

**ADEME**



Agence de l'Environnement  
et de la Maîtrise de l'Énergie

# Dossier de presse



## 4<sup>ème</sup> édition des Trophées Planète Gagnante

Contact presse pour  
le Club Planète  
Gagnante

**Manifeste**  
**Xavier Yvon**  
**01 55 34 99 82**  
[xavier.yvon@manifeste.fr](mailto:xavier.yvon@manifeste.fr)

25 mars 2008

## Sommaire

<b>Introduction</b>	<b>Page 3</b>
<b>Les Trophées Planète Gagnante</b>	<b>Page 4</b>
Un jury de personnalités scientifiques et médiatiques	Page 4
Les critères de sélection	Page 4
<b>Participants et résultats</b>	<b>Page 5</b>
Catégorie « entreprise »	Page 5
Catégorie « collectivité »	Page 7
Catégorie « événement »	Page 9
Catégorie « association »	Page 11
<b>Le Club Planète Gagnante</b>	<b>Page 13</b>
Pourquoi un club ?	Page 13
Le Club Planète Gagnante en quelques mots	Page 13
Comment y adhérer ?	Page 13
Les Services du Club	Page 14

## Introduction

**Lors du Grenelle de l'environnement, la sensibilisation des publics aux problématiques environnement et climat a été reconnue comme une priorité.**

C'est dans cet esprit que l'ADEME et le ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire ont mené les campagnes d'information « Economies d'énergie. Faisons vite, ça chauffe » et « Réduisons nos déchets, ça déborde ». A l'occasion de ces campagnes et pour permettre la sensibilisation du plus grand nombre, l'agence a créé en 2004 le **Club Planète Gagnante, dispositif partenarial capable de relayer ses messages via des acteurs économiques, institutionnels ou bien associatifs.**

**Depuis, le Club Planète Gagnante est à l'origine de nombreuses initiatives et a fédéré en quelques années, plusieurs centaines d'organismes adhérents.**

Face à ce succès, l'ADEME crée, la même année, les **Trophées Planète Gagnante pour mettre en valeur les démarches et pratiques les plus remarquables en matière de sensibilisation et de réduction de l'impact environnemental des organisations membre du Club Planète Gagnante.**

Bien plus qu'une simple récompense de principe, les Trophées sont remis sur la base de l'étude de chaque candidature par un **collège de personnalité et d'experts des questions environnementales qui valorisent l'impact, la reproductibilité, la cohérence et l'originalité des actions réalisées.**

Pour cette 4<sup>e</sup> édition, douze projets ont été présélectionnés et quatre ont été distingués pour leurs actions particulièrement exemplaires. Au-delà de la distinction de certaines de ces initiatives, **l'ensemble des démarches présentées sont à retenir car elles symbolisent la réelle prise en compte des problématiques environnementales.**

# LES TROPHEES PLANETE GAGNANTE

## Un jury de personnalités scientifiques et médiatiques

### Président du jury

- **Hervé Le Treut**, directeur du Laboratoire de météorologie dynamique (Unité mixte CNRS/Polytechnique/ENS/Pierre et Marie Curie), membre du Groupe intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) et du Comité scientifique du Programme climatique mondial.

### Membres du jury

- **Michel Petit**, expert auprès du GIEC où il dirige le groupe incertitudes scientifiques et risques climatiques et président du comité de l'environnement à l'Académie des sciences ;
- **Evelyne Dhéliat**, chef du service météo de TF1 ;
- **Nathalie Fontrel**, journaliste environnement à Radio France ;
- **Chantal Jouanno** présidente de l'ADEME ;
- **Patrice Joly** directeur de la communication, de la formation et du développement de l'ADEME.

## Les critères de sélection

L'ADEME et ses délégations régionales présélectionnent les actions des membres du Club Planète Gagnante qui répondent aux critères suivants :

- **L'originalité de l'action** ;
- **La reproductibilité** ;
- **L'impact de l'action** : résultats obtenus au regard des objectifs assignés ;
- **La validité de l'action** : la prise en compte de problématiques réelles en matière d'environnement.

## PARTICIPANTS ET RESULTATS

### Les trois opérations nommées dans la catégorie « entreprise »

#### LE LAUREAT

##### GROUPE BAYARD : « Prévention des déchets et jeunesse »

A l'occasion de la Semaine de la Réduction des Déchets 2007, le Groupe Bayard a choisi **d'éduquer les plus jeunes aux bons réflexes anti-déchets durant tout le mois de novembre 2007.**

Concrètement, deux outils ADEME (la Toise « plus tu réduis, plus tu grandis » et la bande dessinée « Mégapoubs ») ont été encartés dans trois magazines du groupe Bayard Jeunesse (Youpi, Images Doc et Okapi) permettant ainsi de sensibiliser plus de **100 000 lecteurs** (enfants et parents).

**Dans ces trois titres, ainsi que dans *Enfant Magazine*, des articles étaient consacrés à la nécessité de réduire les emballages pour limiter la production de déchets.** Toutes ces actions ont été annoncées sur le site enseignant Bayard Jeunesse, dès la rentrée et un lien vers le site de la Semaine de la Réduction des Déchets a été créé.

*Bayard est le 5<sup>e</sup> groupe de presse français par la diffusion et le 3<sup>e</sup> éditeur jeunesse. En matière d'environnement, Bayard a mené plusieurs années de suite des opérations de partenariat avec l'ADEME afin de diffuser, dans ses titres, des messages de sensibilisation à l'environnement.*

#### La MAIF : Sensibilisation des sociétaires au changement climatique

La campagne de sensibilisation menée par la MAIF consiste en **six réunions d'information sur les risques climatiques menées à la Rochelle, d'avril à septembre 2007.** Ouvertes à tous, l'objectif de ces réunions était de sensibiliser le public en l'informant sur les conséquences climatiques à court et moyen termes d'une utilisation non maîtrisée des ressources.

Animées par le journaliste Denis Cheissoux, ces conférences s'articulent en 3 temps :

- **projection du film du Défi pour la Terre** de la Fondation Nicolas Hulot, pour comprendre le changement climatique, l'engagement des Etats et comment chacun peut agir en faveur de l'environnement.
- **conférence d'un expert scientifique ou technique**, pour à la fois approfondir le sujet et ouvrir le débat.
- **table ronde autour de responsables de l'ADEME**, consacrée aux bonnes pratiques dans les domaines du transport et de l'habitation.

Des guides grand public de l'ADEME (« la voiture », « une maison pour mieux vivre »), les tests CLIMact et « coup de chaud sur la Terre » ont été remis à **près de 5000 participants.**

*Cinquième assureur automobile et huitième assureur toutes assurances dommages, la MAIF est une entreprise mutualiste, connue sous sa signature d'« assureur militant ». Signataire du Pacte Mondial, la MAIF s'est engagée dans une démarche de réduction de son empreinte environnementale : réalisation d'un Bilan Carbone en 2006, utilisation de papier recyclé, y compris pour l'impression de ses magazines, tri des déchets, politique d'achats durables.... La MAIF travaille avec l'ADEME sur 2 volets : l'économie d'énergie et la réduction des déchets.*

## RESTORIA : Animation sur le réchauffement climatique dans les restaurants

En janvier 2007, Restoria a organisé une animation dans l'ensemble de ses restaurants sur le thème « Pour que l'hiver reste l'hiver... faisons vite, ça chauffe. » Le but est, par la mise en avant d'un menu lié à l'hiver et au grand froid, de sensibiliser les convives aux économies d'énergies indispensables à la préservation d'un climat tempéré, avec des saisons marquées.

Cette opération s'inscrit dans un programme de quatre animations annuelles, chacune centrée sur une saison et la préservation de l'environnement :

- « C'est l'automne... Promenons-nous dans les bois » réalisée en septembre 2006 en partenariat avec l'ONF ;
- « Pour que l'hiver reste l'hiver... Faisons vite, ça chauffe », en appui de la campagne de l'ADEME ,
- « Au printemps, tout pousse... avec de l'eau » avec l'agence de l'Eau ;
- « C'est l'été... admirons les dunes ».

**Cette initiative a permis de toucher 24 000 personnes dont près de 16 000 enfants.**

*Implantée à Angers, Restoria est une entreprise familiale de restauration collective, qui gère des cantines aussi bien dans des établissements scolaires que dans des résidences pour personnes âgées, ou des cliniques. Restoria travaille en priorité avec des produits frais et locaux et développe, pour les établissements scolaires, des repas réalisés avec des produits labellisés ou issus de l'agriculture biologique.*

*Prochaine réalisation d'envergure : la conception d'une cuisine Haute Qualité Environnementale d'une capacité de 10 000 repas par jour va être bâtie en Vendée avec capteurs solaires photovoltaïques, pompe à chaleur géothermale, méthanisation des déchets organiques, récupération des eaux de pluies, terrasses végétalisées, orientation des pièces froides au nord, patio éclairant...*

## Les trois opérations nommées dans la catégorie « collectivité »

### LE LAUREAT

#### SYDED DE HAUTE-VIENNE : l'éco-consommation en milieu rural

Constatant une augmentation de la production de déchets, due notamment aux emballages souvent non recyclables, le SYDED de Haute Vienne (Syndicat départemental d'élimination des déchets) a mis en place des actions de sensibilisation à la réduction des déchets à la source.

Dans le cadre de la semaine de la Semaine Réduction des Déchets, le SYDED a organisé une animation dans des superettes en milieu rural afin de sensibiliser les consommateurs aux bons gestes d'achats : éviter les produits sur-emballés, privilégier les emballages recyclables ou réutilisables (boîtes à œufs en carton, écorecharges,...), ne pas créer de déchets inutiles en évitant par exemple d'acheter des lingettes,...

Un animateur du SYDED demandait aux clients de la superette de s'engager sur une liste de 10 bons gestes pour réduire les déchets lors de leurs achats. Volontairement, ils s'engageaient en signant une charte, qu'ils conservaient durant leurs courses. A la sortie des caisses, les chariots de ceux qui avaient accepté ce « challenge » étaient vérifiés et les clients étaient informés des autres solutions possibles pour réduire leurs déchets.

*Lors de la semaine de réduction des déchets, le SYDED a également présenté les activités de réutilisation des déchets par les ressourceries lors d'une journée portes ouvertes dans des déchetteries.*

#### MULHOUSE : Plan Climat Territorial et information des publics

Le Plan climat mis en place par la Communauté d'Agglomération Mulhouse Sud Alsace comprend cinq axes de travail qui associent actions des collectivités locales et incitations à agir auprès des particuliers :

- **Acheter et consommer durablement** : tri des emballages et des déchets, utilisation d'ampoules basse consommation, achat en priorité de produits locaux (circuits de transport courts).
- **Aménager et gérer le territoire** : préservation des sites naturels, axes de déplacements, gestion économe de l'espace.
- **Construire et rénover pour demain** : économies d'énergie (isolation, mode de chauffage), efficacité énergétique des matériaux utilisés, recours aux énergies renouvelables, accompagnement des maîtres d'ouvrage hors collectivités.
- **Transformer durablement les modes de transport** : faciliter les déplacements doux (vélo, marche à pied), les transports en commun, repenser la livraison des marchandises.
- **Informier et sensibiliser ménages, entreprises, commerces, collectivités, usagers des transports individuels** par des visites de chaufferies à bois, de maisons écologiques. Des rencontres-débats autour du film d'Al Gore ont également été organisées et ont rassemblé plus de 2 000 personnes.

Le Plan Climat Territorial, projet de territoire en application de l'Agenda 21, engage 74 partenaires. À ce jour, plus de 160 actions ont été identifiées pour atteindre l'objectif de réduction de 2 % des émissions des gaz à effet de serre, dès 2008.

*La Communauté d'Agglomération Mulhouse Sud Alsace, en accord avec le protocole de Kyoto, a fixé à 20 000 tonnes annuelles la réduction des gaz à effet de serre émis sur son territoire jusqu'en 2012, soit 2 % de réduction par an.*

## BELFORT : Exposition participative sur la réduction des déchets

L'exposition « Nos poubelles années, une fête foraine 100 % recyclée » a la forme d'une fête foraine d'antan avec ses stands et attractions (train fantôme, voyante, tirs...). Le message est délivré à **près de 65 000 personnes** avec d'autant plus de force qu'il est accompagné d'une implication du visiteur. L'exposition fait appel à l'humour, la dérision, la provocation parfois, grâce au travail d'écriture et d'interprétation de la compagnie « Basic Théâtral de Lyon ».

**L'exposition elle-même a été conçue dans une logique de réduction des déchets.** L'essentiel des éléments du décor est issu de récupération ou de prêt et peut donc être réutilisé ou recyclé. Les classes en visite sont invitées à adopter une démarche de réduction des déchets dans l'élaboration de leur pique-nique notamment.

Les supports pédagogiques sont réutilisables. Les matériaux créatifs pour les ateliers pédagogiques sont issus de collectes participatives. Les costumes d'identification des agents d'accueil et animateurs sont fournis par une association spécialisée dans la récupération textile...

Autour de cette exposition, plusieurs opérations ont été organisées :

- **Interventions pendant les éditions 2006 et 2007 du festival des Eurockéennes qui ont permis de collecter une tonne de bouteilles plastique.**
- **festival de l'esprit récup' et de l'objet détourné : « Bidule mania » en avril 2007,**
- **organisation d'un séminaire franco-suisse d'éducation à l'environnement sur le thème de la sensibilisation à la question des déchets (octobre 2007).**

*Le Conseil général du Territoire de Belfort a signé une convention de partenariat avec l'ADEME en 2005. Le programme d'actions comprend notamment : la gestion des déchets, la qualité environnementale des bâtiments, le développement des énergies renouvelables et la sensibilisation et l'éducation à l'environnement.*



## Les trois manifestations nommées dans la catégorie « événement »

### LE LAUREAT

#### FEDERATION FRANÇAISE DE RUGBY : le programme environnement de la Coupe de Monde de Rugby 2007

La Fédération Française de Rugby a développé un programme environnement dans le cadre de l'organisation en France du 3<sup>e</sup> événement sportif mondial.

Le programme environnement s'articule autour d'une thématique principale, la lutte contre le changement climatique, et de 3 axes majeurs :

- évaluation des émissions de gaz à effet de serre générées par la compétition (Bilan Carbone™)
- mise en œuvre d'actions concrètes visant à limiter les émissions de gaz à effet de serre ainsi que l'ensemble des impacts environnementaux générés (tri sélectif des déchets, installation d'équipements solaires, déplacement des équipes en train,...)
- développement d'une campagne de communication et de sensibilisation auprès de tous les publics (supporters, amateurs, téléspectateurs...) :
  - "Passeport de l'éco-supporter" comportant un ensemble de «bons gestes pour l'environnement diffusé à 25 000 exemplaires aux spectateurs.
  - Diffusion d'un kit pédagogique autour d'un conte "Terre Ovale" à plus de 1 000 écoles engagées dans Scolarugby en collaboration avec l'USEP (Union Sportive de l'Enseignement du Premier degré).
  - Campagne d'affichage sur les "bons gestes" (utilisation des transports en commun, économies d'énergie et d'eau, tri des déchets, choix de produits éco responsables) mettant en scènes des internationaux français et des supporters.

### ECO-FESTIVALS BRETONS

Plusieurs festivals bretons (Transmusicales, Vieilles charrues, Les Arts d'inventaire à l'huile, Interceltiques, Quartier d'été et le festival du Chant de marin) se sont réunis pour cosigner, avec l'ADEME et le Conseil Régional de Bretagne, un Agenda 21 sous la forme d'une **Charte des festivals engagés pour le développement durable et solidaire en Bretagne**.

Ces festivals déployaient déjà depuis 2005 un certain nombre d'actions : tri sélectif, meilleure gestion de l'eau, économie d'énergie, accessibilité des sites aux personnes handicapées, menu équitable, lutte contre les discriminations... La signature de la Charte les engage dans un programme pluriannuel d'actions qui comporte une phase d'expérimentation, à l'issue de laquelle un bilan permettra d'ouvrir la démarche à d'autres festivals.

#### La Charte poursuit 5 objectifs :

- Lutter contre l'effet de serre et favoriser les économies d'énergie.
- Favoriser des modes de production et de consommation durables.
- Participer à l'économie sociale et solidaire.
- Se former et s'informer sur le développement durable.
- Faire participer tous les acteurs du festival à un développement durable et solidaire.

Chaque festival s'est engagé :

- **Sur la dimension environnementale** : réduction de l'impact du festival sur son site d'implantation et sur l'environnement.
- **Sur la dimension économique** : trouver de nouveaux modes de production économiques.
- **Sur la dimension sociale** : permettre à tous d'accéder à la culture.
- **Sur la méthode** :
  - mettre en œuvre un Agenda 21, dans toutes les dimensions de production d'un festival ;
  - mettre en place les conditions d'une évaluation objective et contradictoire des actions ;
  - faciliter toute information vers les partenaires, les publics et populations.

*Sur le travail en commun : La création d'un collectif a amené à définir une méthodologie commune à tous, une subsidiarité dans la répartition du travail et une validation collective des avancées.*

## LA TECHNO PARADE

Depuis plusieurs années, la Techno Parade est associée à une cause solidaire et citoyenne, (la lutte contre la faim dans le monde en 2006, l'environnement en 2007, l'Europe en 2008). En 2007, la Techno Parade s'est engagée en faveur de la protection de l'environnement.

**Le programme « La Techno Parade fête la planète » comprend deux volets : l'un d'éco-conception de l'événement, l'autre d'éco-communication.**

L'éco-conception de la Techno Parade a compris concrètement :

- **La réduction et compensation des émissions de CO<sub>2</sub>** (bilan des émissions carbone de la Techno Parade avec Action Carbone, compensation financière des émissions de gaz à effet de serre à hauteur de 1 000 € dans un projet de diffusion de réservoirs à biogaz en Inde).
- La mise en place d'un **tri sélectif le long du parcours des chars.**
- L'amélioration de la **gestion sonore de l'événement** (mise en place d'un dispositif de mesure du son avec Bruitparif, l'Observatoire du bruit en Île-de-France, et 01dB, société de fabrication de sonomètres).

L'éco-communication de la Techno Parade passe par :

- **La réduction du nombre des supports de communication imprimés** en faveur des médias électroniques (lancement d'un site Internet dédié et d'une page MySpace consacrée).
- **L'impression des documents sur papier 100 % recyclé avec des encres végétales.**
- La diffusion du guide de « l'Éco-Cool attitude » en ligne sur [www.technoparade.fr](http://www.technoparade.fr) et repris dans le magazine de la Techno Parade.
- **L'adhésion de Technopol (l'association qui organise la Techno Parade) et de la Techno Parade au Défi pour la Terre** et la « nomination » de Joachim Garraud comme Ambassadeur du Défi pour la Terre.

**C'est ainsi près de 500 000 participants qui ont été sensibilisés aux différents enjeux environnementaux.**

## Les trois actions nommées dans la catégorie « association »

### LE LAUREAT

#### VOILE DE NEPTUNE : Programme de sensibilisation des usagers de la mer

Voile de Neptune est une association créée en 2001 qui œuvre dans l'Hérault pour la préservation des écosystèmes marins et littoraux.

**Voile de Neptune a conçu la campagne « Echo-Gestes »** pour répondre aux enjeux d'un développement économique nécessaire dans Languedoc Roussillon mais dont les conséquences sur le littoral sont désastreuses, faute d'une prise de conscience écologique. **L'objectif est d'accompagner les professionnels de la mer et les usagers du littoral régional vers des pratiques écologiques, pour préserver la Méditerranée.**

Durant tout le printemps 2007, la campagne « Echo-Gestes » s'est concentrée sur les professionnels de la mer et les groupes d'usagers par :

- **Des formations pour les clubs de plongée, de voile** (exemple de module : pédagogie et environnement) et les agents de port (exemple de module : environnement marin et communication).
- **Un dispositif point-relais professionnels** : les ambassadeurs « Echo-Gestes » vont à la rencontre des professionnels, afin de leur présenter les Echo-Gestes qu'ils peuvent mettre en œuvre dans le cadre de leur activité. A l'issue d'un échange, un engagement peut-être formulé concernant une ou plusieurs des problématiques suivantes : déchets, antisalissure, eaux grises, eaux noires, hydrocarbures,...
- **Des manifestations** : Voile de Neptune installe un stand pédagogique selon le principe du maraudage afin de créer un échange avec le public, dans les ports, salons nautiques, fêtes estivales...

**En 2007, 400 professionnels ont été touchés par l'opération « Echo-Gestes ».**

*En appui, de la campagne, Voile de Neptune a conçu trois brochures : « Des territoires habités », « L'Echo de nos gestes », « Sous l'apparente neutralité de l'eau ».*

#### TERRE PERENNE : Exposition itinérante sur les énergies renouvelables en Eure et Loir

Terre Pérenne est une association locale, implantée en Eure-et-Loir, qui réunit les initiatives et bonnes volontés des citoyens, d'experts ou consultants souhaitant agir dans l'intérêt commun pour une gestion saine de l'énergie et de l'environnement.

**Le Tour d'Eure-et-Loir des Énergies Renouvelables a pour objectif de promouvoir les économies d'énergies dans l'habitat et dans le transport.**

**Du 3 au 30 juin 2007, des conférences ont été organisées dans 26 villes, avec deux temps forts : les conférences de Chartres et de Dreux.**

- **« Êtes-vous tout voiture ou Éco-Mobile ? »** avec des interventions d'un expert en changement climatique pour les Nations Unies, d'un expert Éco-Mobilité de Planète Verte et d'industriels.
- **« Les économies d'énergie, c'est maintenant ! »** avec les interventions d'un expert international sur les ressources en pétrole et gaz, du vice-président de l'association Négawatt, expert en changement climatique pour les Nations Unies et différents témoignages sur des expériences menées en Eure-et-Loir.

**Cette exposition a permis de distribuer 100 000 documents et programmes à l'attention des particuliers, 5000 quizz pour les collégiens et plus de 600 personnes ont participé aux conférences.**

*Sur chaque étape du Tour, les visiteurs peuvent découvrir un véhicule bioéthanol et des véhicules électriques, rencontrer des experts pour comprendre les pompes à chaleur, le solaire, l'isolation, l'éco-construction.*

## **SURFRIDER FOUNDATION : Exposition sur la vie littorale**

Surfrider Foundation Europe est une association à but non lucratif, dédiée à la protection et la mise en valeur de l'océan, des vagues et du littoral. Elle a été créée en 1990 à l'initiative de surfeurs, dont Tom Curren, triple champion du monde. Elle rassemble aujourd'hui plus de 3 500 adhérents et des antennes locales en France et en Europe.

Les missions de Surfrider Foundation sont :

- **La lutte contre la pollution des océans** : marées noires, dégazages, déchets flottants, pollutions bactériologiques,...
- Une meilleure **information du public** sur la qualité des eaux, les législations et les risques réels en cas de pollution.
- **La prise de conscience des enfants** quant aux enjeux de la protection de l'océan.

**D'avril à novembre 2007**, l'association a réalisé une **exposition itinérante et interactive** de 200 m<sup>2</sup> intitulée « **Vagues et littoral** ». **Plus de 58 000 personnes** ont ainsi pu découvrir les différentes facettes de la vie littorale et de son environnement, du surf et des vagues et prendre conscience de notre comportement et de son impact sur l'environnement.

L'exposition comporte :

- Des panneaux d'exposition qui expliquent le périple de la vague et ses mécanismes.
- Des modules interactifs : un jeu informatique sur les déchets, un bassin à vagues....

*Les animateurs de Surfrider Foundation accueillent les groupes pour une visite sous forme de parcours éducatif. Un livret pédagogique est destiné aux enseignants afin de préparer en amont la venue du groupe.*

*Cette exposition permet de traiter la thématique environnementale de façon ludique, en utilisant les attraits du surf et des jeux interactifs.*



## LE CLUB PLANÈTE GAGNANTE

### Pourquoi un Club Planète Gagnante ?

L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME) est un établissement public sous la tutelle conjointe du ministère de l'Écologie, du Développement et de l'Aménagement durables, et du ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche.

Elle participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. L'agence met ses capacités d'expertise et de conseil à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public et les aide à financer des projets dans cinq domaines (la gestion des déchets, la préservation des sols, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables, la qualité de l'air et la lutte contre le bruit) et à progresser dans leurs démarches de développement durable.

Face aux vastes enjeux de son activité, au grand nombre d'acteurs concernés et à la diversité des compétences nécessaires, l'ADEME souhaite développer résolument des actions de partenariat en matière de communication et d'information.

C'est notamment à cette mobilisation et à cet objectif de démultiplication, s'effectuant dans le cadre d'une contribution équilibrée et crédible des partenaires, que le Club « Planète Gagnante » veut contribuer efficacement.

### Le Club Planète Gagnante en quelques mots

Le Club Planète Gagnante de l'ADEME est une plate forme d'excellence, d'innovation et d'échanges en matière de réduction des impacts environnementaux dont le rôle est de relayer les messages des campagnes de communication et de sensibilisation de l'ADEME et également d'encourager la mise en œuvre, dans les organisations membres, de plan d'actions visant à réduire leur impact environnemental et de promouvoir les outils et méthodes développés par l'ADEME (Bilan Carbone™, politique de consommation et d'achat éco-responsable, plan de déplacement entreprise...).

Les membres du Club Planète Gagnante sont des acteurs de la société soucieux d'améliorer leur pratique environnementale et de faire partager leurs actions et leur engagement auprès de l'ensemble de leurs publics.

Les actions sur lesquelles se sont engagés les membres ont vocation à être connues et partagées avec le réseau du Club. Leur originalité, leur exemplarité, leur reproductibilité peuvent être source de nouvelles opérations ; une nécessaire compréhension de la démarche amène un partage des expériences entre les acteurs du réseau.

### Comment y adhérer ?

Afin de répondre aux objectifs fixés de renforcement de la légitimité du Club et des membres, une nouvelle Charte plus engageante est proposée aux différents acteurs (nouveaux partenaires, mais également membres actuels) souhaitant adhérer au Club Planète Gagnante. En complétant la mise en place d'opérations de sensibilisation, visant à faire partager à l'ensemble des citoyens les messages de maîtrise de l'énergie et de protection de l'environnement, par l'établissement d'un plan d'actions multithématiques de réduction des impacts de son activité, le membre du Club s'engage dans une démarche pérenne et ambitieuse aux côtés de l'ADEME.

Complément indispensable cette charte, le mode d'emploi du Club précise et encadre son fonctionnement. Conditions d'adhésion, services, type d'actions à mettre en place, usages des campagnes et outils de sensibilisation...

## Les services du Club Planète Gagnante

Le développement du Club Planète Gagnante répond à la volonté appuyée de favoriser le passage à l'acte, et de compléter la sensibilisation et l'information des publics (du citoyen au décideur) par la valorisation d'actions de réduction des impacts environnementaux entreprises par chacun des membres. **La mise en place de ces deux volets, définis en programmes pluriannuels, nécessite l'accès à un grand nombre d'informations et d'outils.**

**Animé par l'ADEME, le Club Planète Gagnante fait profiter d'un ensemble d'expériences variées et permet de partager un ensemble de bonnes pratiques mises en œuvre par ses acteurs.**

De plus, **de nombreux outils (brochures, exposition, films, plaquettes...)** sont mis à la disposition des membres du Club Planète Gagnante, afin de toucher l'ensemble de leurs publics : salariés, fournisseurs, clients...

Afin d'assurer une meilleure diffusion de l'information et de favoriser la promotion du Club Planète Gagnante, **un site personnalisé abrité par le site internet de l'ADEME est en cours de création ([www.planetegagnante.fr](http://www.planetegagnante.fr))**. Un module Internet spécifique au Club Planète Gagnante est en effet nécessaire pour **une meilleure visibilité des services du Club, de la promotion des membres de ce réseau et pour permettre un accès rapide des membres aux informations et outils disponibles.**

En substance, ce site accompagne l'évolution du Club vers une autonomie marquée et un rôle d'information, et de valorisation des bonnes pratiques des membres.

Enfin l'ADEME, dans le cadre du Club, s'engage à **fournir des informations relatives aux nouveautés et à l'actualité environnementale française et européenne.**