

Avant même que la course ne commence, certains se prenaient déjà au jeu en ramassant les déchets trouvés sur leur chemin. Allier sport et écologie tout en s'amusant, tel était l'objectif de la manifestation organisée par l'association «Urban Training». Cette dernière, qui propose des exercices dans près de quarante-cinq villes suisses, a l'habitude d'utiliser comme terrain d'entraînement les rues, les parcs, ou les bords du lac. Sensible à la propreté de ceux-ci, l'association désirait apporter un aspect écologique à ses projets, tout en restant dans la convivialité. «En peu de temps, on a réuni beaucoup de monde. Plus on fera d'activités comme celles-ci, plus on sensibilisera les gens», explique Mathieu Gleyre, co-organisateur de la manifestation, et président d'«Urban Training». Pour sa première édition, le concept a été inauguré dans la ville de Gland, où près de soixante coureurs ont répondu présent.



Les coureurs, munis de leurs gants et de leur sac-poubelle, ramassaient dès les premières secondes les déchets trouvés par terre. SIGFREDO HARO



On n'est pas là pour se promener!

MATHIEU GLEYRE
PRÉSIDENT DE L'ASSOCIATION
«URBAN TRAINING»

Semer le beau geste

En premier lieu, petits et grands ont commencé par un échauffement en musique. «On n'est pas là pour se promener!», s'exclamait Mathieu Gleyre pour motiver les troupes. Les coureurs se sont ensuite chacun munis de gants et d'un sac-poubelle, afin d'être parfaitement équipés pour débiter la course aux déchets. Dès lors, les sportifs ont arpenté les rues de Gland pendant une heure et demie et ont pu goûter aux devoirs des employés de la voirie. «Le pire, c'est les mégots! Ils sont presque incrustés dans le goudron», expliquait une participante, tout en ramassant l'objet cité.

Une course à pied qui a nettoyé les rues

GLAND Dimanche, près de soixante coureurs ramassaient les déchets dans les rues de Gland à l'occasion de l'«Urban Plogging».

PAR LAURA GRAND

D'autres coureurs, plus chanceux, avaient l'occasion de découvrir sous certaines bouteilles en plastique des petits papiers faisant office de cadeau et remportaient, par exemple, des bons de réductions chez les petits commerçants du coin.

Au terme de la course, les par-

ticipants arrivaient un à un, leur sac-poubelle à la main, satisfaits de leur bonne action.

«Ça devrait être organisé plus souvent!», sourit un père de famille glandois, qui tenait dans sa main un sac à deux doigts de craquer. «Quand on marche dans la rue tous les jours, on ne se rend pas compte. Je crois

qu'il n'est pas encore entré dans les esprits de tout le monde que les mégots sont aussi des déchets...» Les ordures étaient finalement triées pour être recyclées.

Sensibiliser la population

Par ailleurs, l'événement s'accordait parfaitement avec les

idéaux de la ville de Gland. Depuis quatre ans, une commission interne à la commune a été créée afin de lutter contre le littering. «Nous procédons à diverses petites actions de prévention. Pour moi, la propreté appelle la propreté», exprime Christine Girod, municipale et membre de ladite commission.

C'est quoi?

Le «plogging» est un terme venant de Suède qui allie le mot «plocka upp», qui signifie «ramasser», au mot «jogging». Cette discipline sportive consiste ainsi à faire son jogging avec des gants et un sac-poubelle dans la main, afin de ramasser les déchets trouvés au bord du chemin pendant sa course. Ce concept vient du pays nordique, où les premiers événements y ont été organisés en 2016.

Parmi ces actions, des enseignes ont été dessinées à côté des égouts afin de faire comprendre à la population que les mégots, une fois jetés à l'intérieur, vont droit au lac et le polluent.

Le 23 septembre, une nouvelle session d'«Urban Plogging» sera organisée à Morges.

Fini Cidis et Uvavins, place à Cave de La Côte

TOLOCHENAZ Porteuses de confusion, les caves Cidis et Uvavins se rassemblent définitivement sous un seul nom.

«Cave de La Côte» sobrement inscrit en lettres noires, encadrées d'un tracé rouge, soit «la couleur du vin, de l'amour et de la passion». C'est le nouveau logo présenté vendredi au public par la coopérative du même nom basée à Tolochenaz, qui regroupe plus de 300 petits et grands vigneron de la région. C'est désormais aussi l'unique enseigne qui sera visible par les automobilistes depuis l'autoroute A1 à l'entrée de Morges, en lieu et place des trois différentes qui existaient jusqu'à ce jour.

«Nous nous sommes rendus compte que nous avons un problème d'identité, que nous ne savions pas bien communiquer qui nous étions», avoue volontiers Julien Hoefliger, CEO de la société. Et pour cause. Cela fait depuis 1990 que Cidis est une filiale des caves Uvavins.

Fusionnées sous l'unique nom de «Uvavins, Cave de La Côte» il y a six mois de cela, l'entreprise et sa filiale avaient néanmoins gardé deux noms, deux enseignes, deux sites internet différents. Une confusion sur

laquelle la coopérative a réfléchi et qui l'a poussé à clarifier juridiquement et visuellement les choses.

En découle cette unique dénomination sous le terme «Cave de La Côte», accompagnée d'un nouveau visuel.

Valoriser de nouvelles techniques

Cette nouvelle identité est aussi l'occasion de mieux valoriser certains produits auprès des consommateurs. «Nous avons des producteurs qui travaillent selon une viticulture spécifi-



Pierre Duruz, président du conseil d'administration, et Julien Hoefliger, directeur général de la Cave de La Côte, posent devant les cuves décorées par l'artiste Original. SAMUEL FROMHOLD

que, avec des techniques plus naturelles», souligne Julien Hoefliger. Vins vivants, sans intrants, cultures en biodynamie ou crus véganes, telles sont quelques-uns des produits travaillés par certains vigneron de la région.

Finalement, l'entreprise veut aussi sortir des idées reçues

qui entourent la coopérative. Elle rappelle à cette occasion qu'il s'agit d'un «modèle d'avenir» rapprochant consommateurs et producteurs, ces derniers étant directement détenteurs de la cave. Et émet le désir de toucher les jeunes générations amateurs de vin d'une autre manière, notam-

ment par le biais de rencontres, en direct ou via des capsules vidéos.

Grâce à cette nouvelle formule, Cave de La Côte espère ainsi mieux se faire connaître au sein de sa propre région, mais aussi toucher d'autres marchés, comme celui de la Suisse alémanique. **MM**



EN CHIFFRES

- 5 millions de bouteilles vendues par année
- 350 vigneron ayant une part sociale et livrant leurs productions à la coopérative
- 200 crus différents
- 30 cépages cultivés