

Un stade ouvert et engagé



Xavier Parenteau

Direction Développement durable –
Amélioration continue

Delphine de Labarrière

Chef de projet développement durable et
performance

Benoit Orsel

Chef de Groupe RH & Diversité

www.stadefrance.com

Nom

Consortium Stade de France

Profil

Secteur :

Gestion d'installations sportives

Code NAF :

9311Z

Date de création

1994

Chiffre d'affaires 2013

79 millions d'euros

Implantation

1 site siège

Nombre de collaborateurs

139 (CDI en 2013)

Site Concerné

Siège : Saint Denis la Plaine

Effectif du site

139

concerné

Présentation de l'entreprise

Le Consortium formé par Vinci (67%) et Bouygues (33%) a pour mission la construction, le financement, l'exploitation et la maintenance du Stade de France, via un contrat de concession signé en 1995 pour une durée de 30 ans. Le Consortium doit assurer l'exploitation commerciale du stade mais aussi l'entretien et le développement de ses infrastructures. L'Etat est le propriétaire du Stade de France et le Consortium son partenaire dans le cadre d'une délégation de service public.

Le Stade de France se distingue par sa capacité à faire coexister à la fois une programmation sportive diversifiée, une programmation culturelle et une activité quotidienne touristique (affaires et agrément). Il accueille les équipes nationales lors des grands rendez-vous ainsi que des matchs de clubs et les plus grands concerts.

Rapport au sport

La gestion des enceintes sportives en France est un enjeu stratégique majeur. L'importance de l'enceinte pour le développement des organisations fédérales (fédérations, ligues et clubs) ou encore pour le développement des liens sur le territoire est indéniable. C'est un véritable outil multidimensionnel au service des sportifs, de la collectivité et de la société dans son ensemble.

Dans ce contexte, le rapport qu'entretient le Stade de France avec le sport est triple : il s'inscrit dans sa politique interne, à destination de ses salariés, dans sa politique partenariale dans sa relation avec les parties prenantes et dispositifs mis en place dans une logique de co-construction ainsi que dans sa politique globale en matière de gestion d'équipement sportif autour des enjeux transversaux du développement durable.

Dispositif sport en entreprise

Contexte de mise en œuvre des projets : « Mettre les Hommes et les femmes au cœur de l'action de l'entreprise : nous faisons de la diversité et de l'égalité des chances une priorité de notre politique en matière d'emploi et de relations sociales. La formation, les conditions de travail, le bien être, la santé et la sécurité de nos collaborateurs comme des personnels intervenants au Stade de France sont au cœur de nos préoccupations » (issue de la synthèse des enjeux de développement durable du Consortium Stade de France)

Nature du dispositif : infrastructures sportives in situ, intervention de coachs sportifs, association sportive, rencontres sportives inter entreprises, participation à des compétitions inter entreprises.

Acteurs impliqués :

Internes : direction, association sportive, CE, RH, salariés bénévoles

Externes : intervenants extérieurs ; fédérations sportives, entreprises avoisinantes

Relais de communication : Mails, intranet, Lettre des Collaborateurs

Facteurs clefs de succès : Adhésion de l'Entreprise aux valeurs du Sport par le soutien de la Direction Générale

Perspectives de développement : Pérenniser ce qui est mis en place et fonctionne déjà. Inciter les membres de l'Association à la compétition sur le modèle de la section Tennis.

Développer les valeurs du Sport en entreprise (Cohésion, Esprit d'équipe, Santé...)

Dispositif de partenariat

Partenariats avec le monde sportif déjà engagés : associations sportives

Bien engagé de longue date dans le soutien au monde associatif, le consortium stade de France a créé, en 2012, une commission transverse « partenariat associatif » afin d'inscrire cette démarche RSE et mieux la piloter dans le temps. Celle-ci se structure selon 2 domaines et 5 axes :

- **Actions sociétales**
 - Sensibilisation au handicap
 - Intégration dans le territoire
 - Intégration par le sport
- **Actions environnementales**
 - Protection de la biodiversité, nature en ville
 - Programme de réduction des émissions de gaz à effet de serre
- **Partenaire de l'association Proximité depuis 2012**
 - L'association propose à des jeunes issus des quartiers en difficulté de Seine Saint Denis d'être parrainé individuellement par des bénévoles appartenant à la population active
 - Dans ce cadre 7 collaborateurs du Consortium stade de France parrainent, conseillent et orientent des jeunes filleuls
- **Partenaire de l'association Boxing beats depuis 2012**
 - L'association a pour but d'enseigner la boxe, du loisir jusqu'à la compétition pour tous les âges. Au-delà de ces activités dites classiques, Boxing Beats joue également un rôle social clé en développant de nombreuses activités pour accompagner les jeunes boxeurs dans la concrétisation de leur projet professionnel, et en organisant du soutien scolaire et des programmes culturels pour les jeunes des cités
 - Le Consortium Stade de France soutient le club Boxing Beats sur le volet social et accompagnement professionnel en ayant notamment sollicité la Fondation Vinci afin d'obtenir des fonds financiers pour la rénovation de l'espace dédié à la recherche d'emploi.
 - De plus le Consortium Stade de France s'est engagé à aider, soutenir et accompagner deux jeunes adultes (par an) à trouver un emploi

- **Partenaire de l'association Diambars depuis 2008**

- L'association Diambars vise à aider les jeunes du département en difficulté scolaire à travers des rencontres et des partages de savoirs. La philosophie de l'association est de faire du sport un facteur d'intégration et d'éducation. Le programme « Stade Sup permet de concrétiser cette volonté. L'objectif est faire du stade un lieu de rencontre, d'échange et de partage.
- Le Consortium Stade de France, précurseur et site « pilote » dans cette approche, met gracieusement à disposition des salons tout au long de l'année afin que les élèves puissent réaliser leurs projets et également rencontrer des professionnels métiers
- Le stade de France reçoit également chaque année la cérémonie de clôture. La nouvelle plaquette de l'association a été réalisée avec les équipes du service communication du stade de France

- **Partenaire de l'association Premiers de cordée depuis 2012**

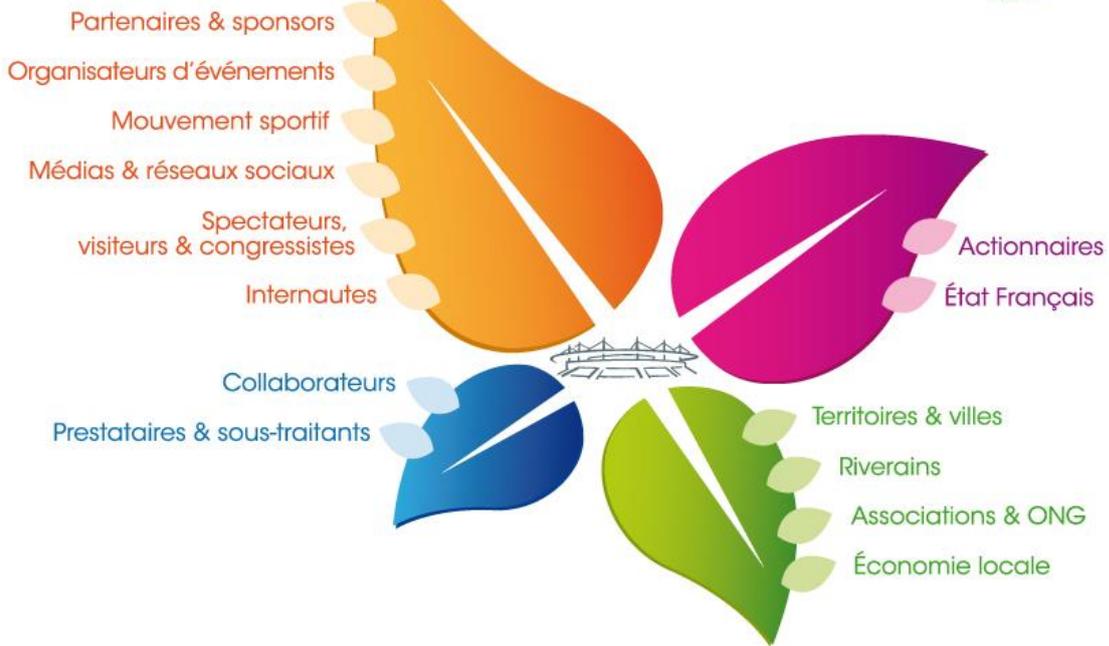
- L'association Premiers de Cordée promeut la pratique du sport comme dynamique de partage. Elle initie notamment la pratique du sport dans l'hôpital ainsi que le handisport à l'école. Une action est également tournée vers les entreprises afin de sensibiliser le plus grand nombre au handicap
- Ce programme se déroule au stade de France avec une participation systématique d'une équipe constituée de 14 collaborateurs. Les bureaux de cette association sont situés au Stade de France. Un don annuel est également donné à l'association
- 16 collaborateurs bénévoles participent, chaque mois, au sein de l'hôpital Robert Debré, également à l'action Sport à l'Hôpital.

Politique en matière de gestion d'équipement sportif

Contexte de mise en œuvre : Depuis son ouverture au public en 1998, le Stade de France a acquis une expérience et des savoirs incontournables en matière de gestion durable d'équipement sportif. Conscient de ses importantes responsabilités environnementales et sociétales, le Stade de France, en cohérence avec ses valeurs de marque, a mis en place, dès 2009, une feuille de route baptisée « Agissons ensemble » exprimant à travers un plan d'actions sa volonté de mieux mesurer, minimiser et maîtriser l'impact de ses activités. D'autre part, le consortium a participé activement à la mise en œuvre de la version française de la norme Iso 20121, issue - entre autre - des Jeux Olympiques de Londres en 2012.

Rapport RSE 2009-2012 « Développement Durable – ou en sommes nous ? » disponible sur : <http://accueil.stadefrance.com/rse>

Nos parties prenantes



Notre feuille de route



Synthèse des enjeux de développement durable du Consortium Stade de France et de ses parties prenantes

Mettre les Hommes et les Femmes au cœur de l'action de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> - Collaborateurs - Ensemble des personnels intervenants au Stade 	Par notre implantation au cœur de la Plaine Saint Denis, nous faisons de la diversité et de l'égalité des chances une priorité de notre politique en matière d'emploi et de relations sociales. La formation, les conditions de travail, le bien-être, la santé et la sécurité de nos collaborateurs comme des personnels intervenants au Stade de France sont au cœur de nos préoccupations.
Développer et entretenir des relations partenariales équilibrées avec nos fournisseurs et sous-traitants	<ul style="list-style-type: none"> - Fournisseurs - Sous-traitants - Concessionnaires 	Nos métiers placent naturellement les sous-traitants au cœur de notre action. En tant que chef d'orchestre des centaines de fournisseurs qui interviennent sur le Stade, il est de notre responsabilité de choisir nos prestataires en cohérence avec nos ambitions en matière de développement durable et de construire avec chacun d'eux un partenariat durable et équilibré, dans une dynamique "gagnant-gagnant."
Partager, en toute transparence, nos succès et nos difficultés	<ul style="list-style-type: none"> - Actionnaires - État - Clients - Collaborateurs 	En établissant un dialogue constructif avec l'ensemble de nos parties prenantes, nous rendons compte régulièrement de nos activités d'une manière transparente, exhaustive et précise. Nous communiquons sur les impacts économiques, sociaux et environnementaux de notre activité.
Offrir et garantir une accessibilité permanente et exemplaire	<ul style="list-style-type: none"> - Ensemble des publics 	Le Stade de France accueille chaque année près de 2 000 000 personnes et son statut lui confère des obligations de service public. L'accessibilité universelle est donc naturellement au cœur de nos préoccupations. Chacun doit pouvoir être accueilli au Stade dans de bonnes conditions, quelque soit ses capacités physiques, son budget, ses centres d'intérêt ou son âge.
Valoriser notre patrimoine immobilier tout en maîtrisant ses impacts sur l'environnement	<ul style="list-style-type: none"> - Environnement (représenté par les ONG) 	C'est en réalisant des investissements permanents pour maintenir la structure à la pointe des innovations que nous construisons son succès et sa compétitivité sur le long terme. La valeur symbolique du stade et les impacts significatifs qu'il génère imposent de mettre le respect de l'environnement au cœur de notre stratégie d'évolution, à travers une exploitation plus performante et efficace, ainsi que des projets de rénovation adaptés.
Conforter notre positionnement unique au cœur d'un territoire pour renforcer notre rôle dans son développement économique et social	<ul style="list-style-type: none"> - Riverains - Populations locales - Collectivités locales - Tissu associatif et économique local 	La participation au développement économique et social du territoire, ainsi que la réduction des effets néfastes sur l'environnement local, ont toujours constitué des objectifs clés pour le Stade, et ce dès le choix de sa localisation. Il représente pour toutes les communautés aux niveaux local, national et même international, de formidables opportunités de progrès sociaux et économiques ; il est de notre responsabilité d'aider à les mettre en œuvre.
Concevoir des événements et commercialiser des produits et services en minimisant leur impact sur l'environnement	<ul style="list-style-type: none"> - Producteurs d'événements - Mouvement sportif - Grand public 	Les événements qu'accueille le Stade ont un impact significatif sur l'environnement. Nous devons donc concevoir des produits et des services équivalents en réduisant au maximum leurs impacts, et guider les producteurs d'événements et le mouvement sportif dans une démarche environnementale.
Mettre au cœur de nos décisions l'écoute et la satisfaction des publics et de l'ensemble de nos clients	<ul style="list-style-type: none"> - Ensemble des publics - Clients BtoB - Partenaires de marketing 	Dix ans après l'inauguration du Stade, la mesure et l'amélioration permanente de la satisfaction de l'ensemble des publics, spectateurs, clients business, visiteurs comme congressistes, constituent le socle de notre stratégie pour assurer son succès sur le long terme.
Mener des actions exemplaires pour sensibiliser nos publics et parties prenantes au développement durable	<ul style="list-style-type: none"> - Ensemble des publics - Producteurs d'événements - Mouvement sportif - État 	Le Stade de France accueille chaque année 2 000 000 personnes et c'est plus de 70 millions de téléspectateurs qui suivent les événements qui s'y déroulent. C'est un lieu où se rencontre un nombre important d'acteurs : représentants de l'Etat, mouvement sportif, producteurs d'événements... Le Stade représente donc un vecteur significatif de sensibilisation et d'éducation du grand public comme de ses nombreuses parties prenantes. Il est de notre responsabilité de mettre en avant les actions exemplaires que nous menons et de mettre en œuvre un programme de sensibilisation adapté.