

Mesure ESG

Paris Grand Slam 2025

Document de restitution





Sommaire

- ✓ Identité de l'événement [3]
- ✓ Méthode & Notation [5]
- ✓ Aperçu de la performance [8]
- ✓ Résultats par domaine [12]
 - ✓ Environnement [13]
 - ✓ Social [14]
 - ✓ Gouvernance [15]
- ✓ Synthèse générale [16]
- ✓ Annexe : 24 vs. 25 [18]

Identité de l'événement



Informations

Sport : Judo

Événement : Paris Grand Slam 2025

Lieu : Accor Arena, Paris Bercy

Dates : 1^{er} au 2 février 2025

Organisateurs : France Judo, International Judo Federation (IJF)

Référentiel : Indice Grands Événements

Chiffres

Athlètes & staff : 765 personnes

Pays : 54 pays

Organisation : 114 personnes

Bénévoles : 205 personnes

Prestataires : 71 prestataires

Spectateurs : 25 000 personnes

Mesure : 3^e édition mesurée

Méthode & notation



Le référentiel utilisé

Les objectifs

- ↳ Répertorier l'**ensemble des engagements** et **actions** menées lors de l'événement
- ↳ Piloter la **stratégie de durabilité** par la collecte de données
- ↳ Évaluer la **performance ESG** de l'événement
- ↳ Identifier les **engagements structurants** et les **opportunités d'action** à mener pour consolider la stratégie dans le temps

Les indicateurs

- ↳ Indicateurs de **moyens** pour référencer les actions menées
- ↳ Indicateurs de **résultats** pour mesurer les résultats obtenus pour les actions menées

Pour certains indicateurs de résultats, le score est attribué selon la **complétion de l'indicateur** en année 1 ou **l'évolution de la donnée** en année 2 et + en cas de mesures régulières ou annualisées.

3 DOMAINES



Environnement



Social



Gouvernance

21 THÉMATIQUES

7

7

7

85 INDICATEURS*

29

30

26

**D'une mesure à l'autre, et selon les caractéristiques de l'événement mesuré, le nombre d'indicateurs peut légèrement varier.*

Les éléments probants ou preuves

- ↳ **Obligatoires** pour valider une réponse à un indicateur
- ↳ Valides si **fiables, pertinents** et **représentatifs** de la réponse donnée
- ↳ Si absents, alors réponse **invalidée** et considérée comme nulle (= 0)
- ↳ **Vérifiés** et **analysés** par nos des experts

L'analyse

↳ **Actions distinctives**

Les actions identifiées comme fortes et différenciantes par les experts lors de l'analyse. Un astérisque (*) indique les actions nouvelles par rapport au Paris Grand Slam 2024.

↳ **Pistes de progression**

Les pistes d'amélioration possibles et prioritaires, identifiées pour leur adéquation avec les spécificités de l'événement mesuré.

↳ **Éléments probants**

Les informations déclarées n'ont pas pu être pleinement validées, faute d'éléments probants suffisants.

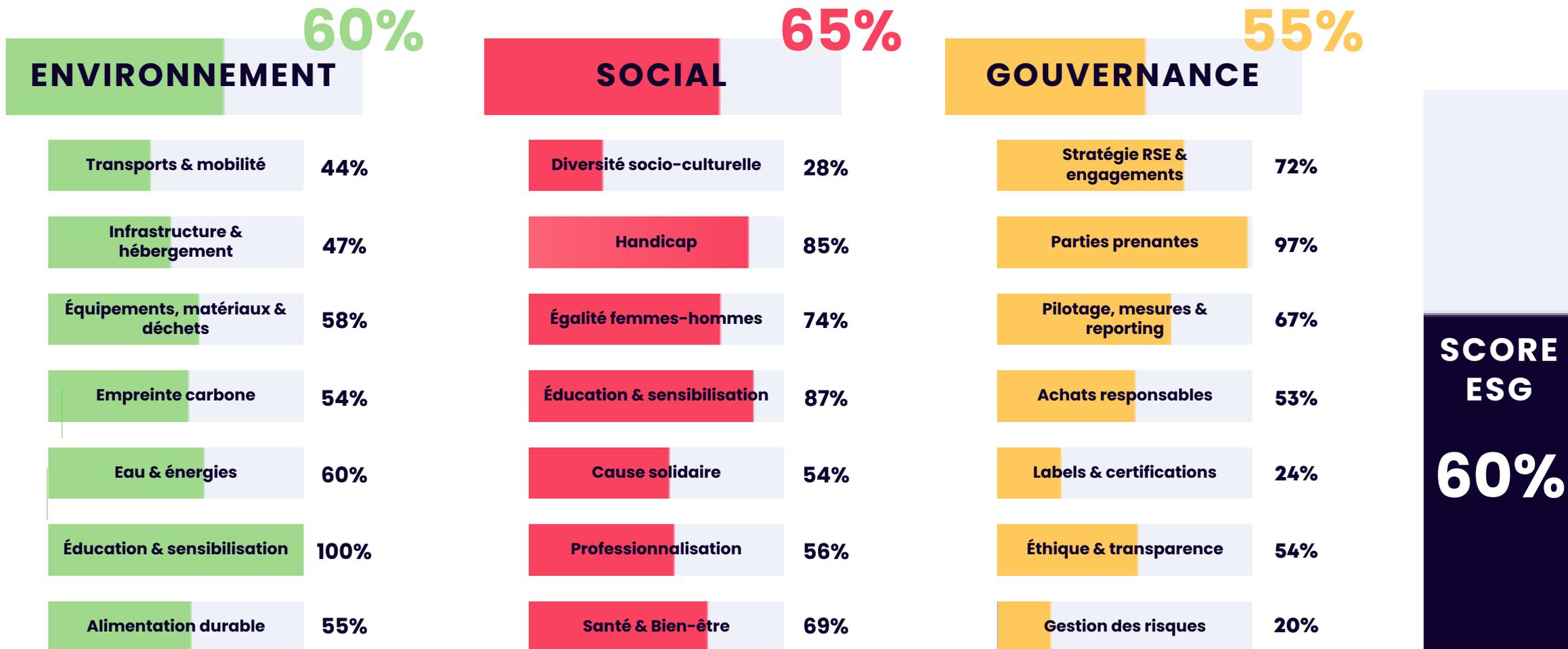


Aperçu de la performance

l'activité



La performance ESG du Paris Grand Slam 2025



Un Paris Grand Slam 2025 aligné sur 16 des 17 ODD

ENVIRONNEMENT



SOCIAL



GOUVERNANCE



Les Objectifs de Développement Durable sont les 17 objectifs définis par l'ONU visant à guider l'ensemble des acteurs internationaux, quelle que soit leur nature, vers un avenir plus durable pour tous. Ils sont rassemblés dans l'Agenda 2030. Chacun des ODD est précisé en cibles, définissant priorités et actions à mettre en œuvre. C'est un référentiel international, une feuille de route et un langage commun.

Les actions menées lors du Paris Grand Slam 2025, et l'obtention d'un score supérieur ou égal à 50% aux indicateurs concernés, ont permis de contribuer à **16 ODD sur 17**. Ce résultat montre la pluralité des actions engagées et l'investissement de l'organisation de l'événement dans une démarche durable, et ce, au regard de ce référentiel international.

Un événement qui travaille ses engagements

Signataire de la **Charte des 15 engagements écoresponsables**, France Judo inscrit le Paris Grand Slam dans une dynamique d'amélioration continue. La mesure, par l'analyse des éléments fournis et les scores obtenus, permet de situer le niveau de contribution de l'événement aux engagements de la Charte.

10 engagements atteints, **3** engagements à renforcer et **2** engagements à approfondir.

POUR LIMITER ET MESURER NOTRE IMPACT ENVIRONNEMENTAL

ENGAGEMENT 1 :
Alimentation durable

ENGAGEMENT 2 :
Mobilités durables

ENGAGEMENT 3 :
Réduction des déchets

ENGAGEMENT 4 :
Sites naturels, espaces verts et biodiversité

ENGAGEMENT 5 :
Préservation des ressources en eau et en énergies

POUR AGIR POUR UNE ÉCONOMIE PLUS RESPONSABLE

ENGAGEMENT 6 :
Achats responsables

ENGAGEMENT 7 :
Sponsoring

ENGAGEMENT 8 :
Empreinte numérique

POUR LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS

ENGAGEMENT 9 :
Contribution à une société plus inclusive

ENGAGEMENT 10 :
Promotion de l'égalité femmes -hommes

ENGAGEMENT 11 :
Accessibilité pour les Personnes en Situation de Handicap

ENGAGEMENT 12 :
Cause solidaire

POUR INFORMER, SENSIBILISER ET FORMER

ENGAGEMENT 13 :
Gestion responsable des bénévoles et des volontaires

ENGAGEMENT 14 :
Mobilisation interne à la démarche d'éco-responsabilité de l'événement

ENGAGEMENT 15 :
Éducation au développement durable



Résultats par domaines





Domaine Environnement

60%

TRANSPORT & MOBILITÉ

44%

ALIMENTATION DURABLE

55%

INFRASTRUCTURES & HÉBERGEMENTS

47%

ÉDUCATION & SENSIBILISATION

100%

ÉQUIPEMENTS, MATÉRIAUX & DÉCHETS

58%

EAU & ÉNERGIES

60%

EMPREINTE CARBONE

54%

À RETENIR

- Une **progression sur la quasi-totalité des thématiques** par rapport à 2024, hors thématique « *Alimentation durable* » ;
- Un **engagement fort dans l'éducation et la sensibilisation aux enjeux environnementaux** via la formalisation et diffusion de bonnes pratiques (éco-gestes) ;
- **8 actions distinctives** dans le domaine, entre continuité et nouveauté (*les nouvelles actions sont désignée par **):
 - La Pyramide des Judogis, amplifiée par d'autres initiatives autour de l'économie circulaire et du judogi (collecte, réemploi, don, upcycling) ;
 - Les applications de gestion des repas et des transports ;
 - La collaboration avec le Chaînon manquant ;
 - La sensibilisation par Surfrider Fondation France* ;
 - Les kakémonos pédagogiques incarnés par Kodomo* ;
 - La vidéo avec les judokas de l'équipe de France* ;
 - Les visuels des gestes de l'éco-supporter et de l'éco-bénévolontaire (*bénévole du Paris Grand Slam*)*.

POUR CONTINUER À BÂTIR

- Pour l'ensemble des thématiques, le principal axe de progression réside dans **la collecte et la structuration des données**, pour quantifier les actions présentes et renforcer leur efficacité, puis identifier et prioriser les actions à créer ;
- **Formaliser et intégrer des critères environnementaux** dans les appels d'offres, cahiers des charges et contrats, en ciblant les enjeux spécifiques à chaque thématique (transports, hébergements, restauration, etc.).

CONTRIBUTIONS AUX ODD



2 FAIM zéro



4 ÉDUCATION DE QUALITÉ



6 EAU PROPRE ET ASSAINISSEMENT



7 ÉNERGIE PROPRE ET D'UN COÛT ABORDABLE



9 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE



10 INÉGALITÉS RÉDUITES



11 VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES



12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES



13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES



14 VIE AQUATIQUE



15 VIE TERRESTRE



17 PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OBJECTIFS



Domaine Social

65%

DIVERSITÉ SOCIO-CULTURELLE

28%

SANTÉ & BIEN-ÊTRE

69%

HANDICAP

85%

PROFESSIONNALISATION

56%

ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES

74%

CAUSES SOLIDAIRES

54%

ÉDUCATION & SENSIBILISATION

87%

À RETENIR

- Une **progression sur la quasi-totalité des thématiques** par rapport à 2024, hors « *Cause solidaire* », traduisant l'**engagement du Paris Grand Slam sur les enjeux sociétaux et sa volonté de toucher tous les publics présents** ;
- **11 actions distinctives** dans le domaine, entre actions renouvelées et actions nouvelles (*désignée par **):
 - La valorisation du parajudo et des parajudokas ;
 - Le bénévolat inclusif et adapté ;
 - L'innovation testée pour faciliter l'accès à l'événement aux personnes avec un handicap visuel* ;
 - La mise en visibilité des athlètes féminines ;
 - Le kakémono de prévention des violences avec Colosse aux pieds d'argile ;
 - Le partenariat avec l'EFS (don de visibilité) ;
 - L'opération « 1 ippon = 100€ » du Crédit Agricole ;
 - La Pyramide des judogis ;
 - L'engagement au profit de Mayotte* ;
 - L'initiation des 300 écoliers et collégiens au Dojo de Paris* ;
 - La présence des jeunes reporters*.

POUR CONTINUER À BÂTIR

- **Renforcer la méthodologie de collecte de données** pour s'assurer de l'efficacité des actions menées, mieux piloter les engagements et identifier les leviers d'amélioration ;
- **Passer de la sensibilisation à la formation** pour favoriser l'appropriation concrète des enjeux RSE, renforcer l'efficacité des actions établies et identifier les pistes de progression ;
- **Inclure des critères sociaux** dans les appels d'offres, cahiers des charges et contrats de prestation, pour engager le public le moins touché du domaine : les prestataires.

CONTRIBUTIONS AUX ODD

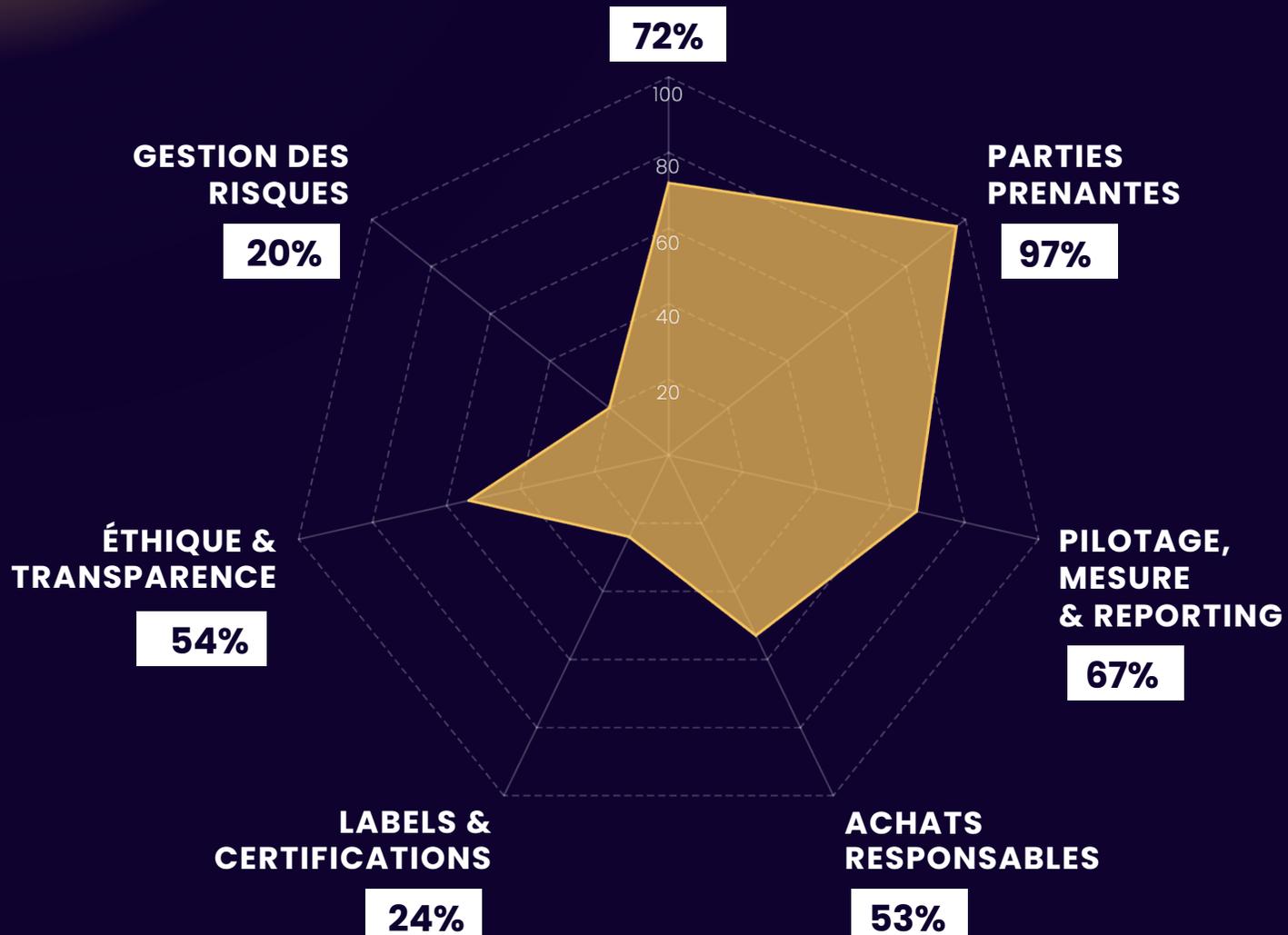




Domaine Gouvernance

55%

STRATÉGIE RSE & ENGAGEMENTS



À RETENIR

- Une **progression marquée sur trois thématiques du domaine** par rapport à 2024, « *Stratégie RSE & Engagements* », « *Parties prenantes* » et « *Pilotage, mesure & reporting* » ;
- La **contribution encouragée et forte des parties prenantes** dans les engagements RSE du Paris Grand Slam, qui est structurante pour la performance globale de l'événement ;
- **4 actions distinctives** dans le domaine, dont une nouvelle (*) :
 - La prévention des violences avec Colosse aux pieds d'argile et le kakémono dédié ;
 - L'opération réitérée « 1 ippon = 100€ » du Crédit Agricole ;
 - L'initiation des 300 écoliers et collégiens, avec l'implication de la Ville de Paris et du rectorat* ;
 - Le bénévolat inclusif avec la Fondation des Amis de l'Atelier.

POUR CONTINUER À BÂTIR

- **Engager une démarche de formalisation plus approfondie des engagements du Paris Grand Slam et de définition des attentes RSE** pour engager l'ensemble des acteurs, et plus particulièrement les prestataires et fournisseurs ;
- **Aller vers un pilotage plus personnalisé** de la stratégie RSE pour adresser plus efficacement les marges de progression restantes en créant des indicateurs de mesure personnalisés propres à l'événement ;
- **Sensibiliser en externe et former en interne aux engagements RSE** choisis pour favoriser une participation active et efficace de l'ensemble des parties prenantes ;
- **Poursuivre la discussion avec l'Accor Arena sur l'importance des éléments probants** pour attester des actions mises en œuvre, en particulier pour « *Gestion des risques* ».

CONTRIBUTIONS AUX ODD



Synthèse



Le Paris Grand Slam 2025, la mesure en synthèse

Score ESG 60%

Environnement 60%

Social 65%

Gouvernance 55%

UNE ÉDITION EN PROGRESSION

- Des progrès sur la quasi-totalité des thématiques ESG mesurées, avec une consolidation des engagements amorcés en 2024 et l'introduction de nouvelles actions ;
- Une formalisation et une communication renforcées des engagements existants, qui ont permis une meilleure mise en visibilité et une performance accrue dans les thématiques « *Éducation & sensibilisation* » des domaines environnemental et social ;
- Un engagement actif des parties prenantes, qui a favorisé l'ancrage et la montée en puissance des actions menées.

POUR CONTINUER DE BÂTIR

- Passer de la sensibilisation à la formation pour une adoption pérenne des pratiques responsables, renforcer leur appropriation et adresser les thématiques encore peu couvertes ;
- Développer des indicateurs personnalisés de pilotage RSE pour mieux cibler les marges de progression restantes spécifiques à l'événement ;
- Intégrer des critères RSE dans les processus de sélection et de contractualisation afin de faire des enjeux environnementaux et sociaux des critères structurants dans le choix des prestataires et partenaires.

POUR RENFORCER LA MESURE

- Continuer d'améliorer la collecte, la représentativité et la structuration des données pour mesurer précisément l'impact des actions, piloter plus finement les engagements, et objectiver les résultats ESG.

Top 3 des thématiques

Éducation & sensibilisation
(100% - Environnement)

Éducation & sensibilisation
(87% - Social)

Parties prenantes
(97% - Gouvernance)

18 actions distinctives

Pyramide des judogis ; Applications de gestion (transports & repas) ; Collaboration avec Le Chaînon Manquant ; Sensibilisation par Surfrider Fondation France ; Kakémonos pédagogiques avec Kodomo ; Vidéo de sensibilisation des judokas français ; Gestes de l'éco-supporter & de l'éco-bénévolontaire ; Bénévolontariat adapté & inclusif ; Valorisation du parasport ; Expérimentation de l'innovation pour les déficients visuels ; Valorisation du sport féminin ; Prévention des violences avec Colosse aux pieds d'argile ; Partenariat avec l'EFS ; Opération « 1 ippon = 100€ » du Crédit Agricole ; Initiation de 300 écoliers & collégiens ; Présence de jeunes reporters ; Engagement au profit de Mayotte.

Annexes : 24 vs. 25



24 vs 25 : Environnement

ENVIRONNEMENT

TRANSPORT & MOBILITÉ

- Part des lieux accessibles en transports en commun
- Part d'éco-mobilité des participants et de l'organisation
- Part des prestataires de transport avec véhicules bas-carbone
- Actions pour favoriser l'éco-mobilité
- Actions pour la compensation carbone des déplacements internationaux

INFRASTRUCTURE & HÉBERGEMENTS

- Part d'infrastructures déjà existantes
- Actions pour protéger et favoriser la biodiversité
- Actions pour inciter aux hébergements éco-responsables les participants

ÉQUIPEMENTS, MATÉRIAUX & DÉCHETS

- Part de location et réemploi des équipements et matériaux
- Actions d'éco-conception, refus et réduction des déchets
- Actions d'évitement, réduction, valorisation des déchets alimentaires et organiques
- Actions de tri et collecte des déchets
- Volume de déchets et pourcentage de réduction
- Part de valorisation matière des déchets

PARIS GRAND SLAM
2024

42%

29%

100%

0%

0%

43%

0%

40%

100%

0%

20%

49%

50%

71%

43%

57%

20%

50%

PARIS GRAND SLAM
2025

60%

44%

100%

51%

0%

57%

10%

47%

100%

20%

20%

58%

40%

71%

71%

71%

20%

75%

**PARIS GRAND SLAM
2024**
**PARIS GRAND SLAM
2025**
EMPREINTE CARBONE

- Actions pour limiter l'empreinte numérique
- Actions pour connaitre ses émissions de gaz à effet de serre et piloter leur réduction
- Volume de gaz à effet de serre et pourcentage de réduction
- Part de compensation des émissions de gaz à effet de serre

23%
54%

17%

17%

50%

75%

25%

25%

0%

100%

EAU & ÉNERGIES

- Consommations d'électricité et de chauffage
- Part de bâtiments à faible impact environnemental
- Actions de maîtrise et réduction des consommations d'énergies
- Actions de maîtrise et réduction des consommations d'eau
- Part d'énergies renouvelables

55%
60%

75%

100%

0%

0%

33%

43%

65%

58%

100%

100%

ÉDUCATION & SENSIBILISATION

- Action de sensibilisation et d'éducation au développement durable
- Action d'expérimentation d'une innovation éco-responsable
- Action de mobilisation d'une personnalité ambassadrice de l'éco-responsabilité

40%
100%

20%

100%

100%

100%

0%

100%

ALIMENTATION DURABLE

- Part d'alimentation responsable dans l'offre de restauration
- Part de services de restauration avec au moins une offre végétarienne
- Actions pour limiter la vaisselle jetable et les bouteilles plastiques

63%
55%

25%

0%

92%

95%

71%

71%

24 vs. 25 : Social

SOCIAL

Diversité socio-culturelle

Actions pour favoriser l'accès à l'événement des personnes financièrement défavorisées et/ou issues de zones géographiques prioritaires

Actions pour favoriser le recrutement et l'inclusion au sein des équipes (organisation, prestataires & bénévoles) de personnes issues de différentes origines sociales, géographiques et culturelles

Part des salariés de l'organisation et des bénévoles issus de zones géographiques prioritaires

Part des heures de travail effectuées par des personnes en insertion professionnelle

Handicap

Part des lieux accessibles aux personnes à mobilité réduite

Actions pour favoriser l'expérience des Personnes en Situation de Handicap (PSH)

Actions pour favoriser le recrutement et l'inclusion des PSH au sein des équipes (organisation, prestataires et bénévoles)

Recours à des prestataires du secteur adapté et protégé (EA et ESAT)

Part des salariés des équipes (organisation, prestataires et bénévoles) en situation de handicap

Existence d'une stratégie de communication visant à sensibiliser au handicap l'ensemble des parties prenantes

PARIS GRAND SLAM
2024

49%

23%

60%

33%

0%

0%

66%

100%

83%

80%

0%

30%

100%

PARIS GRAND SLAM
2025

65%

28%

60%

50%

0%

0%

85%

100%

100%

80%

100%

30%

100%

**PARIS GRAND SLAM
2024**

**PARIS GRAND SLAM
2025**

Égalité femmes-hommes

Part de femmes parmi les spectateurs

49%

74%

Actions de promotion du sport féminin

0%

75%

Actions pour favoriser le recrutement et l'inclusion des femmes au sein des équipes (organisation, prestataires, bénévoles)

40%

100%

Part des femmes parmi les salariés des équipes (organisation, prestataires, bénévoles)

33%

50%

Part de femmes parmi les postes de direction

100%

75%

70%

70%

Éducation & sensibilisation

51%

87%

Actions pour sensibiliser à la diversité sous toutes ses formes, aux discriminations, au harcèlement et aux violences

43%

86%

Actions pour promouvoir les valeurs et comportements citoyens

60%

100%

Actions mises en place à destination des moins de 25 ans

50%

75%

Cause solidaire

55%

54%

Actions mises en place au profit d'une cause solidaire

67%

67%

Existence d'un partenariat avec au moins une association

100%

100%

Montant alloué à des causes solidaires (dons financiers)

0%

1%

Nombre de bénéficiaires finaux des actions menées au profit d'une cause solidaire

100%

100%

Part de salariés des équipes de l'organisation impliqués (sur temps de travail) dans une cause solidaire portée par l'organisateur

8%

0%

**PARIS GRAND SLAM
2024**

**PARIS GRAND SLAM
2025**

Professionnalisation

Action pour favoriser le développement des bénévoles

41%

56%

Actions pour faciliter l'emploi des bénévoles, salariés temporaires ou sportifs

40%

60%

Nombre moyen d'heures de formation par salarié sur l'année de l'événement

0%

20%

82%

89%

Santé & bien-être

Actions pour promouvoir les bienfaits de l'activité physique et sportive sur la santé

59%

69%

60%

80%

Actions mises en place pour permettre aux équipes (organisation, prestataires et bénévoles) d'intervenir en cas d'incident et sur des premiers secours

67%

67%

Actions pour lutter contre les discriminations, le harcèlement et les violences

60%

80%

Actions pour favoriser le bien-être des salariés et bénévoles

50%

50%

24 vs. 25 : Gouvernance

GOVERNANCE

Stratégie RSE & engagements

Actions de définition d'une Stratégie RSE

Actions d'engagement public autour de la stratégie RSE

Actions d'allocation de moyens à la mise en place de la stratégie RSE

Parties prenantes

Actions d'écoute et de prise en compte des parties prenantes

Actions d'implication des parties prenantes dans les initiatives RSE

Actions d'améliorations continue avec les parties prenantes

Mesure de la diversité des parties prenantes impliquées

Pilotage, mesure & reporting

Actions de définition et suivi du plan d'action RSE

Actions d'animation et de pilotage autour de la RSE

Actions de formation et objectivation sur les actions RSE

PARIS GRAND SLAM
2024

51%

63%

50%

40%

100%

73%

67%

75%

100%

50%

56%

33%

67%

67%

PARIS GRAND SLAM
2025

55%

72%

75%

40%

100%

97%

100%

100%

100%

88%

67%

33%

100%

67%

**PARIS GRAND SLAM
2024**

**PARIS GRAND SLAM
2025**

Achats responsables

Actions de prise en compte des critères RSE dans les achats de prestations, matériaux et équipements

54%

53%

29%

29%

Score de pondération des critères RSE dans les appels d'offres

90%

90%

Part des prestations / produits avec des entreprises ou organisations de l'ESS (Économie Sociale et Solidaire)

0%

6%

Part des prestations et produits avec des entreprises ou organisations locales

100%

91%

Actions d'évaluation RSE dans le cadre des sponsoring et partenariats

50%

50%

Labels & certifications

Actions de certification, labellisation de l'événement

20%

24%

40%

40%

Actions d'exigence de certification ou labellisation des prestataires et produits

0%

8%

Éthique & transparence

Actions d'identification des sponsors et partenariats à risque

59%

54%

0%

0%

Actions de mise en œuvre d'un Code de déontologie éthique et dispositif d'alerte

80%

80%

Actions de tenue des comptes et de bonne gestion financière

60%

40%

Actions de communication transparente

40%

60%

Actions de prévention des risques de fraude mécanique et technologique

100%

100%

Actions de prévention face aux risques du dopage

75%

75%

Actions de prévention face aux dangers des paris sportifs

Non concerné

25%

Gestion des risques

Action d'analyse de risque et prévention

Action de gestion de crise

PARIS GRAND SLAM
2024

30%

60%

0%

PARIS GRAND SLAM
2025

20%

40%

0%

DOMAINES

3/3

en progression

THÉMATIQUES

16/21

en progression

3/21

en baisse
dont 2 de -1%

INDICATEURS

37/85

en progression

8/85

en baisse



Nathalie Nénon-Zimmermann

CEO

+33 (0)6 60 66 53 87

nathalie.nenon@oxygen-solutions.ai

Ozanne Tauvel-Mocquet

Responsable de projets

ozanne.tauvel@oxygen-solutions.ai

L'architecte de votre croissance durable