crèche et école primaire sur le lieu de travail, cantine bio - Patagonia est labellisé FLA (Fair Labour Association) - Les salariés ont l'opportunité de travailler pour une ONG pendant 2 mois en étant payé par Patagonia

## Environnement

1 responsable environnement à plein temps, achats responsables, voyages éducatifs pour les concurrents pour les convaincre d'utiliser du coton bio, peu de brevets déposés pour rendre les technologies disponibles pour tous - Privilège les relations long à terme avec un nombre de fournisseurs volontairement limités, charte environnementale, audits surprise (5% sites/an), chaussures produites dans des usines certifiées ISO 14001 - L'empreinte écologique de 20 produits '2009' est disponible sur le site internet - Membre fondateur du 1% pour la planète, membre du EOG Association for Conservation.

## Eco conception

Produits garantis à vie, propose un service de réparation hors SAV-Programme de recyclage des vêtements Patagonia: 100% polaires, tous les produits en coton et en laine et une bonne partie de ceux en polyester - 87% de la gamme 2009 contient des fibres écologiques ou recyclables : coton bio, chanvre, polyester recyclé, laine traitée sans chlore - Seul les sous-vêtements techniques ont un packaging,

# Norrøna

Création : .....en 1929 par Jørgen Jørgensen en Norvège  
 Domaine d'activité : .....Production de vêtements outdoor, sac à dos et accessoires  
 Appartenance à un groupe:..... Non  
 Volume production : .....NC  
 Chiffre d'affaire : .....10-100 K€  
 Nombre d'employés : .....50-99

## Social



## Environnement



## Eco Conception



## Social

## Environnement

Utilisation de 100% électricité renouvelable, tri sélectif et recyclage, information éco gestes, sensibilisation des employés  
 Conseils d'entretien du matériel disponibles sur le site Internet de la marque  
 Charte de bonne conduite signée entre donneur d'ordre et sous-traitants, un employé responsable des audits des lieux de production en Asie du sud-est

## Eco conception

Produits garantis 5 ans, service de réparation des produits hors SAV  
 Membranes et apprêts déperlants DWR sans PTFE  
 Utilisation de PET recyclé, de polyester recyclé et de coton bio  
 Création d'une veste 100% polyester recyclé  
 Encres certifiées GOTS pour les produits en coton bio, produits certifiés OekoTex, bluesign et EKO (coton bio)

# Picture Organic

Création : .....En 2008 par Vincent André, Julien Durant et Jérémy Rochette en France  
 Domaine d'activité : .....Production de vêtements et accessoires  
 Appartenance à un groupe:..... Non  
 Volume production : .....4000 pièces  
 Chiffre d'affaire : .....10-49 K€  
 Nombre d'employés : .....1-9

## Social



## Environnement



## Eco Conception



## Social

Charte éthique et environnementale signée par 100% des sous-traitants  
 Sous traitants certifiés FLO ou GOTS (50% des sous-traitants, 80% du CA)

## Environnement

Informations environnement, labels sur le site Internet

## Eco conception

Propose un service de réparation hors SAV  
 Collection Streetwear 100% coton bio, les vêtements techniques contiennent au moins 50% de polyester recyclé  
 100% des vêtements en coton sont en coton bio labellisé GOTS ou EKO  
 Polyester certifié OekoTex 100

# Oxbow

Création:.....en 1985  
 Domaine d'activité : .....Production de textile, accessoires et bagagerie surf wear et snow wear  
 Appartenance à un groupe:..... groupe Lafuma  
 Volume production : .....NC  
 Chiffre d'affaire : .....10-100 M€  
 Nombre d'employés : .....1000-10 000 (groupe Lafuma)

## Social



## Environnement



## Eco Conception



## Social

Charte éthique du groupe Lafuma depuis 1998  
 Soutien des associations 'Surf insertion' et 'Un maillot pour la vie'

## Environnement

Signataire de la charte mondiale de l'ONU, engagé dans la démarche Ecoride de l'EuroSIMA  
 Étiquetage écologique des produits Naturally Committed  
 100% des fournisseurs ont signé la charte environnement du groupe Lafuma, suivi détaillé des consommations avec des indicateurs chiffrés, audits sociaux et environnementaux, vérification de l'application de la directive REACH  
 Bilan CarboneTM effectué en 2007 pour l'ensemble du groupe Lafuma  
 Partenariat avec Surf rider Foundation

## Eco conception

Les clients sont invités à ramener leurs voiles usagées pour être ré utilisées dans la production d'une ligne de boardbags et d'accessoires

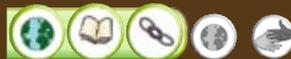
# Planet Earth

Création : .....En 1990 par Chris Miller aux USA  
 Domaine d'activité : .....Production de vêtements et accessoires  
 Appartenance à un groupe:..... groupe K2  
 Volume production : .....0  
 Chiffre d'affaire : .....0 en 2009  
 Nombre d'employés : .....10-49

## Social



## Environnement



## Eco Conception



## Social

Charte sociale basée sur les critères FLA (Fair Labour Association) et SA8000, audits bi-annuels  
 Critères : Transport, Alimentation, EHS et discrimination  
 Fournisseurs certifiés WRAP, FLA, SA8000 et ETI

## Environnement

Participe au CDP (Carbon Disclosure Project), sensibilisation du personnel, covoiturage et vélo pour les employés  
 Campagnes d'information au sujet des alternatives de consommation verte  
 45% de la production provient d'usines ayant un SME certifié ISO 14001

Membre du Seattle Climate Partnership, bilan GES du siege (Seattle) en cours

## Eco conception

Intégration du principe de 'bio-mimétisme' dans les phases de design et de conception produit  
 Utilisation de chanvre, laine, coton bio et encres aqueuses, apprêts déperlants en huile de ricin  
 Programme de reprise des anciens produits

# Quechua

Création : .....en 1997 par Jean-Paul Constant en France  
 omaine d'activité :...Production de vêtements et accessoires  
 Appartenance à un groupe:..... groupe Oxylane  
 Volume production :.....NC  
 Chiffre d'affaire :.....100-499 M€  
 Nombre d'employés :.....1000-4999

## Social



## Environnement



## Eco Conception



## Social

100% fournisseurs et sous-traitants de premier rang ont signé la charte sociale du groupe Oxylane. Audits externes réguliers et mise en place d'un plan d'action correctif avec le sous-traitant si des écarts sont constatés.  
 Fondation Décathlon pour l'intégration via la pratique du sport, dons de matériel à des associations caritatives

## Environnement

Programme environnemental sur les axes : éco conception, packaging et approvisionnement. Tri sélectif, généralisation des visioconférences - Application de la directive REACH Bilan Carbone™ simplifié du groupe Décathlon réalisé en 2007 Soutien des associations : Aster, centre de la nature montagnarde, Pro Mont-Blanc et Mountain Riders

## Eco conception

ESQCV sur les impacts des produits de la gamme 2008-2009, formation de 80% des équipes de design à l'éco conception et la réalisation de bilan produits, 1 personne relais pour l'éco conception - Utilisation de coton certifié bio par des organismes indépendants - Substitution de composants en faveur de composants à moindre impact, objectif de suppression totale des composants potentiellement toxiques: PVC, Chrome

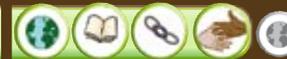
# Vaude

Création : ...en 1974 par Albrecht von Dewitz en Allemagne  
 Domaine d'activité :..... Production de vêtements, sacs, chaussures et accessoires outdoor  
 Appartenance à un groupe:..... Non  
 Volume production :.....NC  
 Chiffre d'affaire :.....10-100 M€  
 Nombre d'employés :.....1000-4999

## Social



## Environnement



## Eco Conception



## Social

Travail sur l'équilibre vie professionnelle & vie personnelle des employés, crèche sur site, télétravail, bibliothèque, cours d'escalade, etc. - 100% des sous-traitants ont signé le code de bonne conduite Vaude - Sauvetage de la piscine municipale : apport de compétences de gestion et financement

## Environnement

2800 m<sup>2</sup> de panneaux solaires photovoltaïques sur le toit du siège social - informations au développement durable sur le site internet - Certification EMAS depuis Juillet 2008, membre de Bluesign, vérification de l'application de la directive REACH Compensation carbone avec Bauminvest Membre du EOG Association for Conservation

## Eco conception

Existence d'un service de réparation hors SAV - Création d'une ligne de produits 100% polyester, recyclable à 100% dès 1994 - Système interne d'évaluation des produits (type ACV) : Vaude ecosystem - Utilisation de Tencel, de Cocona et de Recycletex, élimination du PVC et des produits à base de PTFE, liste de produits interdits pour les sous traitants - Certification Bluesign pour tous les sous-vêtements et les sacs de couchage de la ligne Blue beech - 95% de la production utilise le transport maritime ou routier

# Quiksilver

Création : ...en 1969 par Alan Green et John Law en Australie  
 Domaine d'activité :.....Production et distribution de vêtements et accessoires outdoor  
 Appartenance à un groupe:..... groupe Quiksilver Inc.  
 Volume production :.....15 000 000 pièces  
 Chiffre d'affaire :.....624 M€ en Europe en 2008  
 Nombre d'employés :.....2400 en Europe

## Social



## Environnement



## Eco Conception



**Social** Nombreux avantages pour les salariés : restauration à prix réduit, salle de sport sur place, événements pour le personnel et leur famille, cours de surf à 3 € Livret développement durable pour la sensibilisation des employés - 100% fournisseurs audités selon la démarche QUEST (Quiksilver Ethical Standards of Trade) Soutien d'associations caritatives à travers la Quiksilver foundation

**Environnement** 1 responsable environnement et une coordinatrice développement durable à plein temps, sensibilisation à l'éco conduite, eco driving challenge pour les commerciaux - 90 m<sup>2</sup> de panneaux solaires photovoltaïques sur le toit du siège social (12KWc), nouveau siège social et entrepôt HQE - Programme test de collecte de produits Eco Circle pour leur recyclage - Engagement dans la démarche Ecoride de l'EuroSIMA - Soutien d'organisations environnementales à travers la Quiksilver Foundation

**Eco conception** Formations des designers et acheteurs à l'éco conception, ACV et Eco profil de la première ligne textile snow eco conçue - 4,5% de la production textile est en éco fibres: coton bio, polyester recyclé et recyclable 100% de la production répond aux critères de la norme Oeko-Tex 100 - Coton bio certifié EKO, certification GOTS pour les produits Screenline

# Arbor

Création : .....en 1995 par Gregor Common & Bob Carlson  
 Domaine d'activité :.....Production de snowboards, longboards et vêtements  
 Appartenance à un groupe:..... Non  
 Volume production :17 000 Snowboards, 30 000 longboards  
 Chiffred'affaire:.....1-10M€  
 Nombre d'employés :.....10-49

## Social



## Environnement



## Eco Conception



## Social

## Environnement

Tri sélectif et recyclage des déchets dans les bureaux, utilisation de papier recyclé, sensibilisation des employés Mobilier des bureaux et magasins issu de matériaux de production recyclés, bois recyclé et de bambou Compensation carbone avec l'association Prima Klima Soutien financier de nombreuses associations environnementales à concurrence de 5% des bénéfices

## Eco conception

98% du Surfwear est en Bambou, les 2% restants sont en coton bio Sacs compostables en maïs non OGM

# Rip Curl

Création : .....en 1969 par Doug Warbrick et Brian Singer en Australie  
 Domaine d'activité :.....Production vêtements, équipement et accessoires de surf, snowboard et ski  
 Appartenance à un groupe:.... Groupe Rip Curl International  
 Volume production :.....8 millions de pièces  
 Chiffre d'affaire :.....100-499 M€  
 Nombre d'employés :.....100-499

## Social



## Environnement



## Eco Conception



## Social

Parité H/F, emploi handicapés, cours de surf pour les employés - 77% fournisseurs ont signé le Code de Conduite Rip Curl (basé sur le FLA)

## Environnement

1 responsable environnement à plein temps, partenariat avec le WWF, organisation d'éco événements, politique d'achats éco responsables, campagnes sensibilisation sur les économies d'énergie et les éco gestes - Information environnement sur les sites Web (marque et fondation Rip Curl) - Fondation Rip Curl Planet gérée par le WWF, 160 K€ subventions accordées à des associations de protection de l'environnement

## Eco conception

Garantie à vie des combinaisons (coutures) - Les produits Rip Curl Planet comportent au moins 55% de coton bio, de lin ou de polyester recyclé, 50% des T-Shirts adulte sont 100% en coton bio - Projet Résurrection : récupération et recyclage de combinaisons néoprène pour en faire des semelles de chaussures - Coton bio certifié par Skal 72% des acheminements du Havre aux entrepôts réalisés en ferroutage, réduction du frêt aérien: -50% sur Printemps-Eté 09 vs année précédente. ACV des polybags en collaboration avec l'EuroSIMA

# Bumtribe

Création : En 2001 par Sébastien Ducrot et Jocelyne Bochet  
 Domaine d'activité :.....Production de skis  
 Appartenance à un groupe:..... Non  
 Volume production :.....NC  
 Chiffre d'affaire :.....NC  
 Nombre d'employés :.....NC

## Social



## Environnement



## Eco Conception



## Social

## Environnement

Tri sélectif et recyclage des déchets, isolation de l'atelier en matériaux écologiques Atelier ouvert à tout visiteur désirant connaître les procédés de fabrication Connaissance de tous les fournisseurs et de l'origine géographique des noyaux bois des skis

## Eco conception

Propose un service de réparation hors SAV, possibilité de refaire un ski perdu au lieu d'en racheter une nouvelle paire Mutualisation des livraisons fournisseurs avec d'autres petits artisans

## ■ Dupraz snowboards

Création : .....En 2003 par Serge Dupraz en France  
Domaine d'activité : .....Production de snowboards  
Appartenance à un groupe:..... Non  
Volume production : .....800 snowboards  
Chiffre d'affaire : .....100-999 K€  
Nombre d'employés : .....1-9

### Social



### Environnement



### Eco Conception



### Social

Organisation du travail avec une grande liberté dans le calendrier afin que le personnel puisse pratiquer le snowboard  
Choix délibéré d'un sous-traitant européen pour la production des snowboards

### Environnement

Information développement durable sur le site internet  
Refroidissement des machines en circuit fermé pour recyclage de l'eau

### Eco conception

Utilisation d'encre à base d'eau et de colles ne dégageant pas de COV  
Privilégie les fournisseurs locaux afin de réduire le transport (75 % production en Autriche), les bois utilisés sont d'origine locale

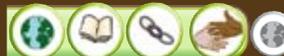
## ■ Grown skis

Création : .....En 2008 en Allemagne  
Domaine d'activité : .....Production de skis  
Appartenance à un groupe:..... Non  
Volume production : .....100 paires de skis  
Chiffre d'affaire : .....0 en 2007  
Nombre d'employés : .....1-10 K€

### Social



### Environnement



### Eco Conception



### Social

### Environnement

Utilisation de 100% d'énergie renouvelable, politique de réduction des déchets à la source, limitation des consommations, recyclage des copeaux de bois pour chauffer l'atelier - Mise en place un reporting de RSE conforme aux règles du GRI - Le client reçoit des infos sur l'impact environnemental et social de la production, un livret d'actions concrètes et une ampoule basse consommation pour chaque paire de skis  
SME interne développé selon les normes ISO 14 001 & EMAS, non certifié  
Soutien financier de l'association Telemarkzone (2% des bénéfices)

### Eco conception

Objectif de design d'avoir le moins de matériaux différents possibles dans un ski afin de faciliter le recyclage  
Utilisation de fibre de Basalte pour remplacer la fibre de verre/kevlar/carbone, semelle du ski à base de Ptex 100% recyclée  
Fournisseurs et matériaux (80%) locaux (production en Autriche, bois certifié FSC/PEFC)

## ■ The Faction Collective

Création : .....en 2004 par Tony Mc William et Alex Hoye en Suisse  
Domaine d'activité : .....Production de skis et accessoires  
Appartenance à un groupe:..... Non  
Volume production : .....500 paires de skis  
Chiffre d'affaire : .....100-1000 K€  
Nombre d'employés : .....10-100

### Social



### Environnement



### Eco Conception



### Social

Choix délibéré d'un sous-traitant européen pour la production des skis  
Programme pilote de récupération de vieux skis (à Verbier). Les skis sont soit recyclés soit envoyés en Inde pour être utilisés par les habitants.

### Environnement

Electricité renouvelable dans les bureaux, tri sélectif, transports doux, charte environnementale  
SME interne avec suivi des consommations, objectifs chiffrés et réunions de suivi bimensuelles  
Soutien d'une association environnementale locale : Botza à Verbier

### Eco conception

Réduction de 20% du fret aérien entre 2008 et 2009, utilisation d'un sous-traitant éco responsable pour sa chaîne logistique aux US

## ■ Liberty skis

Création : En 2003 par Dan Chalfant and Jim Satloff aux USA  
Domaine d'activité : .....Production de skis  
Appartenance à un groupe:..... Non  
Volume production : .....10 000 paires de skis  
Chiffre d'affaire : .....100-1000 K€  
Nombre d'employés : .....1-10

### Social



### Environnement



### Eco Conception



### Social

Soutien à l'association SOS

### Environnement

Utilisation de 100% d'énergie renouvelable dans les bureaux et les usines, tri sélectif et recyclage des déchets dans les bureaux, incitation au covoiturage  
Audits des usines 2 fois par an, objectif de réduction des déchets de 5% par an dans les bureaux et les usines

### Eco conception

Skis garantis 3 ans  
Utilisation du Bambou dans les skis  
Packaging à base de carton recyclé, utilisation du transport en bateau pour 95% de la production

## ■ Groupe Rossignol

Création : .....en 1907 par Abel Rossignol en France  
Domaine d'activité : .....Production de alpins et nordiques, snowboards, chaussures, fixations, vêtements et accessoires  
Appartenance à un groupe:..... Groupe Rossignol  
Volume production : .....NC  
Chiffre d'affaire : .....100-499 M€  
Nombre d'employés : .....1000-4999

### Social



### Environnement



### Eco Conception



### Social

Favorise les Transports en Commun des employés (logistique et financier) - Cahier des charges éthique, signé par 100% des fournisseurs, audits externes  
Soutien de l'association 'A chacun son Everest'

### Environnement

1 responsable environnement à temps plein, politique de réduction des déchets et des émissions, visioconférences, reporting environnemental  
Travail avec l'AFNOR sur l'affichage environnemental obligatoire - SME certifié ISO 14001 depuis 2006 pour le site principal de production Rossignol et Dynastar  
Soutien financier de la fondation Protect Our Winters

### Eco conception

ACV des matériaux  
Skis éco conçus avec 10% lin d'origine française, semelles avec 30% matières recyclées, noyaux bois de forêts labellisées, laques et encres sans émanations  
Démarche interne d'estimation des émissions de CO2 pour la plateforme logistique, mise en place d'actions concrètes suite à cette étude

## ■ Petzl

Création : .....créée en 1975 par Paul Petzl en France  
Domaine d'activité : .....Production de matériel de progression et de protection individuelle et de lampes frontales  
Appartenance à un groupe:..... Non  
Volume production : .....NC  
Chiffre d'affaire : .....50-99 M€  
Nombre d'employés : .....100-499

### Social



### Environnement



### Eco Conception



### Social

Nombreux avantages pour les employés : télétravail, douches sur site, mur d'escalade en accès libre, cantine/tickets restaurant, etc. - Travail avec des Etablissements protégés et l'Association des Paralysés de France - Soutien de différents projets à travers la fondation Petzl : ateliers formation à la sécurité en montagne, centre de formation aux métiers de la montagne au Népal

### Environnement

1 responsable environnement à temps plein, nombreuses actions concrètes - Travail avec l'AFNOR sur l'affichage environnemental - Application de la directive REACH et sensibilisation des fournisseurs - Bilan Carbone™ réalisé en 2008, plan d'action en cours d'élaboration - Soutien de différents projets dans le domaine de la préservation de l'environnement, de la recherche fondamentale à travers la fondation Petzl

### Eco conception

Produits garantis 3 ans, logiciel de suivi de la vérification de l'état des EPI disponible gratuitement sur le web en 4 langues (DE, ES, FR, IT) - ACV d'une lampe frontale réalisée en 2008 - Démarche d'éco conception du packaging: ACV simplifiées, PVC interdit, PS évité au maximum

# Phenix

Création : .....en 2005 par Sébastien Perret en France  
 Domaine d'activité : Production snowboards, skis et kiteboards  
 Appartenance à un groupe:..... Non  
 Volume production : .....30 pièces  
 Chiffre d'affaire : .....10-49 K€  
 Nombre d'employés : .....1-9

## Social



## Environnement



## Eco Conception



## Social

### Environnement

Réduction des déchets à la source, recyclage copeaux de bois pour chauffer l'atelier, filtrage des eaux de l'atelier, refus d'utilisation du bois exotique  
 Information et sensibilisation sur le site Internet  
 Connaissance des sous-traitants et origine des matériaux, audits fournisseurs

### Eco conception

Propose un service de réparation hors SAV  
 Mutualisation des livraisons fournisseurs avec d'autres petits artisans

# Wed'Ze

Création : .....En 2006 en France  
 Domaine d'activité : .....Production de skis et snowboards  
 Appartenance à un groupe:..... groupe Oxylane  
 Volume production : .....NC  
 Chiffre d'affaire : .....100-500 M€  
 Nombre d'employés : .....10-100

## Social



## Environnement



## Eco Conception



## Social

100% fournisseurs et sous-traitants de premier rang ont signé la charte sociale du groupe Oxylane. Audits externes réguliers et mise en place d'un plan d'action correctif avec le sous-traitant si des écarts sont constatés.  
 Fondation Décathlon, pour contribuer à l'intégration via la pratique du sport

### Environnement

Programme environnemental sur les axes : éco conception, packaging et approvisionnement. Tri sélectif, généralisation des visioconférences - Application de la directive REACH  
 Bilan Carbone™ simplifié du groupe Décathlon réalisé en 2007

### Eco conception

ESQCV sur les impacts des produits de la gamme 2008-2009, formation de 80% des équipes de design à l'éco conception et à la réalisation de bilan produits, 1 personne relais pour l'animation des groupes projets  
 Objectif de suppression totale du PVC dans tous les produits pour la saison 2011/2012  
 En 2008-2009, optimisation de 14 packaging : économies de 40T de matière, 55T de CO<sub>2</sub>, 2452 M<sup>3</sup> d'eau et 133 GJ d'énergie

# Salomon

Création : .....En 1947 par Georges Salomon en France  
 Domaine d'activité : .....Production et commercialisation de skis, snowboards, chaussures et vêtements  
 Appartenance à un groupe:..... groupe Amer sports Finlande  
 Volume production : .....NC  
 Chiffre d'affaire : .....100-1000 M€ (Salomon + Bonfire)  
 Nombre d'employés : .....100-999

## Social



## Environnement



## Eco Conception



## Social

Démarche RSE basée sur lignes directrices de l'ISO 26000, intégration des jeunes et des handicapés, repas bio au restaurant d'entreprise - Charte interne SO1 signée par 70% des fournisseurs de softgoods - Fondation Salomon d'aide aux professionnels de la montagne accidentés

### Environnement

1 responsable environnement à plein temps. Tri sélectif, généralisation des visioconférences, formation et sensibilisation des employés, mise en place d'un PDIE avec 4 autres entreprises du bassin annécien - Travail avec l'AFNOR sur l'affichage environnemental - SME interne développé selon les normes ISO 14 001, non certifié - Bilan carbone™ du siège social réalisé en 2007

### Eco conception

Démarche d'Eco-Design : comité de pilotage transversal, formation utilisateurs, développement d'outils internes, ACV/ESQCV aujourd'hui réalisées en interne - Réflexion en cours sur une solution globale de recyclage des produits textiles avec le EOG Sustainability Working Group - Réduction du packaging des boots et fixations de snowboard suite à ESQCV du packaging

# White Cristal

Création : .....En 2008 par Pilou Sassi et Mathieu Buffat en France et en Argentine  
 Domaine d'activité : .....Production de skis, snowboards, splitboards, snowscoots (patins)  
 Appartenance à un groupe:..... Non  
 Volume production : .....350 paires de skis, 50 snowboards  
 Chiffre d'affaire: .....10-49 K€  
 Nombre d'employés : .....1-9

## Social



## Environnement



## Eco Conception



## Social

Travail en Argentine avec de la main d'œuvre locale rémunérée entre 30 et 40% de plus que le salaire moyen pour un travail équivalent, découverte du ski et sensibilisation environnementale pour le personnel

### Environnement

Récupérateur d'eau permettant d'utiliser 20 litres d'eau pour la production de 300 paires de skis, recyclage et récupération d'anciennes machines destinées à la casse

### Eco conception

Récupération du vieux matériel des clients pour traitement et valorisation

# Völkl skis & snowboards

Création : .....en 1923 par Franz Völkl en Allemagne  
 Domaine d'activité : .....Production de skis et snowboards  
 Appartenance à un groupe:.....groupe Jarden  
 Volume production : .....NC  
 Chiffre d'affaire : .....NC  
 Nombre d'employés : .....NC

## Social



## Environnement



## Eco Conception



## Social

### Environnement

Politique de remplacement des véhicules par des moins polluants, formation à l'éco conduite, tri sélectif, papier recyclé, diagnostic énergétique des sites de production  
 Information environnement disponible sur la page 'greenpage' du site internet  
 Installation de récupérateurs de chaleur sur les sites de production

### Eco conception

Prix ISPO Eco Award 2009 pour le ski Nanuq  
 Snowboard avec un topsheet en chanvre et lin, semelle à base de produits recyclés à 80%, chants en bois au lieu d'ABS  
 Réduction de l'utilisation de produits chimiques : Cadmium, Chrome VI, Chlore  
 Coton bio certifié par EKO & GOTS : 100% de la ligne Völkl legacy label  
 Optimisation du packaging : économie de 30T de papier ondulé par an

# Zag

Création : ..En 2002 par Stéphane 'Zag' Radiguet en France  
 Domaine d'activité : .....Production de skis  
 Appartenance à un groupe:..... Non  
 Volume production : .....1500 paires de skis  
 Chiffre d'affaire : .....100-499 K€  
 Nombre d'employés : .....1-9

## Social



## Environnement



## Eco Conception



## Social

Politique de recrutement en faveur des jeunes collaborateurs: proposition de CDI à l'issue des contrats d'apprentissage (2 salariés sur 4)

### Environnement

Connaissance des sous-traitants, audits des processus de production

### Eco conception

Mise en place d'un programme de location de skis pour les professionnels : au bout de 2 ans les skis sont retournés au fabricant pour valorisation et le client reçoit un avoir de 50€ sur sa prochaine paire de skis

**N'achetez plus : louez.  
C'est en essence le principe  
de l'Economie de la fonctionnalité.**

L'économie de fonctionnalité consiste à **remplacer l'achat d'un bien par l'utilisation de ce même bien dans le cadre d'une prestation de service**. Par exemple quand on enfourche un des célèbres Vélib' Parisiens ou quand vous louez un photocopieur avec un contrat de service. Ce qui permet au passage de **réduire nos consommations d'énergie et de matières premières tout en maintenant notre niveau de confort**.



## Des biens qui durent plus longtemps.

Du coup, la relation client/consommateur se trouve bouleversée puisque dans ce cadre, **plus le produit dure longtemps plus l'entreprise gagne de l'argent**. Alors que dans une relation commerciale classique plus le produit dure longtemps moins l'entreprise peut espérer en vendre.

## Des produits réutilisables.

Vendre des contrats de service et, de fait, conserver la propriété des produits pour les récupérer en fin de vie représente un **encouragement supplémentaire à intégrer l'éco conception et les exigences de recyclage**. Cela permet de réduire encore plus l'utilisation de matières premières, mais aussi la quantité de déchets à traiter.

## Un modèle à créer dans le sport.

L'université de Lausanne a recensé une trentaine de secteurs, principalement du côté des relations inter entreprises, où ce principe est appliqué. Des secteurs aussi variés que les appareils photos, les moquettes, l'électroménager, la fourniture d'énergie, les équipements médicaux, etc. Le champ pour expérimenter est donc largement ouvert pour trouver/développer des applications au modèle entreprise/consommateur final dans le marché du matériel de sport.

Face à ce challenge, le plus difficile sera de dépasser cette étape et de redéfinir notre rapport à la propriété. Un choix que l'insoutenabilité écologique de notre mode de développement pourrait rendre incontournable.

## Définition :

En Français : **'du berceau au berceau'**, par opposition à la conception actuelle des produits de consommation qui est pensée 'du berceau à la tombe'. C'est une **démarche d'éco conception** dont l'objectif est la création de systèmes industriels dans lesquels **les flux de matériaux circulent de manière continue. Tous les déchets sont réincorporés de manière productive** dans la nouvelle production et dans les phases d'utilisation. Cette démarche intègre aussi des critères qui peuvent mener à la certification cradle to cradle dont bénéficient aujourd'hui plus de 200 produits dans le monde.

## Pourquoi :

Les produits que nous utilisons tous les jours ont été conçus pour être utilisés puis jetés. Cela date de la révolution industrielle, une époque où les quantités de matières premières disponibles étaient considérées comme infinies. La nécessité de **réduire notre consommation de matières premières** et de recycler a fait irruption dans notre société bien plus tard et nous essayons aujourd'hui de recycler à tout prix des produits qui n'ont pas été conçus pour être recyclés.

## Comment :

Plutôt que de chercher à réduire la consommation, il s'agit de **réinventer les processus industriels** afin de concevoir des solutions propres et de **créer une industrie où tout est réutilisé**, soit retourné à la nature sous forme de 'nutriments biologiques' non toxiques, soit retourné à l'industrie sous forme de 'nutriments techniques' pouvant être indéfiniment recyclés. C'est le principe : Déchet = nourriture

## Un exemple concret : Le tissu Climatex® Lifecycle™

Pour le produire, l'entreprise suisse Rohner Textil, qui respectait déjà la réglementation suisse sur l'environnement, mais dont les chutes de coupe avaient été déclarées déchets dangereux, a revu fondamentalement chaque aspect de la production; De l'espace de travail de l'usine à l'élimination de toutes teintures et produits chimiques toxiques, en passant par l'approvisionnement en matières premières.

Aujourd'hui le procédé de fabrication ne génère aucun polluant et Rohner affirme que les eaux usées rejetées par son usine sont plus propres que l'eau qui l'alimente. Les chutes de coupe sont recyclées auprès d'un groupement de producteurs de fraises, qui utilise cette matière biodégradable comme paillage couvre-sol et isolant. En outre, la suppression de toute une papeterie réglementaire a réduit les frais généraux de production de 20%.

Ce nouveau processus de conception n'a pas seulement contourné les réponses classiques aux problèmes de l'environnement (réduire, réutiliser, recycler), il a aussi éliminé le besoin de réglementation, chose qui pour un entrepreneur n'a pas de prix.

Pour en savoir plus:  
[www.mcdonough.com/cradle\\_to\\_cradle.htm](http://www.mcdonough.com/cradle_to_cradle.htm)  
[www.epea.com](http://www.epea.com)  
[www.c2ccertified.com](http://www.c2ccertified.com)  
[www.integralvision.fr](http://www.integralvision.fr)

Cette deuxième édition de l'Eco guide du matériel de montagne est le fruit d'un travail de 12 mois associant de nombreux experts, professionnels et bénévoles. Un travail qui n'aurait pas été possible sans le soutien de :

## Nos Partenaires:

- La région Rhône Alpes
- L'ADEME
- La Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et pour l'Homme
- La Région PACA

## Sans oublier:

- Les marques et les responsables développement durable qui ont accepté de répondre à nos questions
- Béné de l'Atelier Bloutouf pour le graphisme et la mise en page
- Florent de K-méo concept pour le développement du questionnaire en ligne

## Et en Particulier à:

- Olivier Gillet, ADEME Rhone-Alpes
- Laurent Noca, expert en Eco-conception
- Franck Bercegeay, expert en Eco conception, ARDI Rhone-Alpes
- Benjamin Marias, expert en Eco innovation, AZIMUT: azimut-innovation.fr
- Rémi Forsans, EuroSIMA
- Mathieu, Ros, rédacteur en chef, Ski magazine
- Emmanuel Médaly, Responsable HSE, Salomon
- Jérémie Piolet, responsable Environnement, Groupe Oxylane

## L'équipe de Mountain Riders:

- Christian, Florent, Jérémie, Laurent, Louis-Marie, Eric, Fanny et bien sur Bob le Yéti et momo le Mégot
- Les traductrices et traducteurs bénévoles pour le site Web
- Les bénévoles de l'association et particulièrement Gaelle Piccamiglio

**Stewart Sheppard**  
pour Mountain Riders

## Aidez nous à améliorer le guide !

Suggestions, remarques, commentaires, toutes propositions sont les bienvenues.  
Contact : [stewart@mountain-riders.org](mailto:stewart@mountain-riders.org)



## Les bons labels



**Bluesign** : Un label Suisse qui garantit l'absence de produits potentiellement

dangereux pour l'Homme et l'environnement à toutes les étapes de la chaîne de production, de la matière première au produit final et du fournisseur au client.



**GOTS** : Un nouveau label issu d'un groupe de travail international pour l'harmonisation des certifications des textiles

biologiques dans le monde. Regroupe l'IVN allemande (International Association Natural Textile Industry), la Soil Association anglaise, Organic Trade Association états-unienne et la Japan Organic Cotton Association.



**Max Havelaar** : Un label international qui regroupe des ONG et des représentants de producteurs et qui garantit que le produit répond aux critères

internationaux du commerce équitable. Ceux-ci portent sur les conditions de production et la rémunération du producteur.



**Point vert** : Le point vert signifie uniquement que l'entreprise respecte la loi : elle participe au financement du recyclage des emballages qu'elle met sur le marché, via un organisme agréé, en France : Eco-emballages. Les emballages portant le point vert (95 % de ceux mis sur le marché) ne sont donc pas forcément recyclables



**Oeko-Tex** : Un label Allemand qui vise à garantir des textiles exempt

de produits toxiques pour le corps et pour l'environnement (substances polluantes, cancérigènes et allergènes). Il impose également de respecter des critères environnementaux de fabrication, tels que les processus d'économie de l'énergie.



**Fair Wear Foundation** : Un label indépendant qui travaille avec des ONG, des producteurs et des

syndicats pour garantir les conditions acceptables dans l'industrie textile mondiale. Le label encourage les industriels à mettre en place des systèmes de suivi des conditions de production et à implémenter les standards de la Fair Wear Foundation

## Les truands



**Tidy man** : Ce logo est une simple incitation à la propreté. Il invite les consommateurs à jeter l'emballage du produit dans une poubelle mais il n'indique pas la nature de l'emballage ni si il est recyclable ou non



**Préserve la couche d'ozone** : Ce logo indique que le produit ne contient pas de CFC (Chlorofluorocarbures). C'est une obligation légale

qui sert d'argument commercial

