



CLIMAT

« Le sport est malade, victime d'une ivresse mercantile collective »

Pour Laurent Castaignède, spécialiste de l'impact environnemental du sport, les bilans carbone officiels des grandes compétitions sous-estiment largement leur véritable empreinte. En cause : l'absence de prise en compte du sponsoring, de la publicité et des droits de diffusion.

ENTRETIEN
BERNARD PADOAN

La Coupe du monde qui s'ouvre ce jeudi au mythique *Estadio Azteca* de Mexico est celle de tous les records : nombre d'équipes, nombre de matchs, prix des billets, *prize money*... Mais elle devrait aussi être l'édition la plus émettrice de gaz à effet de serre de l'histoire de la compétition, notamment en raison des trajets aériens que les spectateurs effectueront pour se rendre dans les seize stades au Mexique, au Canada et aux États-Unis.

Une inflation qui a de quoi inquiéter l'ingénieur français Laurent Castaignède, spécialiste de l'impact environnemental du sport et fondateur du bureau d'études bordelais BCO₂ Ingénierie. Dans son livre *Le revers de la médaille*, consacré à l'empreinte environnementale et climatique du sport, il fait un constat : « Le sport est malade, victime d'une ivresse mercantile collective, et la planète de même », écrit-il. Il appelle à une « véritable introspection de l'état d'esprit sportif », sans toutefois se faire d'illusions sur la capacité des grandes institutions mondiales du sport, Fifa et Comité international olympique (CIO) en tête, à s'engager volontairement sur la voie de la sobriété et de la neutralité carbone – pourtant fièrement clairomnée.

La Coupe du monde en Amérique du Nord va dépasser les autres en termes d'émissions de gaz à effet de serre ?

Il faut rappeler les trois grands postes de l'empreinte carbone officielle de ce genre d'événements. On regarde d'abord les constructions sportives spécifiques, donc en gros les rénovations de stades et les stades neufs, même si ces infrastructures sont utilisées encore plusieurs années. Ensuite il y a l'organisation même de l'événement, les gens qui s'en occupent, et la restauration, nourriture et boissons, dans les stades et les achats



Le revers de la médaille - L'empreinte environnementale du sport
LAURENT CASTAGNÈDE
Ed. Ecosociété 16 euros.

Dans le bilan carbone des grandes compétitions sportives, Laurent Castaignède souligne la nécessité de prendre en compte le poids considérable du marketing. © IMAGN IMAGES VIA REUTERS CONNECT.

dans les boutiques. Et enfin il y a les déplacements, ceux des footballeurs et des délégations, et ceux des spectateurs. Depuis vingt ans, en général, le premier poste, ce sont les déplacements, et plus particulièrement ceux des spectateurs. Or si on compare à la Coupe du monde au Qatar en 2022, ce poste pourrait doubler cette année. On ne peut pas encore chiffrer exactement cette augmentation, mais forcément, on va battre des records.

D'autant que, selon vous, le périmètre de l'empreinte carbone d'un grand événement sportif doit être élargi au-delà de ces trois postes, en ajoutant le marketing, le sponsoring et les droits télé.

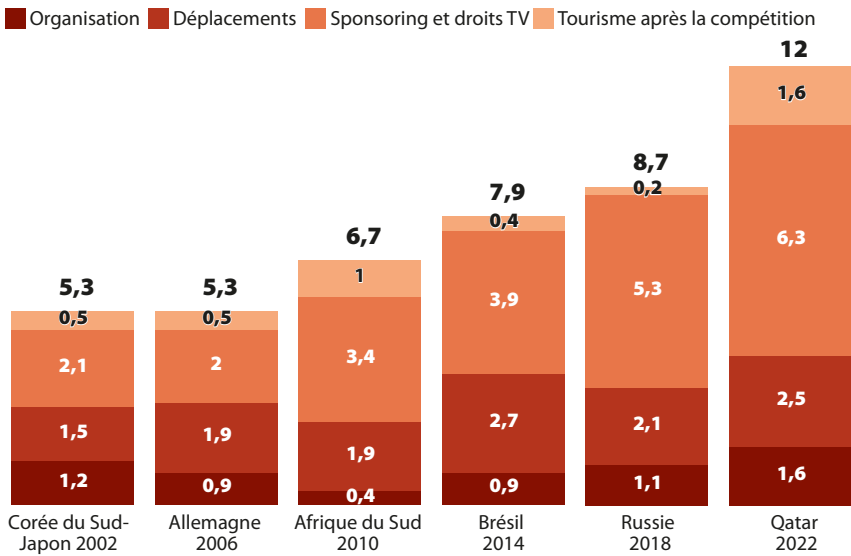
Il n'y a pas que moi qui le pense, d'autres l'ont déjà dénoncé, sportifs, journalistes, notamment concernant le sponsoring par des compagnies d'énergies fossiles ou des compagnies aériennes.

Or le poids du marketing, des droits télé et du sponsoring en termes d'émissions, qui n'est pas repris dans les décomptes officiels, est très lourd...

Il y a le sponsoring direct, les marques qui travaillent avec la Fifa, qui vont apparaître autour des terrains, dans les jingles, etc. Ensuite, vous avez les droits de diffusion, principalement à la télé, mais aussi sur internet. Ils devraient se situer entre 3 et 4 milliards d'euros pour cette édition de la Coupe du monde (la Fifa parle de 3,4 milliards d'euros, contre 2,9 milliards d'euros pour la Coupe du monde au Qatar, NDLR). Pour récupérer cet investissement, les chaînes télé vont vendre des espaces publicitaires. Globalement, ces droits télé se traduisent en autant de budgets d'annonceurs. Ce seront des constructeurs automobiles, des compagnies aériennes, des sociétés de paris en ligne, des fournisseurs d'énergie, des groupes de la grande distribution, etc. Or ces publicités vont augmenter leur chiffre d'affaires. Une partie des dépenses des spectateurs auraient été faites dans tous les cas. Mais il y a une part de surconsommation qui a un bilan carbone. Pour la Coupe du monde 2022, le bilan carbone officiel était d'environ 4 millions de tonnes équivalent CO₂. Mais si on ajoute le marketing et les droits télé, on passe à... 12 MtCO₂eq (à titre de comparaison, la Belgique a émis 97 MtCO₂eq en 2024, NDLR). Pour cette édition-ci, on devrait être entre 13 et 20 MtCO₂eq. Il est donc probable que cette Coupe du monde soit la plus carbonée de toute l'histoire des Coupes du monde, et potentiellement

Empreinte carbone estimée des Coupes du monde de football 2002-2022

En millions de tonnes de CO₂eq



Sources : Fifa, Pnue et compléments divers LC

l'événement sportif le plus carboné de tous les temps – actuellement c'est le championnat de NFL, le championnat de football américain, qui a des droits TV monstrueux.

A côté de cette inflation de « business », il y a aussi une inflation de promesses de verdissement des compétitions par leurs organisateurs, voire de neutralité carbone même. Faut-il croire ces promesses ?

Depuis quelques années, c'est l'escalade dans les annonces de neutralité carbone. On a une divergence complète entre l'empreinte réelle de ces grands événements et les annonces d'objectifs qui sont sans cesse plus vertes, que ce soit du CIO, de la Fifa, etc. Je ne connais pas de grand organisme mondial sportif qui n'ait pas annoncé une neutralité carbone d'ici 2040.

C'est du greenwashing ?

Il faudrait inventer un nouveau mot parce qu'on est au-delà du greenwashing !

Vous n'y croyez pas du tout ?

Absolument pas. Prenez par exemple les JO de Paris 2024 : 30 % de la communication, c'était de la communication environnementale. Sur le périmètre carbone officiel, effectivement, on était mieux que les JO de Londres 2012. Mais quand on inclut l'empreinte du marketing, c'est l'inverse. Les droits télé ont tellement augmenté depuis vingt ans qu'en fait, les Jeux de Paris sont les plus carbonés de l'histoire. Ça ne veut pas dire qu'ils n'ont pas eu de bonnes idées. Le fait d'essayer de limiter les constructions de stades et d'enceintes comme l'a fait Paris ou comme l'a fait la Coupe du Monde de foot (les seize stades utilisés au Mexique, au Canada et aux États-Unis étaient existants, NDLR), effectivement c'est une bonne chose. Mais si votre plus gros poste – le marketing et les droits télé –, vous ne l'intégrez pas au calcul, et qu'en plus, ce poste augmente significativement d'édition en édition, à la fin, vos conclusions sont fantaisistes.

C'est pourtant le modèle de développement choisi par toutes les fédérations pour l'organisation des grandes compétitions...

Aujourd'hui oui. Mais ça n'a pas toujours été le cas. En 1988, on a été capable d'organiser des JO à Séoul avec 400 millions d'euros de droits télé. C'est dix fois moins que Paris 2024.

En même temps, des centaines de mil-

lions de gens aiment regarder le foot...

Ces compétitions internationales, c'est vrai qu'à la base, elles sont vachement sympas. Mais elles sont complètement dévoyées et polluées essentiellement par des multinationales du *business as usual*, qui font du greenwashing et qui se contrefoutent à la fois de l'empreinte climatique et environnementale, mais aussi de l'empreinte sanitaire. Regardez la publicité alimentaire autour du sport de haut niveau. C'est quoi ? Du fast-food et des hamburgers, de la bière, des sodas et des boissons énergisantes. C'est quand même une alimentation qui est à l'opposé du sport.



On a une divergence complète entre l'empreinte réelle des grands événements sportifs et les annonces d'objectifs qui sont sans cesse plus vertes

Laurent Castaignède
Spécialiste de l'impact environnemental du sport et fondateur du bureau d'études BCO₂ Ingénierie

”

Mais comment on fait alors pour résoudre tous ces paradoxes ? Vous le dites vous-même, vous n'appellez pas à supprimer ces compétitions, mais à les réformer.

On peut organiser du sport sans construire de nouveaux stades, en revenant à un nombre d'équipes ou d'athlètes d'il y a vingt ou trente ans. Pour ce qui est des déplacements des spectateurs, il faut taxer lourdement le transport aérien. L'objectif n'est pas de vider les stades : vous pouvez le remplir avec la population locale, cela restera une grande fête. Et en contrepartie, il faut qu'on arrive à multiplier les *fan zones* dans les différents pays d'origine des supporters qui pourront aussi faire la fête. Pour les droits télé, on a clairement besoin d'une révolution. Je plaide pour une « loi Evin climatique » (la loi française qui a interdit la publicité pour le tabac en France, NDLR), en interdisant la publicité sportive à certains secteurs d'activité fortement émetteurs, comme les énergéticiens par exemple, les constructeurs automobiles pour leurs SUV, les compagnies aériennes, les cryptomonnaies, les sociétés pétrolières... Et la malbouffe !

N'est-ce pas illusoire de croire qu'on peut revenir à une certaine sobriété ?

C'est vrai que les mesures à prendre sont radicales. Et je suis pessimiste sur une réforme de l'intérieur de ces institutions-là. Je suis pessimiste sur le fait que la Fifa ou le CIO acceptent d'eux-mêmes de diviser leurs droits télé par trois. Mais on ne s'attendait pas à ce que la Formule 1 refuse le sponsoring des cigarettiers. Cette décision est venue de l'extérieur, d'une pression réglementaire qui était issue d'une pression sociale. Voyez la loi Evin, qui était au départ une loi française, et qui a fait tache d'huile dans le monde : vous n'avez plus aucun cigarettier qui fait de la pub dans le sport. Ça a quand même fonctionné.

