

STRATÉGIE RSO

CROS NOUVELLE-AQUITAINE

OLYMPIADE 2025 - 2029



CROS
NOUVELLE-
AQUITAINE



UNE STRATÉGIE RSO, POURQUOI ?

- **STRUCTURER L'ENGAGEMENT**
- **GERER LES RISQUES**
- **EXPLOITER LES OPPORTUNITES**



STRUCTURER L'ENGAGEMENT GERER LES RISQUES EXPLOITER LES OPPORTUNITES

**Gestion des risques concrets
qui menacent aussi le monde
du sport**



Comité Régional
Olympique & Sportif
Nouvelle-Aquitaine

**Exploration d'opportunités qui
peuvent être exploitées**



**Des gouvernances remises en
question et agitées**



**Un contexte environnemental
qui se dégrade de plus en plus**



**Des pratiquants qui s'éloignent
de la pratique fédérale**



**Diminution des moyens
financiers et humains**



Un nouveau cycle olympique



**Des tendances de fond liées à
l'héritage 2024**



**Des attentes différentes (sport
loisir, santé, éducatif...) en
parallèle de l'offre compétition**



**Des élus, salariés, bénévoles,
partenaires et soutiens
potentiellement moteurs et en
attente d'engagements**



**Responsabilité Sociétale
des Organisations**

PRECONISATIONS D'ACTIONS

A l'issue d'un accompagnement réalisé par l'agence iPAMA dans le cadre d'un appui Conseil AFDAS, le CROS avec la collaboration des élus et des salariés du CROS et la collaboration des parties prenantes externes (partenaires, adhérents) a réalisé un diagnostic, définit des enjeux qu'il a décliné en plan d'action.



GOUVERNANCE

Assurer le portage politique et opérationnel de la stratégie RSO

1 ENJEU - 6 ACTIONS



SOCIAL

Renforcer la marque employeur et développer un cadre propice au bien-être, à l'épanouissement social et professionnel

2 ENJEUX - 16 ACTIONS



ENVIRONNEMENT

Engager la transition environnementale du CROS et de ses activités

1 ENJEU - 7 ACTIONS



ECONOMIE

Diversifier les sources de revenus pour stabiliser le modèle économique

2 ENJEUX - 16 ACTIONS



GOUVERNANCE

**Assurer le portage
politique et opérationnel
de la stratégie RSO**



**Enjeu : Valider collectivement une politique RSO pour le
CROS et les ressources nécessaires à sa mise en place**

Principales actions envisagées :

1. Dédier du temps de travail aux sujets RSO et au portage de la politique (une ressource dédiée ou un % du temps de travail d'un ETP) et désigner un élu pour l'olympiade
2. Mettre en place un club sport durable : groupe de travail
3. Webinaire RSO
4. Rédiger une politique RSO d'ici le premier semestre 2025
5. Réviser le plan d'action RSO au printemps 2025 pour permettre l'adhésion sur la prochaine olympiade
6. Former ou sensibiliser 100% des équipes élues et salariées à horizon 2028 aux sujets de RSE et à la stratégie en place



SOCIAL

Renforcer la marque employeur et développer un cadre propice au bien-être, à l'épanouissement social et professionnel



Enjeu interne : Assurer les conditions pour le bien-être des équipes et leur évolution et veiller à une meilleure qualité de vie au travail

Principales actions envisagées :

1. Mettre en place une politique salariale
2. Ouvrir le dialogue sur la modularité du temps de travail
3. Organisation d'un séminaire d'intégration à chaque Olympiade
4. Organiser chaque trimestre une réunion président/VP/équipe en charge de l'axe
5. Sensibiliser aux différents risques au travail (QVT): Intervention de la médecine du travail, charte lutte contre la sédentarité, instaurer une marche active, etc.
6. Créer des événements MRS pour fédérer les salariés et les résidents MRS
7. Financement d'une inscription collective "équipe CROS" à un événement sportif (participation financière à une licence sportive)



Enjeu externe : renforcer la marque employeur, l'image de marque et la relation aux membres, aux usagers de la MRS et aux bénéficiaires

Principales actions envisagées :

1. Réaliser une enquête annuelle sur les besoins des membres/adhérents (formation, RSO, besoins, envies...)
2. Développer une stratégie de communication pour humaniser et incarner les valeurs CROS
3. Refonte du site internet et créer une page dédiée RSO
4. Stratégie réseaux sociaux cohérente, pensée, priorisée
5. Avoir une tenue pour les représentations
6. Former les dirigeants et élus (éléments de langage, prise de parole en public et outils office)
7. Réaliser un clip de promotion du CROS, de la MRS
8. Organiser une courte réunion "usagers MRS" par trimestre
9. Réaliser une enquête annuelle sur les besoins des résidents MRS (formation, besoins, envies, animation...)



ENVIRONNEMENTAL

**Engager la transition
environnementale du
CROS et de ses activités**



Enjeu : Déterminer et réduire l'impact environnemental du CROS

Principales actions envisagées :

1. Faire le bilan d'émissions de gaz à effet de serre sur nos événements (état des lieux initial + trajectoire de réduction)
2. Estimer/mesurer l'impact des événements CROS (Coach Climat) et diffuser les outils du CNOSF
3. Tester Coach Climat sur des événements (par exemple séminaire des présidents et tout porteur de projet potentiellement)
4. Définir (et diffuser) les principes d'une organisation plus responsable (quotidienne et des événements), qui détaillent les sujets mobilités, alimentation etc....
5. Faire une charte mobilité (déplacements, TC)
6. Interroger la Région sur l'installation de bornes (CF obligation légale)
7. Poursuivre les incitations au covoiturage pour se rendre sur les événements (panneau d'inscription, groupe What'sApp, Application), salariés et élus



ECONOMIQUE

Diversifier les sources de revenus pour stabiliser le modèle économique



Enjeu : développer une politique partenariale pour rendre plus lisibles les activités du CROS et générer de nouvelles ressources

Principales actions envisagées :

1. Identifier un élu en charge du partenariat
2. Rédiger la stratégie de partenariat et la valider en interne
3. Rédiger un catalogue d'offres pour les partenaires (thématiques et niveaux de soutien)
4. Faire vivre la convention avec la Fondation du Sport Français
5. Consolider les partenariats existants
6. Rédiger et transmettre une liste des projets potentiellement finançables au club des mécènes
7. Perspective : une fois les partenaires identifiés, organiser un temps de remerciement pour les bénévoles



Enjeu : diversifier les revenus et maîtriser les dépenses

Principales actions envisagées :

1. Rédiger une grille de remboursement des frais et une charte d'engagement et responsabilisation (élus et salariés)
2. Réaliser une cartographie des dépenses et coûts et voir les potentiels de réduction (postes à fort potentiel, à condition/confort identique pour les équipes)
3. Profiter de la nouvelle Olympiade pour rencontrer DRAJES/Région et les techniciens pour envisager d'éventuelles mutualisations, en lien avec la MRS. Augmenter le nombre d'adhérents/stagiaires pour les services de paie, Eteam Sport et formation
4. Développer un plan de formation de formateurs pour internaliser les formations (et ne pas recourir à des prestataires)
5. Développer un plan de formation sur le partenariat
6. Revoir la politique tarifaire des services + faire catalogue de nos services/outils
7. Revoir la politique tarifaire des services de la Maison Régionale des Sports
8. Rendre certains événements payants pour les non-adhérents
9. Revoir progressivement la politique d'adhésion (tarifs et publics potentiellement)



CROS NOUVELLE-AQUITAINE



CONTACT

stephaniepoujade@franceolympique.com

www.cros-nouvelle-aquitaine.org

www.formation-sport-nouvelle-aquitaine.org

www.sport-handicap-n-aquitaine.org



LES ENJEUX RSO DU CROS



Incarner un projet engagé

Profiter de la nouvelle Olympiade pour renforcer la prise en compte de la RSO par la nouvelle équipe élue

Structurer et renforcer l'engagement

Valider collectivement une politique RSO pour le CROS et les ressources nécessaires à sa mise en place

Engager ses partenaires

Développer une politique partenariale cohérente avec les engagements

Stabiliser le modèle économique

Consolider et développer les projets existants générateurs de produits

Gestion raisonnée des activités

Maîtrise des coûts et optimisation des dépenses

Ressources humaines, qualité de vie au travail

Améliorer le bien-être au travail, politique salariale et managériale et QVT

Image et réputation

Structurer une marque employeur forte pour fidéliser les relations et renforcer l'image du CROS au niveau local

Tête de réseau, offre de services

Renforcer la relation aux usagers, aux membres et aux bénéficiaires et leur niveau de satisfaction

Impact environnemental : Bilan d'émission de gaz à effet de serre (BEGES)

Déterminer l'impact du CROS pour mieux le réduire