



Natural Games

Du 30 juin au 3 juillet 2016
 Millau - Aveyron
 Fréquentation : 100 000 personnes



Pour en savoir plus :

Contacts :
 Michaël PRADAYROL PECHBERTY
 06 81 46 94 60 / mitch@naturalgames.fr
 Esther LÉVINE
 06 80 41 74 47 / levine.esther@gmail.com
www.naturalgames.fr



Le développement durable dans l'évènement :

« Les Natural Games® sont engagés dès 2012 dans une démarche « éco-manifestation », dans la recherche de solutions permettant d'accroître les bénéfices et de diminuer les impacts négatifs de l'évènement sur son environnement social, économique et naturel. Il s'agit, autant pour les organisateurs, que pour les participants et le public, d'une mise en œuvre concrète des engagements pris et défendus par les Natural Games® au travers de leur charte. » - Michaël PRADAYROL PECHBERTY – Global Manager

ACTIONS ENGAGEES	BILAN ET PERSPECTIVES	EN IMAGES
<p>Mobilisation des différents acteurs et des parties prenantes</p> <ul style="list-style-type: none"> Assemblée générale : bilan d'étape et démarche éco festival présentés Création d'un "pôle brigade verte" : fusion entre équipes bénévoles et association partenaire, et désignation d'un responsable Responsables de pôle : information / formation sur le volet déchets Equipe : briefing par Mountain Riders (partenaire jusqu'en 2015) pour réduire les erreurs de tri, contrôler les sacs et veiller au respect des consignes de tri Prestataires / partenaires : signature de la charte "évènement responsable" Participants : sensibilisation à la consommation en énergie Restaurateurs : charte sur l'emploi de vaisselle compostable, la réduction des emballages et l'amélioration du tri Associations sensibilisant à l'écoresponsabilité, au développement durable ou à la protection de l'environnement (Mountain Riders, Surfrider Foundation, Sea Shepherd) : mise à disposition gratuite d'espaces marchands Communauté de Communes Millau Grands Causses : partenariat engagé depuis 6 ans pour la gestion des déchets Restaurateurs / exposants du village de marque : briefing « consignes de tri » en partenariat avec un technicien de la collectivité 	<p>> Indicateurs mis en place :</p> <ul style="list-style-type: none"> Pérennité des partenariats avec les associations de sensibilisation Prise en compte des propositions formulées par : les bénévoles de la brigade verte et autres pôles, les associations partenaires Amélioration des résultats sur les différents points de la démarche Evolution du nombre de volontaires pour intégrer l'équipe développement durable <p>> Résultats obtenus :</p> <ul style="list-style-type: none"> Réorganisation de la gouvernance au sein du comité d'organisation avec la création progressive d'un pôle éco-évènement Nombre de volontaires pour intégrer l'équipe DD doublé entre 2015 et 2016, changement net de profils en 2016 (personnes sensibles au volet développement durable, issues pour certaines de professions en lien avec ce sujet en cours de reconversion professionnelle) Meilleure prise en compte des consignes de tri et d'évacuation des déchets par les restaurateurs Bilan qualitatif de l'intervention des bénévoles DD Conseil de surveillance du respect de la Charte "évènement responsable" Fréquentation du « Point G » (espace « Green initiatives ») 	 

- Public :
- Création du « Point G », espace « Green initiatives » de présentation de la démarche éco-événement
- Exposition en lien avec les écogestes de la pratique sportive
- Association La Bénévolante : partenariat pour intégrer des jeunes dans les équipes de bénévoles

Identification de prestataires spécifiques

- Exposants : présélection d'une partie sur la base d'engagements / critères développement durable (valorisation de produits locaux et/ou esprit "slow food", commerce équitable, prêt à porter éco-conçus, produits issus du recyclage ou de la transformation, technologies moins énergivores...)
- Certification des prestataires et vérification des produits utilisés (communication)

Choix d'équipements adaptés

- Mise en place d'un dispositif adapté pour le tri des déchets : distribution de sacs poubelle en fonction de la nature des déchets produits, implantation de modules de tri sur le village des exposants, mise à disposition de conteneurs et de bennes différenciés, avec consignes de tri
- Extinction des éclairages sur les stands et espaces de circulation
- Implantation de toilettes sèches (malgré la présence de toilettes traditionnelles)

- Intégration et implication réussie des jeunes mobilisés par "La Bénévolante" dans les équipes accueil et développement durable

> Pistes de progression :

- Développer des outils de communication pour un meilleur relai de la démarche et une sensibilisation accrue des participants (pitch speakers, staff accueil, artistes, administrateurs communication...)
- Fidéliser les bénévoles de l'équipe DD
- Pérenniser le partenariat avec La Bénévolante



> Indicateurs mis en place :

- Nombre et part d'exposants du village de marque engagés dans une démarche durable stable

> Résultats obtenus :

- Vaisselle compostable utilisée par la majorité des restaurateurs
- Meilleure identification du pôle DD par les exposants présents sur les éditions antérieures, réceptivité à la démarche et globalement application des consignes données

> Pistes de progression :

- Collecter et analyser des données chiffrées comparatives
- Adapter la fiche d'inscription restaurateurs en partenariat avec le responsable de pôle pour faciliter la collecte de ces données
- Mettre en place un dispositif de suivi / d'avertissement à appliquer en cas de non-respect des consignes ou de la charte restaurateurs
- Etendre le dispositif aux restaurateurs de la zone concert
- Quantifier, qualifier et augmenter la part d'exposants engagés dans une démarche responsable




> Indicateurs mis en place :

- Nombre de conteneurs/sacs requis pour la durée de l'évènement
- Comparatif pluriannuel de facture ou de consommation énergétique acquittée par la commune pour la période du festival
- Comparatif pluriannuel de consommation en eau constatée sur la période du festival par rapport au reste de l'année

> Résultats obtenus :

- Réduction des erreurs de tri :
2015 : 18 Tonnes d'OM / 340 kg de déchets valorisables
2016 : 11,24 T d'OM / 690 kg de recyclables / 8kg de mégots ramassés
- Amélioration de la propreté du site après les temps de restauration
- Economies d'eau



	<p>> Pistes de progression :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Améliorer la visibilité du mobilier et des consignes de tri • Sensibiliser davantage à la réduction des déchets à la source (anticiper les déchets produits, rechercher des mesures préventives) • Sensibiliser aux bénéfices du tri via une valorisation économique ou quantifiée (économie pour la collectivité, ressources économisées, nouveaux biens produits) • Reconduire la présence de toilettes sèches 	
<p>Conception des lieux d'accueil du public</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acquisition progressive des équipements événementiels hors matériel scénique (couverts et comptoirs des buvettes, espace de merchandising, tentes et barnums des espaces non sponsorisés...) • Une partie du matériel provient de la récupération (conteneurs de transport upcyclé) • Production par les bénévoles de mobilier sur le principe de l'économie circulaire (palettes transformées) • Matériel et logistique scénique sans équivalent « vert » 	<p>> Indicateurs mis en place :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variation des dépenses d'exploitation (postes comptables : locations notamment) et du budget (réallocation des économies réalisées sur d'autres postes comptables) <p>> Résultats obtenus :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Harmonisation des lieux d'accueil et usage à des fins de communications (faire du neuf avec de l'ancien, bois de récupération) • Budget dédié aux acquisitions et investissements / dotations aux amortissements <p>> Pistes de progression :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rechercher des partenariats (acquisition, utilisation mutualisée...) • Développer le mobilier issu de la récupération fait par les bénévoles • Suivre les consommations énergétiques avec la collectivité 	
<p>Organisation d'une restauration réfléchie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utilisation de gobelets réutilisables consignés • Achats de grands contenants ou produits en fûts plutôt que canettes individuelles pour certaines boissons • Valorisation de produits locaux et/ou de l'esprit « slow food » • Filière courte privilégiée • Bio très conseillé • Charte des restaurateurs portant notamment sur l'emploi de vaisselle compostable, la réduction des emballages et l'amélioration du tri • Briefing « consignes de tri » des restaurateurs par un technicien de la collectivité • Canettes de boisson conservées par les bénévoles des buvettes, les festivaliers doivent se doter de gobelets réutilisables consignés 	<p>> Indicateurs mis en place :</p> <ul style="list-style-type: none"> • % de restaurateurs labélisés (BAF - Bienvenue à la ferme, AB, commerce équitable) • Poids des déchets OM / valorisables évacués • Observation quantité / nature des déchets produits + évolution des besoins en matériel de tri (variation du nombre de conteneurs) <p>> Résultats obtenus :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Limitation de déchets à la source sur certains produits buvette (contenants et parts collectives plutôt qu'emballage individuel) • Connaissance de la traçabilité des produits par une enquête de provenance auprès des restaurateurs • Récupération de certains contenants pour réemploi sur l'évènement (boîtes de conserve collectées pour être utilisées en cendriers) <p>> Pistes de progression :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Augmenter le % de restaurateurs sous label de qualité (et de la part de producteurs bio plus particulièrement) 	

- Augmenter le nombre de producteurs locaux (espace restauration)
- Augmenter le % de vaisselle compostable et/ou réutilisable
- Diminuer le volume de déchets produits par l'espace restauration : rationalisation des parts servies aux clients
- Mettre en place le compost (faisabilité limitée compte tenu de l'absence de composteur industriel sur la collectivité)



Communication responsable

- Diminution des éditions papier
- Distribution ciblée
- Utilisation de papier recyclé et d'encre végétales
- Supports de communication portant des informations périssables édités sur des matériaux recyclables (carton)
- Supports de communication portant des informations pérennes édités sur des matériaux réutilisables

> Indicateurs mis en place :

- Nombre de tirages (observation pluriannuelle)
- Budget communication papier (évolution / régression)

> Résultat obtenu :

- Réduction des éditions de 80% en 4 ans

> Pistes de progression :

- Redéfinir le contenu de certaines éditions pour économiser plus de papier (réduire le nombre de pages du book sponsor par exemple)
- Vérification de la certification des prestataires et des produits utilisés (Imprim'vert / PEFC...)



Sensibilisation du public et de la presse

- Création du « Point G » (espace « Green initiatives ») destiné à présenter la démarche éco-événement et les écogestes à adopter pour être responsable dans sa pratique sportive
- Création d'une exposition propre à l'évènement et emploi volontaire d'un ton décalé (1 panneau d'accueil « Pimentez votre relation à l'écocitoyenneté », 5 panneaux sports, 1 panneau charte des NG, 1 panneau éco-évènement)
- Catalogue annuel des exposants
- Supports visuels à l'entrée du site
- Présence d'associations sensibilisant à l'écoresponsabilité, au développement durable ou à la protection de l'environnement (Mountain Riders, Surfrider Foundation, Sea Shepherd)
- Ateliers pédagogiques et actions de sensibilisation à destination des scolaires

> Indicateurs mis en place :

- L'impact de la démarche auprès du public se constate davantage sur les résultats des actions précises mises en œuvre (propreté des sites, diminution des dégradations, diminution des erreurs de tri...)
- Nombre de scolaires accueillis pendant les ateliers pédagogiques

> Résultats obtenus :

- Valorisation de l'engagement de l'évènement dans la démarche DD
- 384 scolaires accueillis pendant les 2 jours d'ateliers pédagogiques

> Pistes de progression :

Définir et engager des actions de communication spécifiques :

- communiqués de presse dédiés à la démarche
- briefing et messages pour les speakers de l'évènement
- ouverture d'une rubrique dédiée sur le site web de l'évènement
- appropriation du discours par les organisateurs pour une meilleure communication de la démarche aux médias
- mobilisation des athlètes dans la démarche et sa promotion
- étude sur l'image de marque de l'évènement en matière d'engagement développement durable
- revue de presse spécialisée (décompte du nombre de citations de l'engagement)



Récupération et stockage des infrastructures réutilisables

Inventaire du matériel acquis pour réutilisation

> Indicateur mis en place :

- variation d'inventaire

Nettoyage du site et valorisation des déchets

- En 2014 et 2015, le volet déchets a fait l'objet d'une attention plus particulière pour que des progrès notables soient constatés en termes de réduction des quantités collectées et d'amélioration de la collecte sélective (mobilisation bénévole, révision du matériel de collecte et de son implantation, structuration de la communication)
- Nettoyage quotidien des zones très fréquentées par le public au terme des soirées par les bénévoles (zone concert)

> Indicateurs mis en place :

- Valorisation du temps « agent » ou bénévole
- Observation des quantités de déchets produits par nature (Ordures Ménagères - OM / collecte sélective)

> Résultats obtenus :

- Nette progression qualitative de la collecte entre 2015 et 2016 :
2015 : 18,7 T d'OM / 340 kg de recyclables (cartons et canettes majoritairement)
- Amélioration de la propreté du site après les temps de restauration

> Pistes de progression :

- Valoriser l'économie carbone / ressources générées
- Diminuer le tonnage d'OM (notamment en lien avec la réduction des portions alimentaires des restaurateurs)
- Améliorer le respect des consignes de tri



ZOOM SUR UNE ACTION

Choix du lieu

- L'implantation du village de l'évènement à proximité directe du centre-ville est sans doute l'action la plus significative de la démarche mais aussi celle qui est la moins « analysée ».
- Implantation du village évènement au cœur de la ville, à proximité des commerces, hébergements et infrastructures de transports collectifs (gares ferroviaire, routière, A75)
 - Regroupement de 70 % des activités sur un espace centralisé
 - Mise en place de navettes pour les festivaliers entre le site du festival et le quartier d'implantation des hôtelleries de plein air
 - Organisation de transports collectifs pour les déplacements des concurrents de certaines activités sur les sites de pratiques.

> Indicateurs mis en place :

- Taux de remplissage généré par les besoins en hébergement de l'organisation (logement partenaires, sportifs, intervenants) et par l'évènement (festivaliers, compétiteurs)] et progression depuis le changement de site en 2011

- Besoin en stationnement (augmentation / diminution du stationnement sauvage, du besoin en parc)
- Nombre de navettes pour les concurrents / de trajets / évolution sur 2 à 3 ans (économie financière, bilan carbone)
- Etude d'impact économique (CCI, DDCSPP, Pôle de Ressource National)

- Bilan « nuisances » avec les riverains

> Résultats obtenus :

- La proximité directe avec le centre ville :
- confère à l'évènement une vraie dimension « démocratique » et de mixité sociale



- permet de rompre la barrière éventuelle entre une part du public qui n'oserait pas franchir l'entrée de l'évènement s'il était resté sur le site en apparence plus « confidentiel » qu'il occupait auparavant
 - permet un accès piéton rapide aux boutiques (limitation des trajets voiture) et assurément bénéfique au commerce local
 - donne à la ville de Millau une image renouvelée et dynamique, d'accessibilité à la pratique sportive renforcée par la gratuité de l'évènement
 - En contrepoint, ce choix nécessite une réflexion lourde en matière de sécurisation des abords (nettoyage inclus) et de communication avec les riverains afin de limiter les nuisances
 - Retour encourageant des riverains sur la gestion des nuisances
- > Pistes de progression :**
- Mesurer l'impact direct de la fréquentation du festival sur l'activité des commerces
 - Amorcer la collecte et l'analyse de données
 - Etude de notoriété à conduire par la collectivité.

