



Face à des graminées qui étouffent, la science cherche la parade pour sauver les terrains.
Jean-Christophe Bott/Keystone

Pour protéger les terrains, on spraye de la crème solaire sur le gazon

Football Comme nos bambins à la plage, les pelouses suisses se font enduire de protection anti-UV. Derrière cette image cocasse se cache un défi climatique qui transforme l'industrie du sport.

Ugo Imsand-Curty

Les premiers tours de la Coupe de Suisse offrent un dépaysement dont le charme ne faiblit pas, saison après saison. Des stars du ballon rond se retrouvent à croiser les crampons avec des amateurs, bien souvent en rase campagne. Pourtant, le plus redoutable des adversaires n'est pas à chercher dans le camp d'en face cet été.

C'est bien le soleil et la sécheresse qui menacent ces talus footballistiques et autres «champs de patates». «Pour cette édition 2026, l'Association suisse n'a pas été sollicitée par les clubs qui reçoivent au premier tour. Mais ce sera un vrai défi à l'avenir», reconnaît Pierre-Yves Bovigny, responsable des pelouses à l'ASF.

Plusieurs pelouses inquiètent en Suisse

La question se pose déjà pour les championnats, même au sommet de la pyramide. Depuis la reprise, notamment en Challenge League, plusieurs terrains tirent la langue. L'agronome basé à Genève a dû procéder à des inspections quelques jours seulement avant certains matches, pour certifier que les rencontres pourraient avoir lieu.

«Il y a vingt ans, le grand défi était de faire pousser le gazon l'hiver en Suisse, contextualise Pierre-Yves Bovigny, qui inspecte aussi les aires de jeu de la Nati. On investissait dans des systèmes de chauffage et de luminothérapie. Aujourd'hui, le vrai casse-tête, c'est que l'herbe grandisse l'été.»

Les graminées arrêtent de pousser au-dessus de 28 degrés et perdent déjà la moitié de leur capacité de croissance à 21 degrés. La chaleur et la trop brève pause estivale (plus courte en Suisse qu'ailleurs en Europe) ne permettent pas aux terrains de se régénérer.

Les 20 clubs professionnels du pays (deux premières divisions) investissent massivement pour préserver leur surface de jeu. «Certains ont notamment acheté des climatiseurs qui s'apparentent à des canons à neige coûtant plusieurs dizaines de milliers de francs.»

«Depuis une dizaine d'années, il est courant que les responsables d'entretien répandent des produits anti-UV sur l'herbe. Cela fonctionne comme une crème solaire pour notre peau.» Comptez environ trois décilitres dilués pour couvrir un terrain.

Les grands clubs de football (et les golfs) du pays protègent

donc la cuticule de leurs pelouses, comme on préserve nos bambins à la plage. À deux exceptions près: l'herbe ne pleure pas et le pigment sprayé comporte un effet secondaire, désirable pour une fois: il teinte de vert les surfaces de jeu. Permettant au passage de maquiller les zones jaunies ou endommagées.

Un procédé souvent utilisé avant les gros matches, y compris ceux de la Nati. La Suisse est l'un des rares pays en Europe (avec la Suède notamment) à pouvoir compter sur la science d'un agronome. Une expertise qui deviendra la norme.

Les Verts bichonnent leur terrain de football

La recherche va bon train pour que l'herbe ne soit pas plus verte ailleurs. Saint-Étienne a récemment investi dans un système de récupération des eaux de pluie, couplé à un système d'irrigation par marée (subirrigation). Les bien nommés Verts tirent aussi une toile sur le haut des tribunes de Geoffroy-Guichard, tel un gigantesque parasol. Deux solutions parmi tant d'autres. Les types de gazons évoluent aussi. Des graminées tropicales – notamment venues d'Asie ou d'Afrique – sont déjà implantées au Tessin.

Reste que tous ces efforts ne permettent pas de freiner la multiplication des terrains synthétiques. Selon Pierre-Yves Bovigny, environ 500 des 3300 aires de jeu en Suisse ne voient plus l'ombre d'une tondeuse. Un pourcentage qui va encore augmenter. «Ces synthés

«Il y a vingt ans, le grand défi était de faire pousser le gazon l'hiver en Suisse. Aujourd'hui, c'est que l'herbe grandisse en été.»

Pierre-Yves Bovigny
Responsable des pelouses à l'ASF

sont pointés du doigt parce que ce sont des îlots de chaleur qu'il faut arroser pour refroidir, qu'ils sont produits avec des matières dérivées du pétrole, difficiles à recycler et peu durables», souligne notre expert, qui est aussi maître d'enseignement à la Haute école du paysage, d'ingénierie et d'architecture de Genève (Hepia).

Autant de critères qui ne riment pas vraiment avec lutte contre le réchauffement climatique. Mais là aussi, l'industrie innove. «D'ici à 2031, les lois européennes interdiront l'utilisation de microplastiques. Déjà maintenant, on utilise des composés de coco, noyaux d'olives concassés, etc. L'autre piste de développement, ce sont des plastiques biosourcés, produits naturellement par des bactéries qu'on gève dans des réacteurs. On se trouve à un moment charnière.»

Un terrain de jeu illimité pour les scientifiques et les industriels, qui doit permettre aux joueurs de foot amateurs de continuer à défier les stars du ballon rond en Coupe. Même si les talus du foot venaient à disparaître sous les tacles de la canicule.

Trois conseils pour les clubs régionaux

Le Valais est le seul canton romand qui s'est doté d'un programme de réduction de l'utilisation de l'eau pour les terrains de sport. Régulièrement, Pierre-Yves Bovigny y donne une formation d'un jour destinée aux communes. Des terrains qui n'ont rien à voir avec les stades de Super League. «C'est comme dans l'automobile: il y a vingt For-

mule 1 dans le monde, mais deux milliards de voitures», illustre l'agronome-formateur.

Quels conseils peut-il donner aux clubs régionaux pour lutter au mieux face à la sécheresse? «La première étape, c'est d'avoir un compteur pour mesurer précisément combien d'eau on utilise.» Une sonde capacitive permet aussi de quantifier l'humidité et d'arroser au bon moment.

Des travaux d'entretien spécifiques, comme l'ajout de sable, permettent aussi de mieux emmagasiner l'eau et l'humidité. Notamment dans les zones de compaction, comme les cinq mètres devant les goals ou le milieu de terrain, qui nécessitent un soin renforcé, afin que les eaux de pluie ou d'arrosage puissent continuer à s'infiltrer dans le sol.

La dernière clé réside dans les apports de la technologie, notamment celle développée par une société valaisanne: les tubes Aqua4D, largement présents dans les stades de football en Suisse. «On le fixe sur l'arrivée d'eau. Son champ magnétique permet de casser les clusters d'eau et rend les gouttes plus petites pour mieux entrer dans la plante. Cela permet de réduire entre 30 à 40% l'arrosage et la fertilisation, sans rien faire de plus.»

Impressum

Tamedia Publications

romandes SA

Avenue de la Gare 33,
1001 Lausanne
Editeur: Pietro Supino
Directrice: Jessica Peppel-Schulz
Responsable du marché lecteurs:
Marc Isler

Le Matin Dimanche

Rédacteur en chef: Patrick Monay
Rédacteur en chef adjoint: Jocelyn Rochat
Direction artistique: Adriano Fagioli
Cheffe photo: Natalia Mottier

Cellule d'enquête «Matin Dimanche»

et «SonntagsZeitung»:

Oliver Zihlmann, Catherine Boss
Cahier Sports: Florian Müller
Cahier Découvertes: Florence Milloud
et Fabienne Rosset (resp. par intérim)

Médiateur: Denis Etienne
(denis.etienne@tamedia.ch)

Courrier des lecteurs: courrierlmd@tamedia.ch

Print Desk Suisse romande

Directeur de production: Nicolas Fleury
Directrice de production adjointe:
Christine Emery
Cheffe d'édition: Saskia Gallitz

Rédaction Tamedia

Suisse romande

Rédactrice en chef resp. par intérim: Virginie Lenk
Rédactrice en chef adjointe: Sophie Davaris
Rédacteur en chef adjoint: Patrick Monay

Service Clients

0842 833 833
Commande de jetons pour caissettes
et abonnements numériques:
Avenue de la Gare 33, CP 1095, 1001 Lausanne
Commandez dès maintenant par téléphone au
0842 833 833 ou par internet:
abo.lematindimanche.ch

Depuis l'étranger, veuillez composer le
+41 21 349 31 90

Marketing

Avenue de la Gare 33, 1001 Lausanne
marketing@lematindimanche.ch
Tél. 021 349 31 01
Business Manager: Olivier Cretton

Publicité Print Suisse romande

Tamedia Advertising SA
Seestrasse 39, CH-8700 Küsnacht
Tél. +41 21 349 50 50,
annonces@tamedia.ch

En plus des formes classiques de publicité, le type de contenu promotionnel suivant apparaît dans les médias de Tamedia:

Branded Content: Le contenu s'articule généralement autour d'un sujet en lien avec le produit ou le service de l'annonceur et est préparé par l'équipe Commercial Content. Le Branded Content reprend le design du titre support et est identifié, par exemple, par les mentions «Sponsored», «Présenté par» ou «Paid Post». La collaboration avec la rédaction de Tamedia est exclue sur ces deux formats publicitaires. D'autres formes spéciales de publicité ou de collaboration avec des clients, notamment dans les domaines du voyage ou de l'automobile, sont indiquées séparément.

Audience

230 000 lecteurs
(audience print Mach Basic 2026-1)

Une marque de Tamedia

INDICATION DES PARTICIPATIONS
IMPORTANTES SELON ARTICLE 322 CPS:
CIL Centre d'Impression Lausanne SA

© TOUS LES DROITS SONT RÉSERVÉS.
Imprimé en Suisse

VOUS AVEZ UNE BONNE INFORMATION?
Appelez au 021 349 49 49