

RAPPORT ANNUEL 2025

PROTECT OUR WINTERS FRANCE

POW

PROTECTOURWINTERS.FR

© JAKE TERRY



Le mot de la présidente

Cette année, POW a fêté ses 10 ans.

10 ans d'engagement, de mobilisation, de prises de parole parfois là où on ne nous attendait pas. Que de chemin parcouru — et surtout, quelle fierté ! Fierté d'avoir construit une communauté engagée, lucide et déterminée à défendre ce qui compte vraiment, d'avoir consolidé une équipe dédiée et des partenariats inscrits dans la durée.

Notre mission, je la résume ainsi : donner vie et corps à un mouvement de l'outdoor en faveur du climat. Car la passion et l'attachement pour les sports et espaces de pleine nature est un fabuleux moteur à l'engagement. Ils nous relient, doivent nous permettre de constituer des coalitions entre pratiquants, marques, athlètes et institutions pour aller porter notre voix au plus haut niveau, dans les espaces démocratiques et dans le débat public. C'est un combat que nous menons au niveau local, national mais aussi européen au sein des 10 chapitres POW en Europe.

Dans un monde polarisé et éprouvant, on pourrait être tentés de faire de nos espaces outdoor des bulles, des refuges loin du tumulte. Mais on n'y croit pas une seconde. **Protéger l'outdoor, c'est politique.** C'est prendre position, c'est faire partie du monde, c'est défendre des choix de société qui s'illustrent dans la moblité vers et sur les espaces de pratique, dans les grands événements sportifs internationaux. Vous nous avez ainsi vus cett année nous mobiliser autour des JOP dans les Alpes en 2030, de cours es de trail comme l'UTMB et le marathon du Mont Blanc, et on va continuer.

Ces combats, on a décidé de les mener sans perdre ce qui nous anime : de l'énergie, de la sincérité, de la joie et un peu d'impertinence.

Et pendant qu'on agit, on a aussi fait le ménage en coulisses. Depuis deux ans, un gros travail de structuration financière et administrative a été mené. Moins visible, moins "spectaculaire" — mais absolument essentiel. Parce que pour durer, pour peser, pour continuer à déranger parfois, il faut être solides.

Ce qui nous porte, avant tout, c'est vous. Une communauté qui grandit, qui s'engage, qui refuse de détourner le regard. Des bénévoles, des partenaires, des ambassadeurs qui donnent de leur temps, de leur énergie, et qui prouvent chaque jour que l'action collective n'est pas un vain mot.

Alors on continue. À s'engager. À faire du bruit. À créer du mouvement. Et à défendre, ensemble, un futur où l'hiver n'est pas un souvenir.

- Laureline Chopard,
Présidente de Protect Our Winters France

INTRODUCTION : POW FRANCE EN BREF



©ARTHUR VAILLANT

En 2025, POW France, c'est 10 ans d'action climatique par et pour la communauté outdoor, avec des résultats mesurables et une ambition claire : influencer, mobiliser, et agir.

Née en 2015 sous forme d'association loi 1901 au service de la communauté outdoor engagée pour le climat, nous fédérons aujourd'hui 40 000 sympathisant·es, + de 450 adhérent·es, 200 bénévoles, des dizaines d'athlètes scientifiques et des marques partenaires en France et en Europe.

Depuis 10 ans notre mission c'est : **porter et amplifier la voix de la communauté outdoor en faveur du climat, du vivant et de la justice sociale, pour un changement systémique et culturel.**



POW France, c’est aussi :

- **Un réseau unique :** des groupes locaux (Res’POW), une présence nationale (Paris, Alpes, Pyrénées, etc.), et une alliance européenne (POW EU).
- **Un modèle affirmé :** Association apartisane mais politique, financée à + de 90% par des fonds privés (mécénat, dons, partenariats).
- **Une incidence concrète :** Plaidoyer, mobilisation, éducation, et coalitions pour transformer les pratiques et les politiques.

Ce document présente les répercussions de nos actions en **2024-2025**, dans le cadre de notre stratégie **2024-2027**, pour montrer comment le soutien de nos parties prenantes – marques partenaires, institutions, citoyen·nes – permet de **passer de l’engagement à l’action**.

Ensemble, faisons de l’outdoor un levier de transition sociétale.

NOTRE MODÈLE : UNE ASSOCIATION À INCIDENCE SYSTÉMIQUE



©ALICIA LEBRETON



POW France agit comme un accélérateur à l'engagement, combinant expertise terrain, influence politique, et mobilisation collective pour transformer l'outdoor en un levier climatique efficace au service d'une société bas carbone et juste.

Au fil des annés, l'association s'est développée en une organisation raisonnée et agile : POW France allie **bénévoles engagé·es** (200+ personnes, 10 groupes locaux) et **équipe salariée** (4 ETP + alternant), structurée autour d'un **Conseil d'Administration** et de **groupes de travail thématiques** (influence, mobilité, contenu, etc.).



Notre gouvernance s’ancre sur :

- **Des processus clairs :** Structuration RH, gestion financière rigoureuse, et outils collaboratifs.
- **Un ancrage local, national et européen :** Res’POW dans toute la France (Alpes, Pyrénées, Vosges, Paris etc.), coordination à Bruxelles et chapitres européens (Autriche, UK, Suisse, Italie, Scandinavie etc)

Un modèle économique résilient

- **Financement :** + 90% de fonds privés (mécénat, partenariats, dons), avec une diversification des revenus (prestations, adhésions, événements).
- **Partenariats clés :** Collaborations avec des marques (Salomon, Patagonia), des institutions (UNESCO, Parlement Européen), et des acteurs locaux (Comité de Massif, FNAUT).

Nos modes d’action :

- **Education et mobilisation :** alerter, sensibiliser et mobiliser le milieu de l’outdoor et plus largement la société.
- **Coalitions :** rassembler pratiquant·es, athlètes,marques, scientifiques, organisations au sein d’un mouvement de l’outdoor… pour avoir plus d’impact.
- **Influence et plaidoyer :** faire bouger concrètement les stratégies, publiques ou privées, dans nos secteurs et au-delà si possible.

NOS IMPACTS 2024-2025 : CHIFFRES ET RÉCITS



©MNSTR

Influence dans le dialogue démocratique

"En 2024-2025, POW France a placé la voix de la communauté outdoor au cœur des débats climatiques, transformant l'engagement en influence concrète. Grâce à des actions ciblées, comme l'enquête sur les JOP 2030 ou le Brand Advocacy Day, nous avons démontré qu'une association peut peser sur les décisions politiques et inspirer des changements systémiques."



©MNSTR

La Voix des Glaciers

(Lauréat 1% pour les Glaciers)

- **+ de 70 projections** organisées dans 6 pays européens (France, Suisse, Italie, Autriche, Allemagne, Norvège), dont des séances au Parlement Européen et à l'UNESCO et même à l'ONU.
- **5 000 participant·es** en France uniquement sensibilisé·es aux enjeux de la fonte des glaciers, avec des débats animés par des scientifiques et des athlètes.
- **Impact médiatique :** Couverture par Le Monde, Libération, et des médias locaux, renforçant la pression sur les décideurs.
- **Résultats :**
  400 000 Impressions sur les reseaux sociaux
  150M Impressions presse généraliste et radio



Brand Advocacy Day

- **60 marques et organisations européennes** (Patagonia, Salomon, WWF, Icebreaker…) réunies à Amsterdam pour amplifier leur rôle dans la transition climatique.
- **Co-création d’une feuille de route** pour un lobbying climatique plus efficace, avec des engagements concrets comme la réduction des émissions liées aux événements sportifs.



©LEON GALLINO

Mobilités bas carbone : Un combat prioritaire

"La mobilité est le premier levier pour décarboner la montagne, et la société en général. En 2024-2025, POW France a transformé les données en actions et les idées en mobilisations concrètes. Grâce à des outils collaboratifs et des campagnes percutantes, nous avons montré que chaque kilomètre compte pour préserver les territoires."



©ANTHONY CHENOT

Mobilisations locales

- **Annecy :** Co-rédaction d'une pétition et mobilisation des élus locaux contre la fermeture des lignes Mobil'Hiver, assurant le maintien des transports en commun vers les stations.
- **Grenoble :** 1 500 signatures recueillies contre la hausse des tarifs des lignes de bus vers les stations, aboutissant à un gel des prix pour les usagers réguliers.
- **Albertville :** Soutien à une campagne pour préserver le dispositif de covoiturage en Savoie sur le territoire concerné



©ROMAIN ABEILLE

POW Mobility Month

- **1 100 sportif·ves** (dont des ambassadeurs comme Kilian Jornet et des membres de la communauté Strava) ont parcouru 50 000 km à vélo en un mois.
- **Campagne «*A Day in the Life*» :** 4 épisodes vidéo mettant en lumière des athlètes professionnel·les ou amateur·ices, un maire et une employée POW ayant modifié leurs habitudes de transport, diffusés sur les réseaux sociaux.



Une Affaire Collective

Le travail au long cours de POW France en matière de mobilité bas carbone et collective a permis à l'association de développer des compétences et savoir-faires uniques.

Cette expertise est prisée par et mise à disposition d'un écosystème de parties prenantes toujours plus large.

En rejoignant ou pilotant ce travail de coalition, POW France démultiplie les répercussions de ses actions en faveur de la décarbonation des transports.

Cela comprend par exemple :

Oui au train de nuit : relai Alpes et montagnes

Itinéraire collaboratif des lieux des pratiques accessibles en transport collectif en accès libre sur le site de POW France.

Itinévert de CamptoCamp : Accompagnement technique et communication.

FNAUT : Siège renouvelé au Conseil National de la plus grande fédération d'usagers des transports de France.

COTECH Transport Région AuRA : participation aux comités régionaux de pilotage des transports collectifs.



©DAVID GONTHIER

Pratiques sportives durables

" Est-ce que les événements sportifs peuvent entrer en cohérence avec les impératifs environnementaux et sociaux modernes? En 2024-2025, POW France continue d'interagir avec de nombreux organisateurs pour permettre d'adresser les répercussions du secteur événementiel. Grâce à des outils innovants et un accompagnement sur mesure, nous avons prouvé que les événements sportifs peuvent être vecteur de changement. "



©DAVID GONTHIER

Marathon du Mont Blanc Édition 2025

Objectif : Accompagner une organisation pour atteindre ses ambitions en matière de politique transport.

Le Club des Sports de Chamonix nous a contacté à l'Automne 2024 pour les aider à accomplir leur objectif: réserver 40% des dossards aux participant·es qui s'engageront à venir en transport en commun.

POW France à ainsi apporter un soutien cadrant pour :

- **Définir la politique** du Club des Sports sur les mécanismes d'attribution des Dossards.
- **Former et accompagner** l'agence de communication partenaire sur la prise de parole sur les sujets environnement, et transport en particulier.
- **Accompagner** le Club des Sport dans son plaidoyer auprès des autorités en charge des mobilités.



©ARTHUR VAILLANT

UTMB

- **Challenge :**
  Faire vivre en interne et dans la communauté les impératifs de transformation que doit mettre en place la course leader dans le monde du trail

- **Accompagnement :**
  Soutenir les équipes dans leurs interactions avec les parties prenantes de la gouvernance UTMB Group en défense des engagements carbone pris par l'organisation.



©ANTHONY ARBET

My Event Impact

- **20+ événements sportifs** (trails, marathons, compétitions de ski) ont utilisé l'outil en 2025 pour évaluer leur empreinte carbone.
- **Lauréat Initiative environnementale de l'Année 2025** aux Trail Running Awards Mile & Stone



JOP 2030

- **Étude sur la perception des JOP 2030 :** Objectiver le débat public en apportant de la donnée, en particulier sur la perception citoyenne du projet Alpes 2030. Appui sur les savoirs faires académiques avec Université Savoie Mont Blanc
- **Convention Citoyenne Olympique :** 35+ citoyens, réunis pour 3 week-ends de travaux, alimenté par les travaux de scientifiques, journalistes, institutions olympiques, collectifs citoyens et secteur privé.



©JUMPSTARTSTUDIO

Ordinary Project

Un projet OSV en collaboration avec POW, c'est le programme dédié aux athlètes, aux sponsors et aux fédérations pour une montée en compétence commune sur les sujets d'engagements.

- 1ère promotion octobre 2025 : **20 athlètes (ski, trail, escalade) formés à l'engagement climatique et social**, avec des modules sur la communication responsable, la réduction de l'empreinte carbone, et le plaidoyer.
- **Parrainage :** Chaque participant·e est accompagné·e par un mentor·e athlète professionnel·le ainsi que par un de ses sponsors principaux.



©CLARA DOMAS

Engagement communautaire

" POW France, c'est avant tout une communauté engagée. En 2024-2025, nos bénévoles et Res'POW ont été les protagonistes de notre action sur le terrain. Leur énergie et leur créativité ont permis de multiplier les initiatives locales et de renforcer notre impact collectif. "



© NICOLAS VAILLANT


POW10
yo!
PARENTAL ADVISORY POLITICAL CONTENT



©AGATHE CORNETTE

Journée Hors-Piste Paris

- **Journée événementielle à l'Académie du Climat (Paris) :** 100 participant·es, ateliers sur les glaciers, les mobilisations citoyennes, préparation culinaire, running communautaire, performances artistiques etc







Ské'week end Vosges

- **Week end d'activités au sein du Parc Naturel des Ballons des Vosges** et nuits festives en refuge.
  30 + participant·es, accès en mobilité décarbonée depuis les centres urbains de la région.



PERSPECTIVES 2025-2026 : AMBITIONS ET OPPORTUNITÉS POUR LES PARTENAIRES



© NICOLAS VAILLANT

Ambitions stratégiques

POW France se fixe des objectifs ambitieux et concrets pour 2025-2026, alignés sur sa stratégie triennale 2024-2027 :

- **Augmenter notre audience :** Passer de 40 000 à 70 000 sympathisants en ciblant de nouvelles communautés (trail, vélo, grimpe).
- **Renforcer notre influence :** Devenir un acteur incontournable du lobby climatique et faire entendre la voix du mouvement outdoor dans les grandes échéances démocratiques, en pesant par exemple sur les élections municipales 2026 et les JOP 2030.
- **Influencer les stratégies publiques et privées :** Faire évoluer les politiques de mobilité et les pratiques des grands événements sportifs (UTMB, Marathon du Mont Blanc).



© JAKE TERRY

Projets phares 2025-2026

Projet	Objectifs	Opportunités pour les partenaires
JOP 2030.	Informer et outiller les citoyen·es pour maitriser l'impact du projet.	Visibilité médiatique et association à une campagne d'envergure nationale.
Digitalisation des données mobilité.	Lancer un kit pédagogique et un livre blanc sur la mobilité douce.	Co-branding et diffusion locale.
Événements communautaires.	Rassembler et renforcer l'engagement dans les groupes locaux.	Co-branding et co-organisation partout en France.

BILAN FINANCIER 24-25
ET PERSPECTIVES 25-26



©MAREK PIWNICKI

Bilan financier 2024-2025 : Une année de consolidation

RECETTES	265 300 €
Mécénat B2B	184 000 €
Prestations de service	37 000 €
Adhésions et dons	21 000 €

DÉPENSES	228 000 €
Masse salariale	146 000 €
Opérations et projets	36 000 €
Résultat	Excédent de 37 300 €

Répartition des dépenses

64% : Masse salariale

20% : Opérations et projets

9% : Frais de structure

7% : Locaux

" 2024-2025 marque un tournant financier pour POW France, avec un retour à l'équilibre et une diversification des sources de revenus, preuve de la confiance croissante de nos partenaires. "

Budget prévisionnel 2025-2026 : Stabilité et ambition

RECETTES VISÉES	353 000 €
Mécénat	184 000 €
Prestations de service	25 000 €
Projets financés	40 000 € 21 000 € 30 000 €

DÉPENSES	351 200 €
Masse salariale	187 000 €
Opérations et projets	50 000 €
Équilibre	Excédent prévu de 1 800 €

"Notre budget 2025-2026 reflète une ambition mesurée : consolider nos actions tout en assurant notre pérennité financière, avec un focus sur l'autofinancement des projets."

Opportunités pour les partenaires financiers :

TYPE DE SOUTIEN	BÉNÉFICES POUR LE PARTENAIRE	EXEMPLES CONCRETS
Mécénat financier	Visibilité médiatique, alignement RSE, accès à notre réseau d'influence.	La Voix des Glaciers : 50 projections, 5 000 participants, 15 articles de presse.
Mécénat de compétence	Reconnaissance en tant qu'expert, intégration dans nos groupes de travail.	Accompagnement juridique ou communication pour nos campagnes.
Partenariat événementiel	Association à une campagne médiatique (ex : POW Mobility Month).	50 000 km à vélo, 1 100 athlètes engagés, couverture par Strava et Montagnes Magazine.
Co-branding	Exposition auprès de notre communauté (40 000 membres, 15K followers Instagram).	Création de produits ou contenus communs (ex : merch, vidéos).

" Devenez partenaire de POW France et associez votre marque à un mouvement qui allie impact climatique, visibilité médiatique et réseau d'influence unique. "

DES ACTIONS DES RÉSULTATS DE L'IMPACT

©GAETAN GAUDISSARD

ILS NOUS SOUTIENNENT

NIDECKER

PICTURE

les others

ARC'TERYX

lagoped

MILLET.

feel

BURTON

SALOMON

ANNECY

SKI-Planet

Mero Mero

Kryo OPTIQUE LAURY DEPUIS 1974

POC

icebreaker Move to natural

ELEMENTS nature is family

SUUNTO

ORAGE

YOONLY SWITCH ON LIFE

RUN the ALPS