



Membership policy

-

private & public organizations

La communauté des Cosmos Rangers mobilise la société civile, les entreprises et d'autres parties prenantes du monde entier pour qu'elles alignent leurs stratégies et leurs opérations sur les trois lois de l'exploration spatiale et qu'elles prennent des mesures qui favorisent ces objectifs. Avec une base diversifiée d'entreprises et d'organisations non commerciales, Cosmos for Humanity engage les parties prenantes à tous les niveaux de leur parcours de durabilité.

L'association Cosmos for Humanity a son siège social situé au 5, Place du Palais Bourbon, 75007 Paris, immatriculée sous le numéro SIRET : 90488914400013, représentée par Madame Claire Elss, Présidente de l'association.

1. L'ADHESION

L'adhésion à Cosmos for Humanity offre aux entreprises :

- L'accès à un réseau de Cosmos Rangers engagés pour la préservation de l'environnement spatial.
- Un accompagnement pour intégrer la durabilité spatiale dans la stratégie RSE de l'entreprise.
- Des opportunités de collaboration sur des projets à impact social et environnemental.
- Des événements : tables rondes, conférences et workshops sur la durabilité spatiale.
- Une visibilité accrue via le site, les rapports annuels et les communications de Cosmos for Humanity.
- La possibilité de participer à la gouvernance de Cosmos for Humanity.

2. PROCEDURE D'ADHESION

Tous les membres doivent fournir lors de leur première adhésion une preuve de leur statut juridique.

Toutes les entreprises candidates doivent fournir des informations sur leur chiffre d'affaires annuel en EUR. Les informations sur le chiffre d'affaires annuel de l'entreprise candidate détermineront le montant de la contribution financière annuelle requise.

Toute filiale, indépendamment de la participation de sa société mère, peut demander individuellement à devenir participante. Les filiales peuvent également choisir de participer par le biais de l'engagement de leur société mère, qui s'applique à toutes les filiales et à tous les bureaux nationaux.

La communauté des Cosmos Rangers procède à un examen de la candidature et vote à la majorité pour son intégration à la communauté. Si au cours de la procédure d'adhésion, la communauté des Cosmos Rangers n'accepte pas l'organisme candidat ou que les informations transmises par l'entreprise sont jugées inexacts, peu claires ou incomplètes, Cosmos for Humanity se réserve le droit de rejeter la candidature.

3. LES ENGAGEMENTS

Bien que Cosmos for Humanity n'ait pas pour mandat d'être un organisme de conformité ou de surveillance, l'initiative offre une plateforme pour l'amélioration continue, la responsabilité publique, l'apprentissage et le dialogue.

Pour adhérer à Cosmos for Humanity, sous réserve d'être accepté par un vote favorable de la majorité des Cosmos Rangers, et suivant leur typologie, les entreprises doivent respecter les engagements ci-dessous :

A- POUR LES OPÉRATEURS SPATIAUX

Mettent en œuvre les lanceurs, les satellites et les systèmes d'in-orbit servicing (ADR, refueling, life-extension...)

- Obligation d'engager un processus de labellisation Cosmos for Humanity (C4H) dans les 6 à 12 mois suivant l'adhésion.
- Intégration des principes du spatial durable dans leur modèle d'affaires et leur supply chain.
- Relayer la mission et les initiatives de Cosmos for Humanity

B- POUR LES MANUFACTURIERS DU SPATIAL

Produisent les véhicules spatiaux mais ne les mettent pas en œuvre dans l'espace

- Fourniture d'un rapport annuel démontrant le respect des engagements découlant des Trois lois de l'exploration spatiale durable (voir annexe 3).
- Participation aux discussions stratégiques et aux événements Cosmos for Humanity sur l'impact du spatial dans d'autres industries.

C- POUR LES AUTRES ACTEURS ÉCONOMIQUES

Appartiennent au secteur spatial (analyse des données d'observation, fournisseur d'internet/TV par satellite), ou à d'autres secteurs économiques (agro-alimentaire, transport, ONG...)

- Fourniture d'un rapport annuel démontrant le respect des engagements découlant des Trois lois de l'exploration spatiale durable (voir annexe 4).
- Participation aux discussions stratégiques et aux événements Cosmos for Humanity sur l'impact du spatial dans d'autres industries.

4. CATÉGORIES D'ADHÉSION ET TARIFS

Chiffre d'affaire annuel	Cotisation annuelle	
	<i>Entreprise</i>	<i>Filiale</i>
Moins de 22 millions d'euros	950 euros	500 euros
22 à 44 millions d'euros	1 750 euros	950 euros
44 à 220 millions d'euros	2 300 euros	1 750 euros
220 à 440 millions d'euros	4 500 euros	2 300 euros
440 à 880 millions d'euros	7 000 euros	3 500 euros
880 M à 4,4 milliards d'euros	14 000 euros	7 000 euros
4,4 à 8,8 milliards d'euros	20 000 euros	10 000 euros
8,8 à 26,4 milliards d'euros	25 000 euros	12 500 euros
Plus de 26,4 milliards d'euros	30 000 euros	15 000 euros
Moins de 10 salariés	500 euros	250 euros
Organisation à but non lucratif	250 euros	

Pour une adhésion en cours d'année, l'intégralité du montant reste dû : la cotisation annuelle couvre la période du 1er janvier au 31 décembre et n'est pas calculée *prorata temporis*.

ANNEXE 1 : Les Trois lois de l'exploration spatiale durable

Les Trois Lois de l'exploration spatiale ont été définies dans un [article](#) de Jean-Claude Worms, directeur exécutif du COSPAR, en miroir aux Trois Lois de la robotique définies par l'universitaire et vulgarisateur scientifique Isaac Asimov.

Ces trois lois définissent l'esprit d'une exploration durable de l'espace, réalisée au bénéfice de l'Humanité tout en assurant la préservation de l'environnement spatial. Ce dernier est entendu comme comprenant tous les espaces en lien direct ou indirect avec l'exploration spatiale et comprend :

- Les océans et les terres émergées
- Les orbites terrestres
- Les corps célestes du système solaire
- Les différentes couches de l'atmosphère terrestre
- La magnétosphère terrestre

	LES TROIS LOIS DE L'EXPLORATION SPATIALE	OBLIGATIONS DÉCOULANT DES TROIS LOIS
LOI ZÉRO	Les agents d'exploration de l'espace doivent s'efforcer de protéger l'Humanité et le progrès scientifique.	Les agents de l'exploration spatiale, acteurs économiques en lien direct ou indirect avec l'espace, doivent s'efforcer de préserver le Cosmos en identifiant leurs dépendances au spatial et en participant à la préservation de l'environnement spatial.
PREMIÈRE LOI	Les agents d'exploration de l'espace ne doivent pas dégrader l'environnement d'un corps ou d'une région planétaire ou, par des mesures de protection inefficaces ou par leur inaction, laisser l'environnement se dégrader, sauf en cas de conflit avec la Loi Zéro.	Les agents de l'exploration spatiale doivent prouver ne pas dégrader l'environnement spatial. Les agents de l'exploration spatiale doivent prouver prendre des mesures de protection efficaces pour préserver l'environnement spatial. Les agents de l'exploration spatiale doivent prouver qu'ils ne restent pas inactifs face à la dégradation de l'environnement spatial.
DEUXIÈME LOI	Les agents d'exploration de l'espace doivent s'efforcer de repousser les limites de la connaissance de l'Univers par le biais de l'exploration robotique ou humaine de l'espace, sauf si ces moyens entrent en conflit avec la Loi Zéro ou la Première Loi.	Un quelconque bénéfice lié à l'exploration spatiale ne saurait justifier une atteinte manifestement disproportionnée à l'environnement.
TROISIÈME LOI	Les agents d'exploration de l'espace doivent protéger leurs biens et moyens d'exploration, sauf si cette protection avec la Loi Zéro, la Première ou la Deuxième loi.	Les agents de l'exploration spatiale doivent utiliser les ressources planétaires avec sobriété.

ANNEXE 2 : Nature des obligations découlant des Trois lois selon la typologie des entreprises

	MANUFACTURIERS DU SECTEUR DU SPATIAL	AUTRES ACTEURS ÉCONOMIQUES	OPÉRATEURS SPATIAUX
LOI ZÉRO	<ul style="list-style-type: none"> • Identifier la place du spatial dans la chaîne de valeur de l'entreprise • Participer au financement des opérations de retrait de débris spatiaux • Communiquer sur la problématique des débris spatiaux 	<ul style="list-style-type: none"> • Identifier la place du spatial dans la chaîne de valeur de l'entreprise • Participer au financement des opérations de retrait de débris spatiaux • Communiquer sur la problématique des débris spatiaux 	<p>Entreprises :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Engager la procédure de labélisation dans les 6 à 12 mois suivant l'adhésion <p>Startups :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Présenter dès l'année N les avancées sur la documentation des KPI du label • Engager la procédure de labélisation au plus tard en année N+2
PREMIÈRE LOI	<ul style="list-style-type: none"> • Réaliser et publier des ACV détaillées des produits • Produire des véhicules fiables qui privilégient la qualité sur la quantité • Documenter l'OSF de ses clients 	<ul style="list-style-type: none"> • Prendre en compte la durabilité spatiale dans la chaîne de valeur • Intégrer la durabilité spatiale dans les critères de sélection des fournisseurs • Communiquer sur l'OSF de ses fournisseurs • Recours privilégié aux opérateurs labélisés 	
DEUXIÈME LOI	<ul style="list-style-type: none"> • Appuyer la recherche sur l'impact environnemental des activités spatiales 	<ul style="list-style-type: none"> • Démontrer l'intérêt du recours au spatial 	
TROISIÈME LOI	<ul style="list-style-type: none"> • Produire des véhicules économes en ressources 	<ul style="list-style-type: none"> • Démontrer l'intérêt du recours au spatial 	

ANNEXE 3 : Obligations spécifiques aux manufacturiers du spatial

ENGAGEMENTS	OBJECTIFS	CRITÈRES
<p>1. Identifier la place du spatial dans la chaîne de valeur de l'entreprise</p>	<p>Les Manufacturiers doivent clairement documenter les secteurs de leur activité qui dépendent de l'accès aux données spatiales et identifier quels sont leurs fournisseurs de données spatiales.</p>	<p>L'entreprise décrit clairement dans son DPEF ses dépendances au spatial, intègre ce risque dans son analyse de double matérialité, et indique quelle est sa stratégie pour gérer ce risque.</p>
<p>2. Réaliser et publier des analyses de cycle de vie (ACV) détaillées des produits</p>	<p>Les Manufacturiers doivent réaliser des ACV complètes des véhicules spatiaux qu'ils produisent. Ces ACV permettent à l'ensemble des agents d'avoir une vision plus claire de l'impact environnemental des activités spatiales. Elles permettent aux aussi aux opérateurs de comparer les différents véhicules disponibles d'un point de vue de la durabilité.</p>	<p>L'entreprise a publié au moins une ACV relative à son principal produit au cours des trois années passées.</p>
<p>3. Financer la recherche sur l'impact environnemental des activités spatiales</p>	<p>Les Manufacturiers doivent financer ou participer à des études sur l'impact environnemental des activités spatiales. Ces études doivent permettre, sur le long terme, l'élaboration d'ACV de plus en plus précises.</p>	<p>L'entreprise a financé ou participé à une étude sur l'impact environnemental des rentrées atmosphériques, de la pollution orbital, ou des retombées sur les terres ou dans les océans au cours des cinq années passées.</p>
<p>4. Produire des véhicules fiables qui privilégient la qualité sur la quantité.</p>	<p>L'absence d'une prise en compte sérieuse de l'impact environnemental des activités spatiales conduit à rendre économiquement rentable, pour certains opérateurs spatiaux, le recours à des satellites « jetables » de moindre qualité et plus susceptibles d'avaries techniques. Les Manufacturiers doivent donc s'engager à produire des véhicules de qualité dont la fiabilité est documentée.</p>	<p>L'entreprise doit concevoir et produire ses véhicules spatiaux de manière à ce qu'ils soient explicitement conformes aux guidelines de l'IADC et de la Charte Zero Debris en matière de ruptures internes.</p>

<p>5. Produire des véhicules économes en ressources</p>	<p>Les Manufacturiers doivent pouvoir proposer aux opérateurs spatiaux des véhicules spatiaux fiables qui offrent la possibilité d'une extension de leur durée de vie, de manière à pouvoir économiser les ressources terrestres. Lorsque cela n'est possible, la possibilité d'inclure des dispositifs de recyclage doit être étudiée.</p>	<p>L'entreprise doit prévoir la possibilité de faire bénéficier ses véhicules spatiaux d'opérations de life extension. A défaut, elle doit proposer des mécanismes de réutilisation ou de recyclage de ses véhicules.</p>
<p>6. Documenter l'OSF de ses clients</p>	<p>Les Manufacturiers ont une responsabilité morale vis-à-vis des opérateurs qui utilisent leurs véhicules. Ils doivent donc documenter le comportement de leurs clients, de manière à s'assurer que ces derniers adoptent des comportements durables en matière d'activités spatiales.</p>	<p>Si ses clients ont calculé et documenté leur OSF, l'entreprise doit documenter ces résultats dans son DPEF. Dans l'hypothèse où l'OSF d'un client n'est pas disponible, l'entreprise doit lui demander formellement de la documenter, et préciser dans son DPEF que cette demande a bien été formulée.</p>
<p>7. Participer au financement des opérations de retrait de débris spatiaux</p>	<p>Les Manufacturiers ont une responsabilité morale vis-à-vis des opérateurs qui utilisent leurs véhicules. Ils doivent donc participer financièrement aux opérations de retrait de débris spatiaux.</p>	<p>L'entreprise s'engage à soutenir financièrement chaque année, soit une opération de retrait de débris spatiaux, soit le développement d'un projet dont la finalité est réaliser des opérations de débris spatiaux. Ce soutien est documenté dans le DPEF.</p>
<p>8. Communiquer sur la problématique des débris spatiaux et des rentrées atmosphériques</p>	<p>Les acteurs économiques doivent contribuer à la préservation de l'environnement spatial en participant à faire de cette thématique un sujet de débat public.</p>	<p>L'entreprise s'engage à financer ou à participer à l'organisation d'au moins un évènement annuel sur la préservation de l'environnement spatial.</p>

ANNEXE 4 : Obligations spécifiques aux autres acteurs économiques

ENGAGEMENTS	OBJECTIFS	CRITÈRES
1. Identification de la place du spatial dans la chaîne de valeur de l'entreprise	Les acteurs économiques doivent clairement documenter les secteurs de leur activité qui dépendent de l'accès aux données spatiales et identifier quels sont leurs fournisseurs de données spatiales.	L'entreprise décrit clairement dans son DPEF ses dépendances au spatial, intègre ce risque dans son analyse de double matérialité, et indique quelle est sa stratégie pour gérer ce risque.
2. Prendre en compte de la durabilité spatiale dans sa propre chaîne de valeur	La durabilité des activités spatiales demeure aujourd'hui un angle mort des politiques RSE des entreprises. En prenant en compte la durabilité spatiale dans leurs rapports avec leurs fournisseurs, les acteurs économiques contribuent à créer une incitation à améliorer la performance environnementale du secteur.	L'entreprise doit contractuellement inciter ses fournisseurs à documenter leur OSF ou, s'ils en sont les revendeurs, à communiquer l'OSF de leur propre fournisseur.
3. Intégration de la durabilité spatiale dans les critères de sélection des fournisseurs	En s'appuyant sur l'OSF, les acteurs économiques ont la possibilité de comparer leurs fournisseurs sur la base de la performance environnementale de leurs activités spatiales. Ils peuvent ainsi contribuer à inciter les fournisseurs à améliorer leur performance environnementale en intégrant l'OSF dans leurs critères d'appels d'offre de manière à favoriser les fournisseurs responsables.	L'entreprise s'engage à prendre en compte la durabilité des activités spatiales de ses fournisseurs en intégrant l'OSF dans ses critères de sélection.
4. Démontrer l'intérêt du recours au spatial	De par ses impacts environnementaux, le recours aux services spatiaux doit être mûrement réfléchi par les entreprises et ne pas être employé comme un gadget.	Lorsque l'entreprise recourt à des fournisseurs de services spatiaux, elle doit présenter dans son DPEF une étude coûts/avantages liée à l'utilisation de ces services. Lorsque des alternatives existent au service spatial, elle doit également expliquer son choix de recourir à ce dernier.
5. Communiquer sur l'OSF de ses fournisseurs	Les acteurs économiques peuvent jouer un rôle déterminant dans la préservation de l'environnement spatial en faisant de la durabilité un enjeu de comparaison entre les opérateurs. Les entreprises s'engagent donc à communiquer sur l'OSF de leurs fournisseurs.	L'entreprise doit indiquer l'OSF de ses fournisseurs dans son DPEF ainsi que sur son site internet, ainsi que sur ses documents commerciaux à l'usage des consommateurs.

<p>6. Recours privilégié aux opérateurs labélisés</p>	<p>Les opérateurs de lanceurs et de satellites labélisés sont parmi les plus responsables du secteur. Ils se sont engagés à respecter un cahier des charges stricte en matière de durabilité spatiale. En ayant recourt aux services d'opérateurs labélisés, les acteurs économiques peuvent prouver avoir pris des mesures adaptées pour minimiser leur impact sur l'environnement spatial. Ils contribuent également à valoriser l'activité des opérateurs responsables.</p>	<p>L'entreprise s'engage à n'avoir recours qu'à des opérateurs labélisés, s'il en existe pour ce service.</p>
<p>7. Participation au financement des opérations de retrait de débris spatiaux</p>	<p>Les orbites terrestres constituent une ressource limitée dont la préservation nous incombe à tous. Les acteurs économiques, même s'ils n'ont qu'un lien indirect avec le spatial, doivent prendre leurs responsabilités et contribuer à la préservation de ce Commun de l'Humanité.</p>	<p>L'entreprise s'engage à soutenir financièrement chaque année, soit une opération de retrait de débris spatiaux, soit le développement d'un projet dont la finalité est réaliser des opérations de débris spatiaux.</p>
<p>8. Communication sur la problématique des débris spatiaux et des rentrées atmosphériques</p>	<p>Les acteurs économiques doivent contribuer à la préservation de l'environnement spatial en participant à faire de cette thématique un sujet de débat public.</p>	<p>L'entreprise s'engage à financer ou à participer à l'organisation d'au moins un évènement annuel sur la préservation de l'environnement spatial.</p>

Dernière mise à jour : mars 2025

