

ELIOR GROUP ET PARIS 2024

UNE AMBITION COLLECTIVE





04 L'ÉDITO DE PHILIPPE SALLE

06 PARIS 2024, UN SYMBOLE DE LA NOUVELLE STRATÉGIE D'ELIOR GROUP

Un groupe tourné vers ses convives

Un territoire d'expression grand public

Un projet au plus près du terrain

12 L'ENGAGEMENT D'UN RESTAURATEUR DU QUOTIDIEN EN FAVEUR DU COLLECTIF

Le restaurateur de tous les Français

Paris 2024, un sujet fédérateur

Paris 2024 au cœur des discussions des pauses repas des Français

18 LA CONTRIBUTION D'UN RESTAURATEUR ENGAGÉ ET RESPONSABLE

Un contributeur actif

#2024secondes de bien-être par jour

Le digital au cœur du programme d'activation #2024secondes

28 LA RESPONSABILITÉ D'UN GROUPE INTERNATIONAL AUX RACINES FRANÇAISES

Une nouvelle vision du leadership

L'excellence à la française

Le restaurateur des sites symboliques de Paris 2024

Édito

Prendre #2024secondes pour son bien-être

Parce que nous avons besoin de projets qui nous inspirent, qui nous aspirent pour aller vers plus d'optimisme, j'ai souhaité engager Elior Group dans l'aventure Paris 2024, comme j'avais déjà soutenu en son temps la candidature de Paris 2012, dont nous avons pu tirer les enseignements.

Aujourd'hui, plus que jamais, la France a besoin de vision et de projets d'avenir fédérateurs et positifs. Paris 2024 est la plus belle opportunité dont notre pays pourrait se saisir.

En tant que partenaire officiel de Paris 2024, notre responsabilité est donc de contribuer activement à la réussite de la candidature de la France pour l'organisation des Jeux olympiques et paralympiques d'été en 2024.

En portant la thématique sport, nutrition et bien-être, Elior Group, restaurateur de référence dans le monde, met son expertise au service de Paris 2024, un rêve partagé par toutes les générations.



© Patrick Gaillardin

Elior Group propose à tous les Français de prendre #2024secondes de bien-être

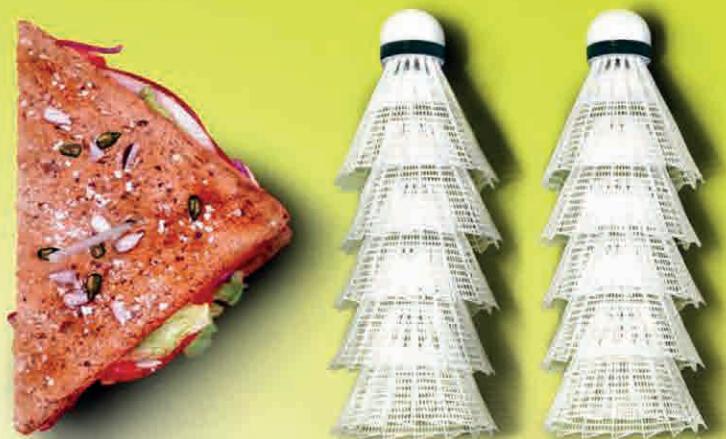
La campagne #2024secondes a été pensée pour interpeller, inviter, inciter chacune et chacun à prendre une pause bien-être. Pour soutenir Paris 2024, Elior Group souhaite contribuer à faire progresser le bien-être de nos concitoyens en replaçant le plaisir au centre de leurs motivations, afin qu'ils profitent pleinement de leurs expériences sportives et gustatives.

2024 secondes, c'est la durée moyenne de la pause déjeuner en France. En 2017, nous proposons que ce soit le temps que chacun consacre à son bien-être, en profitant du plaisir procuré par une pause repas associée à une activité physique. Sportifs du dimanche ou de haut niveau, prenons #2024secondes pour notre bien-être et portons ensemble Paris 2024 vers la victoire !

Philippe Salle

Président-directeur général d'Elior Group





1

**PARIS 2024
UN SYMBOLE
DE LA NOUVELLE
STRATÉGIE
D'ELIOR GROUP**

Un groupe tourné vers ses convives

Être le restaurateur de référence, reconnu pour la qualité de son offre et l'expérience innovante proposée à ses convives : telle est la nouvelle ambition stratégique d'Elior Group, un des principaux acteurs de la restauration collective et de concession dans le monde*.

Reentré sur son métier de restaurateur et affirmant la volonté de servir au mieux ses quatre millions de convives quotidiens, le Groupe s'est engagé dans une véritable transformation pour passer du BtoBtoC au BtoCtoB (business to consumer to business).

* N° 3 de la restauration de concession dans le monde

N° 4 de la restauration collective dans le monde (N°1 en France)

Elior Group s'appuie sur ses marques commerciales pour effectuer ce virage stratégique dans sa relation clients et convives, passant d'une approche BtoBtoC à une approche BtoCtoB qui place le convive, ses pratiques et son expérience au cœur des réflexions.

L'objectif est de faire des consommateurs finaux (les convives) des prescripteurs auprès des clients (les concédants) du Groupe (entreprises, écoles, hôpitaux, institutions, collectivités...).

Connaître les attentes, anticiper les besoins être au plus proche de nos convives à chaque instant de pause sont autant de défis à relever pour un acteur déjà ancré dans le quotidien de quatre millions de convives dans le monde, dont 1,7 millions chaque jour en France.

CINQ VALEURS POUR ÊTRE LE RESTAURATEUR DE RÉFÉRENCE

RECONNAISSANCE DES COLLABORATEURS

Indispensable à la réussite d'un groupe de services. Nous privilégiions une croissance profitable afin de pouvoir récompenser nos collaborateurs et leur ouvrir des perspectives de carrière.



FIDÉLISATION

Au cœur de notre ADN et de nos préoccupations quotidiennes. Comme la fidélisation des clients dépend largement de la satisfaction des convives, nous devons passer du BtoB au BtoCtoB.



INNOVATION

Primordiale afin d'optimiser le niveau de performance et de résultats. Nous sommes convaincus que le digital sera au cœur de l'évolution de l'entreprise, même si l'innovation n'est pas forcément digitale.



EXCELLENCE OPÉRATIONNELLE

Vitale pour la performance et les résultats, basée sur la coopération. Nous devons nous concentrer et capitaliser sur nos forces pour accélérer et générer ainsi une croissance profitable.



RESPONSABILITÉ

À la fois individuelle et collective, partagée par toutes les parties prenantes. Nous portons une responsabilité envers nos fournisseurs, convives, clients, actionnaires, partenaires et collaborateurs.



Un territoire d'expression grand public

Pour incarner la stratégie du Groupe et développer sa personnalité de marque auprès du grand public, Elior Group a choisi de s'engager aux côtés du comité de candidature de Paris 2024. Ces deux entités, qui ont fait des projets collectifs une source d'inspiration, un vecteur d'engagement et un facteur de réussite, partagent la même ambition dédoublée : **organiser les Jeux olympiques et paralympiques à Paris, et porter un grand projet de société.**

Jusqu'au 13 septembre 2017, date du choix par le Comité International Olympique (CIO) de la ville hôte pour les Jeux de 2024, **Elior Group placera ce partenariat au cœur de la relation de proximité** qu'il entretient avec tous les Français et s'appuiera sur son ancrage dans le quotidien de millions de convives pour nourrir l'engouement populaire autour de Paris 2024.

Porteur de la thématique sport, nutrition et bien-être au sein de la candidature, Elior Group affirme avec cette contribution active

sa position de restaurateur engagé auprès de ses clients et convives, et responsable devant les générations futures. Le Groupe a construit autour de cette thématique un message positif, dans le prolongement de sa promesse de marque *Time savored, en invitant les Français à faire une pause pour favoriser leur bien-être.*

Le sport est un nouveau territoire de communication pour le Groupe, mais les connexions avec le monde de la restauration et des services sont nombreuses : s'entraîner à être le meilleur, devenir le leader qui ouvre la voie, être présent au quotidien, porter la dimension collective, se battre pour l'égalité des chances.

Traduction de la dynamique récemment impulsée par le nouveau président-directeur général, Philippe Salle, l'implication d'Elior Group aux côtés de Paris 2024 signale également **l'engagement d'un leader mondial aux racines françaises au service d'un projet positif** pour l'attractivité du pays, son dynamisme économique et sa capacité à innover.

Un projet au plus près du terrain

En 2017, les marques Elior Group, Elior, Arpège et Elior Services feront vivre ce partenariat au quotidien et traduiront sur le terrain les engagements pris par le Groupe autour de la thématique sport, nutrition et bien-être. Fédérer les collaborateurs des différentes entités du Groupe pour diffuser ensemble un message commun aux multiples publics d'Elior Group sera aussi un aspect clé de cet ambitieux partenariat.



Métier historique d'Elior Group, la restauration collective est au cœur de son positionnement de restaurateur de référence. Dans les secteurs de l'enseignement, de la santé et de l'entreprise, les équipes Elior et Arpège sensibilisent les enfants, soutiennent les malades et accompagnent les salariés de pause en repas, tout au long de la journée.





2

**L'ENGAGEMENT
D'UN RESTAURATEUR
DU QUOTIDIEN
EN FAVEUR
DU COLLECTIF**

Le restaurateur de tous les Français

Elior Group a pour ambition d'être le restaurateur de référence dans le monde de l'entreprise, de l'enseignement et de la santé, ainsi que dans l'univers du voyage. Des plus jeunes dans les crèches aux plus âgés dans les maisons de retraite ou à domicile en passant par les actifs en entreprise et les voyageurs, le Groupe pose un regard expert sur les évolutions des modes et des usages en matière de restauration depuis 25 ans.

Un statut de restaurateur du quotidien qui lui donne une place atypique dans le fonctionnement de la société et qui en fait donc un acteur fortement engagé en faveur du collectif et de l'intérêt général.

En s'orientant vers une communication en direction de ses convives, Elior Group souhaite s'inscrire dans une démarche de dialogue.



Prestataire de services dans de grands lieux de rassemblements sportifs comme le Stade de France, le Camp Nou à Barcelone ou encore le BT Murrayfield Stadium d'Édimbourg, Elior Group est un témoin privilégié de la capacité du sport à engendrer une ferveur collective.

Le Groupe a fait de la connaissance des consommateurs une clé dans la relation avec ses convives, en s'appuyant sur des études prospectives exclusives et en étant constamment à l'écoute de leurs attentes.

Désormais, le Groupe souhaite dialoguer avec ses publics en affichant et en affirmant ses engagements, ses convictions, son implication pour faire de chaque pause un moment à savourer.

Cette proximité que le Groupe veut instaurer et entretenir passe aussi par le partage de centres d'intérêt afin de générer des conversations, de créer du lien et de s'impliquer encore un peu plus dans le quotidien de Français qui, à un moment ou à un autre de leur vie, savourent tous leur pause avec Elior Group.



Paris 2024, un sujet fédérateur

Avec 15,7 millions de sportifs en France*, le sport tient une place importante dans le quotidien des Français. Universel, intergénérationnel, passionnel, le sport a une capacité inégalée à réunir, à faire rêver et à alimenter les discussions, au-delà même de la dimension purement sportive.

En soutenant la candidature de Paris et de la France à l'organisation des Jeux olympiques et paralympiques de 2024 pour développer une relation affective avec les Français, Elior Group fait le choix d'un projet fédérateur et aspirationnel.

Moins d'un an après le lancement officiel de cette candidature, 77% des Français expriment déjà leur adhésion au projet**, celui d'accueillir les Jeux et d'en faire un accélérateur de transformation positive dans la société.

Relais des grands enjeux de la candidature, des valeurs de l'olympisme, du projet de société, de la mécanique de concertation, Elior Group s'appuiera sur ce partenariat pour dialoguer avec ses convives autour de messages positifs et nourrir les pauses des Français de discussions et de débats certainement passionnés, conviviaux et créatifs.



* « Promouvoir l'activité physique et sportive pour tous et tout au long de la vie : Des enjeux partagés dans et hors de l'école », septembre 2016

** « Etude d'accompagnement à la candidature de Paris aux Jeux Olympiques et Paralympiques d'été 2024 » - Vague d'enquête Septembre 2016, TNS Sofres

Paris 2024 au cœur des discussions des pauses repas des Français



Chaque mois, Elior Group va proposer un quiz sur la candidature de Paris 2024 afin de faire découvrir toutes les facettes du projet et contribuer à renforcer l'engouement populaire. Composé d'une dizaine de questions, il sera accessible sur un site internet dédié au partenariat et relayé dans les restaurants Elior et Arpège ainsi que sur les sites Elior Services.

2024secondes.eliorgroup.com

10 mois – 10 quizz avec des identifiants forts de la candidature parmi les thèmes abordés :

- La Seine au cœur de la candidature
- La découverte des sites existants
- Les sites temporaires dans des lieux spectaculaires
- Les nouveaux sites en héritage
- Les athlètes français mobilisés pour la candidature

Les internautes pourront partager leur score et défier leur communauté en ligne.



3

LA CONTRIBUTION D'UN RESTAURATEUR ENGAGÉ ET RESPONSABLE

Un contributeur actif au projet de société

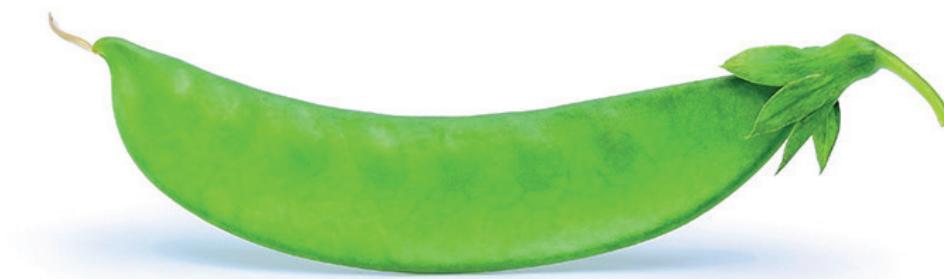
Au-delà d'un engagement aux côtés de la candidature de Paris 2024, Elior Group a fait le choix de prendre une part active au projet en mettant son expertise, son expérience et son énergie au service du projet de société porté par Paris 2024, dont l'ambition est de bâtir un monde meilleur grâce au sport.

Porteur de la thématique sport, nutrition et bien-être au sein de la candidature, le Groupe aura à cœur de faire progresser le bien-être des Français en replaçant le plaisir au cœur de leurs motivations et de les inciter à faire plus de sport et à mieux profiter de leurs pauses repas.



Restaurateur de référence dans treize pays avec plus de quatre millions de convives par jour, Elior Group porte une attention particulière à l'impact de son métier sur l'environnement et la société. Dans un contexte de mobilisation mondiale autour des dix-sept objectifs de développement durable (ODD) définis par les Nations unies, le Groupe a lancé en octobre 2016 sa stratégie RSE baptisée Elior Group Positive Foodprint Plan™. Afin de laisser une empreinte positive sur la planète, le Groupe s'engage autour des quatre objectifs de développement durable sur lesquels il peut avoir le plus d'effet d'ici 2025 : les enjeux de santé publique liés à une mauvaise alimentation, les problèmes environnementaux causés par l'agriculture, la progression du gaspillage alimentaire, et le besoin d'emplois décents.

Le choix de cette thématique en lien direct avec son métier de restaurateur s'inscrit dans le prolongement des engagements du Groupe, dont la stratégie en matière de responsabilité sociale et environnementale consiste à laisser une empreinte positive du champ à la fourchette, en lien avec ses fournisseurs, ses clients, ses convives et ses collaborateurs.



THE ELIOR GROUP POSITIVE FOODPRINT PLAN™



THRIVING
PEOPLE AND
COMMUNITIES
**70 % DE NOS
MANAGERS SERONT
ISSUS DE PROMOTIONS
INTERNES, AFIN DE
CONTRIBUER À LEUR
DÉVELOPPEMENT ET
À LA DIVERSITÉ,
D'ICI 2025**



A CIRCULAR
MODEL
**100 % DE NOS
DÉCHETS
ALIMENTAIRES
SERONT VALORISÉS,
D'ICI 2025**



SUSTAINABLE
INGREDIENTS
**10 DE NOS PRINCIPALES
FILIÈRES DE PRODUITS
RÉPONDRENT À NOS
CRITÈRES
D'APPROVISIONNEMENT
DURABLE ET LOCAL,
D'ICI 2025**



HEALTHY
CHOICES
**100 % DE NOS
CONVIVES SERONT À
MÉME DE CHOISIR
DES ALIMENTS SAINS
ET BONS, D'ICI 2025**

#2024secondes de bien-être par jour

Elior Group souhaite motiver les Français à prendre une pause bien-être d'au moins 2024 secondes par jour (environ 34 minutes, soit le temps moyen qu'ils consacrent à leur pause déjeuner*).

Proposer de prendre une pause bien-être, c'est **inciter chacun à faire l'expérience d'une activité physique et gustative** de son choix pour atteindre l'équilibre entre une pratique sportive et une pause repas.

Le Groupe a souhaité s'approprier cette thématique sport, nutrition et bien-être pour en proposer une **approche positive et engageante**, qui s'inscrit dans le prolongement de sa promesse de marque #TimeSavored.

Cette signature traduit l'importance d'une pause saine et gourmande, conviviale et adaptée à tous les modes de vie, en insistant sur

* Étude Socovision 2015 pour Elior Group :
Le bonheur est dans l'assiette

l'importance de prendre le temps de se retrouver et de s'occuper de soi.

Ancré dans le quotidien de ses convives, Elior Group prend en compte les attentes des Français... et la réalité de leur mode de vie ! Elior Group a travaillé avec Kantar TNS pour observer le rapport des Français au sport et à la nutrition.

Que l'on fasse du sport pour le plaisir ou pour sa santé, que l'on mange pour profiter ou pour garder la forme, la conjugaison d'une activité physique et d'une pause repas est source de bien-être. Plus on prend du temps pour manger et faire du sport, plus le niveau de bien-être augmente !

Fourchette
+ Baskets
=
Bien-être !

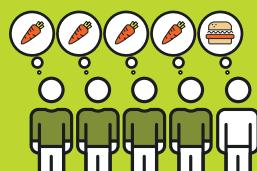
#2024secondes

PRENEZ LE TEMPS POUR UNE PAUSE BIEN-ÊTRE



ENSEIGNEMENT 1

LES FRANÇAIS AIMENT FAIRE DU SPORT ET MANGER !



80 % des Français déclarent manger sainement.



80 % des Français déclarent être au moins un peu sportifs.



Faire du sport sert avant tout à être en forme et garder la ligne.



Profiter d'une pause repas permet de se faire plaisir.

ENSEIGNEMENT 2

COMBINER ACTIVITÉ PHYSIQUE ET PAUSE REPAS POUR ENCORE PLUS DE BIEN-ÊTRE



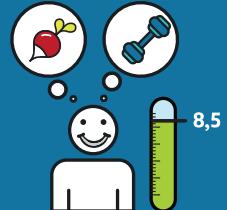
Bien-être moyen des Français



Longue pause repas = bien-être



Beaucoup de sport = bien-être



Longue pause repas + beaucoup de sport = encore plus de bien-être

ENSEIGNEMENT 3

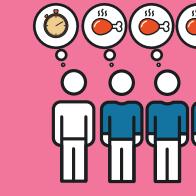
LES FRANÇAIS AIMERAIENT AVOIR PLUS DE TEMPS POUR FAIRE DU SPORT ET MANGER



Temps moyen de sport / semaine : 3h49 = 32 minutes par jour



Temps moyen pause repas / jour : 1h30 dont 30 minutes pour le déjeuner



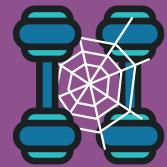
1 Français sur 3 manque de temps pour faire du sport.



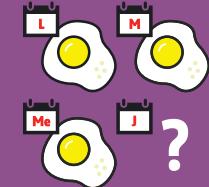
1 Français sur 4 manque de temps pour manger.

ENSEIGNEMENT 4

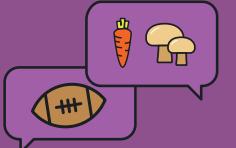
LA MOTIVATION, L'INSPIRATION ET LE PARTAGE



Frein à l'activité physique = manque de motivation



Frein à la pause repas = manque d'idées recettes



Ce qui motive les Français = discuter et inviter des amis



Près d'1 internaute sur 2 a déjà partagé ses activités sportives et le contenu de ses pauses repas sur les réseaux sociaux.

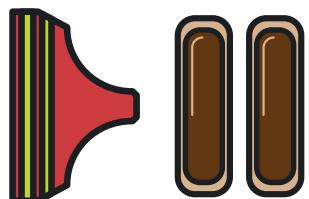
LES RECETTES DU BIEN-ÊTRE DES FRANÇAIS

44 % DES SPORTIFS FONT PARTIE DU CLUB
PIZZA ET RUNNING



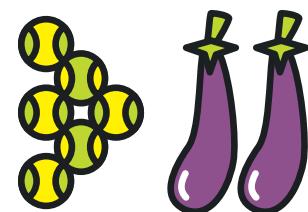
LE SPORT, C'EST D'ABORD POUR SE FAIRE PLAISIR À TABLE.

32 % DES SPORTIFS FONT PARTIE DU CLUB
MAILLOT DE BAIN ET ÉCLAIRS



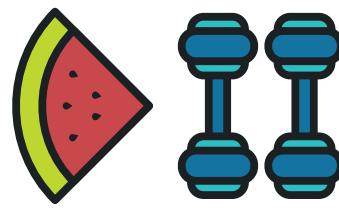
L'ACTIVITÉ PHYSIQUE ET LA PAUSE REPAS SONT CENTRÉES SUR LE PLAISIR.

17 % DES SPORTIFS FONT PARTIE DU CLUB
TENNIS ET AUBERGINES



FAIRE DU SPORT ET BIEN MANGER POUR ÊTRE EN FORME ET EN BONNE SANTÉ.

7 % DES SPORTIFS FONT PARTIE DU CLUB
PASTÈQUE ET FITNESS



LA PAUSE REPAS EST AU SERVICE DE LA PERFORMANCE SPORTIVE.

Etude réalisée pour Elior Group du 12 au 19 septembre 2016, auprès d'un échantillon de 1005 personnes âgées de 15 ans et plus représentatif de la population française.

Le digital au cœur du programme #2024secondes

Inspirer, motiver, savourer sont les objectifs des actions d'Elior Group pour promouvoir la thématique sport, nutrition et bien-être, en invitant les Français à prendre au moins 2024 secondes pour leur bien-être par jour.

Dans le prolongement de la volonté du Groupe de développer l'expérience digitale de ses convives pour apporter de la valeur ajoutée et différencier son offre, Elior Group va donner une place toute particulière au digital et à l'innovation pour lancer et faire vivre sa campagne #2024secondes.

Le Groupe va notamment s'appuyer sur un site internet dédié à la campagne #2024secondes et sur les réseaux sociaux, pour donner envie

au plus grand nombre de se lancer dans des activités sportives et des expériences gustatives épanouissantes.

Chaque semaine, Elior Group demandera à un invité, un sportif, une personnalité de la candidature de Paris 2024, un chef, un influenceur, un salarié Elior Group ou encore un internaute, de partager ses #2024secondes de bien-être en racontant une double expérience sportive et gustative.

Près de 45 expériences seront publiées comme autant de sources d'inspiration et de motivation.

Le détecteur de bien-être

Pour que chacun(e) puisse mesurer et partager son bien-être après #2024secondes sportives et gustatives, Elior Group va mettre à disposition un détecteur d'émotions. Cet outil, basé sur une technologie développée par Google, analyse les émotions des visages détectés sur une photo.

Disponible dès le mois de décembre sur le site internet et sur les événements organisés par le Groupe, cette technologie fera l'objet d'une campagne de mobilisation via les réseaux sociaux au mois de juin entre la journée mondiale du bien-être (samedi 10 juin 2017) et la journée de célébration de la candidature de Paris 2024 (vendredi 23 juin 2017).



En complément du dispositif digital, Elior Group va aller à la rencontre de ses publics pour proposer des expériences #2024secondes et nourrir leur pause déjeuner d'un moment ludique, participatif et convivial. Ces événements seront l'occasion d'échanger avec les convives sur leurs habitudes en matière de pratique sportive et de nutrition, et bien entendu de mesurer leur bien-être grâce à la cabine photo intégrant le détecteur de bien-être.



4

LA RESPONSABILITÉ D'UN GROUPE INTERNATIONAL AUX RACINES FRANÇAISES

Une nouvelle vision du leadership

“ *Être un leader ne se décrète pas, cela se démontre* ”

Cette phrase de Philippe Salle (président-directeur général d'Elior Group depuis 2015) est devenue une source d'inspiration et de mobilisation dans toute l'entreprise. Une conviction qui explique aussi la présence, le soutien et la contribution active d'Elior Group à la candidature de Paris 2024.

Soutenir cette candidature, c'est bien sûr vouloir accueillir le monde entier à l'occasion des

Jeux olympiques et paralympiques, c'est soutenir un projet collectif au pouvoir unique où chaque partie s'engage à changer la société, accélérer le développement d'un territoire, engendrer de l'activité économique et améliorer l'environnement. C'est donner à la France et aux Français un outil incomparable pour accélérer les projets et transformer positivement et durablement la société.

En devenant partenaire de Paris 2024, c'est à cette promesse ambitieuse et porteuse d'avenir qu'Elior Group, acteur international aux racines françaises, a souhaité s'associer dans la mise en place de projets structurants pour l'économie d'un pays, l'attractivité d'une économie et le bien-être des populations.

→ L'engagement de Paris dans une candidature aux Jeux olympiques a été motivé par le potentiel d'un tel projet à être un accélérateur de progrès. Pour profiter pleinement de cette opportunité, un plan ambitieux et inédit de 43 mesures pour la ville a été élaborée avec plusieurs mesures phares :



L'excellence à la française

Elior Group croit aux chances de la France pour accueillir en 2024 le plus grand événement planétaire à Paris. Il croit en son savoir-faire opérationnel, en l'attractivité de sa capitale et de sa culture, en son ouverture, son potentiel d'innovation et sa capacité à accueillir le monde. Des spécificités françaises qui font partie des fondamentaux du Groupe et qui ont notamment contribué à son développement depuis 25 ans.

L'excellence opérationnelle, un engagement historique : Elior Group a fait de son savoir-faire opérationnel un levier d'excellence et un gage de qualité pour ses clients du monde entier grâce à l'expérience des femmes et des hommes, acquise d'abord sur le territoire français et désormais de plus en plus à l'international.

L'ouverture, un facteur de succès à l'international : de ses racines françaises, Elior Group a aussi gardé une volonté d'ouverture et de dialogue avec les populations, en s'adaptant dans chaque pays à la culture et aux habitudes de pause de ses convives.



La culture française, une source de différenciation : comme le montre son partenariat avec plusieurs grands chefs étoilés, Elior Group s'appuie sur la réputation et la qualité de la cuisine française pour renforcer son attractivité sur des lieux de prestige, à l'international, mais aussi auprès de ses convives de la restauration collective et jusque dans les cantines parfois étoilées.

L'innovation, un levier de développement : l'innovation est au cœur de la nouvelle stratégie d'Elior Group, qui s'est notamment rapproché des startups françaises très créatives dans le secteur de la foodtech et est notamment devenu partenaire de l'incubateur Smart Food Paris.

Elior Group, restaurateur de sites symboliques de Paris 2024

Sites culturels, espaces de loisirs et grands événements : Elior Group sait mobiliser l'ensemble de ses ressources et de ses expertises, quel que soit le défi à relever. Qu'il s'agisse de valoriser une adresse de prestige ou de restaurer ses convives, le Groupe s'appuie sur un savoir-faire unique en matière de restauration et d'accueil, piliers de sa culture d'entreprise.

Elior Group pilote des prestations sur des sites symboliques de la candidature de Paris 2024.

Le Groupe se tient prêt à sublimer ces lieux lors de la visite de la commission d'évaluation du CIO et à apporter des réponses aux besoins de la candidature afin de démontrer la capacité de Paris à recevoir dignement le plus grand événement du monde.



Le Stade de France

Lieu choisi pour les cérémonies d'ouverture et de clôture, ainsi que pour les épreuves d'athlétisme. 55 salariés d'Elior Services sont mobilisés au quotidien au Stade de France pour l'accueil, l'entretien des espaces verts (hors pelouse), l'aménagement des loges et des salons VIP et la reconfiguration du stade après chaque manifestation.

Le Château de Versailles

Lieu choisi pour les épreuves d'équitation. Elior Group, à travers ses différents sites de restauration, est un acteur incontournable pour ce prestigieux château et son domaine.



Le Grand Palais

Lieu choisi pour les épreuves de taekwondo et d'escrime. Présent au Grand Palais depuis 1999, Elior Group gère plusieurs espaces de restauration pour ce site d'exception.

Paris, source d'inspiration et d'engagement pour Elior Group

Particulièrement attaché à Paris, Elior Group a fait de la Ville Lumière un gage d'excellence et un laboratoire d'innovation en France en lançant en partenariat avec la Mairie de Paris la box anti-gaspi pour lutter contre le gaspillage alimentaire. Par ailleurs, le Groupe référence la marque Ville de Paris dans les musées et sites de prestige parisiens du Groupe pour promouvoir la capitale auprès de ses clients français et internationaux.



Paris-Le Bourget

Lieu choisi pour les épreuves de badminton, de volley-ball et de tir, mais aussi pour le centre des médias, Elior Group est présent au Bourget depuis 1985 avec de grands défis à relever régulièrement, comme celui d'assurer l'offre de restauration tous les deux ans au salon du Bourget (SIAE).

COP21 : nourrir et accueillir le monde

Du 30 novembre au 11 décembre 2015, avec une mobilisation exceptionnelle de ses équipes, Elior Group a assuré la restauration des 40 000 participants quotidiens sur le site de Paris-Le Bourget. Pour cet événement international majeur, Elior a conçu des offres de restauration variées, alliant plaisir, saveur et proximité, témoignant de ses engagements en faveur de l'environnement : des approvisionnements responsables, des collaborateurs sensibilisés et formés aux enjeux du changement climatique, et à la lutte contre le gaspillage alimentaire.



Créé en 1991, Elior Group, un des leaders mondiaux de la restauration et des services, est aujourd’hui le restaurateur de référence dans le monde de l’entreprise, de l’enseignement et de la santé, ainsi que dans l’univers du voyage.

En 2015, le Groupe a réalisé un chiffre d’affaires de 5 674 millions d’euros dans 13 pays. Ses 108 000 collaborateurs accueillent chaque jour 4 millions de clients dans 18 600 restaurants et points de vente. Leur mission est d’accueillir et prendre soin de chacun grâce à des solutions de restauration et des services personnalisés pour une expérience consommateur innovante.

Particulièrement attentif à sa responsabilité sociétale, Elior Group est adhérent au Global Compact des Nations unies depuis 2004. L’exigence professionnelle de ses équipes, leur engagement quotidien pour la qualité et l’innovation, et leur attachement à proposer un moment privilégié s’expriment dans la signature « Time savored ».

Pour plus de renseignements : eliorgroup.com
Elior Group sur Twitter : @Elior_Group



N°1 français de la restauration collective, Elior France propose des solutions personnalisées et des concepts innovants de restauration et de services, dans le monde de l’enseignement, de l’entreprise et de la santé. C’est avec passion que chaque jour, les 24 000 collaborateurs d’Elior France accueillent et prennent soin de 1,3 million de convives. Elior France est particulièrement attentif à la santé et au bien-être de ses convives, au développement professionnel de ses collaborateurs et à l’impact de ses activités sur l’environnement.

Pour plus de renseignements : elior.fr
Elior France sur Twitter : @Elior_France



Partenaire Officiel

CONTACTS PRESSE

SPORT MARKET

Chrystelle Tchatat

ctchatat@sportmarket.fr

01 80 88 89 09 – 06 76 28 43 29

Julien Simonnet

jsimonnet@sportmarket.fr

01 80 88 89 15 – 06 38 16 80 26

ELIOR GROUP

Anne-Isabelle Gros

anne-isabelle.gros@eliorgroup.com

01 71 06 70 58

Anne-Laure Sanguinetti

anne-laure.sanguinetti@eliorgroup.com

01 71 06 70 57