

JOUONS LA COLLECTIF !

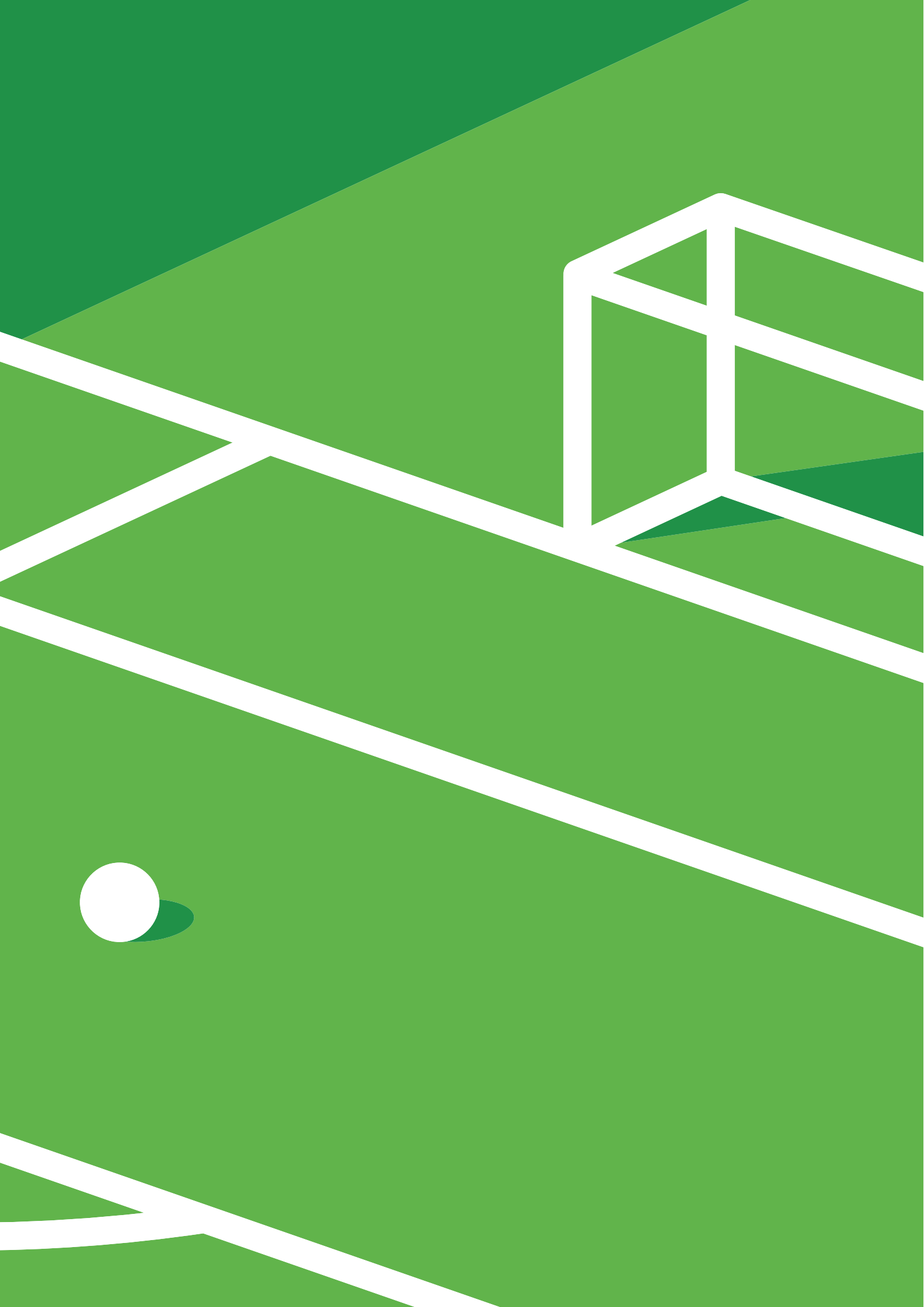
ÉTAT DES LIEUX DES ACTIONS SOCIÉTALES ET ENVIRONNEMENTALES
DU FOOTBALL PROFESSIONNEL FRANÇAIS — 5^e ÉDITION



SOMMAIRE

L'ENGAGEMENT DU FOOTBALL PROFESSIONNEL FRANÇAIS	06
LE FOOTBALL PROFESSIONNEL FACE À LA PANDÉMIE COVID-19	08
PROTECTION DE L'ENFANCE	10
LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS	12
INTÉGRATION ET LIEN SOCIAL	12
ÉDUCATION ET CITOYENNETÉ	13
ACCESSIBILITÉ DE LA PRATIQUE ET DU SPECTACLE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP	13
PRÉSERVATION DE L'ENVIRONNEMENT	14
SOUTIEN AU FOOTBALL AMATEUR	15
SOUTIEN AUX ASSOCIATIONS CARITATIVES	16
ENGAGEMENTS RSE DE LA LFP	18





La pandémie Covid-19 a malheureusement très durement impacté la saison 2020/2021 : protocole sanitaire renforcé dans l'organisation des matchs, impossibilité de déployer un programme événementiel, chômage partiel et télétravail pour le personnel administratif des clubs, et bien sûr, ce lourd silence dans les tribunes en l'absence des supporters. Le contexte économique propre au football professionnel a également suscité des inquiétudes au sein des clubs. Ce contexte si particulier s'est fait durement ressentir dans la mise en œuvre des actions RSE : pas de coup d'envoi fictif ou d'*escort kids* les jours de matchs, pas de dons de places, pas de rencontre riche en échanges avec les joueurs, pas d'instant de communion, tous ces moments qui font l'essence du football... Le manque de moyens humains et financiers est aussi un frein réel constaté.

Dans ce contexte si difficile, les clubs ont poursuivi leur travail de fond et ont su faire preuve d'imagination et d'innovation pour continuer à soutenir les associations. Fait notable, 20 % des clubs disent même avoir pu initier davantage d'actions que les saisons précédentes ! Pour s'adapter, les initiatives RSE ont connu une très forte digitalisation au cours de cette saison hors du commun : visioconférence, vidéo partagée sur les réseaux sociaux, rencontre virtuelle, ou encore vente aux enchères « online ».

Pour la première fois dans l'histoire du football professionnel, 13 clubs, et la LFP, ont utilisé une plateforme spécialisée MatchWornShirt pour organiser des ventes aux enchères de maillots au profit d'associations : 447 maillots ont ainsi été vendus aux collectionneurs et fans partout dans le monde, pour une collecte totale de plus de 280 000 € pour les associations partenaires du football professionnel !

Naturellement, plusieurs clubs ont réorienté au cours de cette saison leur stratégie RSE pour se concentrer essentiellement aux enjeux issus de la pandémie : soutien aux personnels soignants, aux personnes en EHPAD, aux étudiants durement frappés par cette crise. Comme toujours, les clubs sont au cœur de leur écosystème et s'adaptent pour apporter le soutien attendu sur leur territoire.

La LFP a également continué à déployer sa démarche RSE. Pour gagner en efficacité et en impact, elle s'est dotée d'un Panel RSE, rassemblant quelques clubs et experts, qui a pour mission d'identifier les enjeux clés, d'évaluer l'impact des actions mises en œuvre et d'orienter la stratégie RSE du football professionnel. Tout au long de la saison, de multiples visio ont été programmées pour coordonner des journées dédiées et des actions communes. Cette unité a permis au football professionnel français de se classer comme la deuxième Ligue la plus responsable au niveau mondial*.

Cette cinquième édition de « Jouons-la collectif » détaille les bonnes pratiques mises en œuvre dans les clubs, leur organisation, les thématiques prioritaires, les freins rencontrés, etc. La stratégie mise en œuvre par la LFP et les actions communes au niveau national sont également présentées. Cette cinquième édition reflète la manière dont les clubs et la LFP ont su s'adapter et maintenir leurs engagements sociétaux et environnementaux malgré un contexte sanitaire et économique si particulier.

Car, encore une fois et plus que jamais, au cœur d'une saison complexe, les clubs ont su la jouer collectif !

*Classement Responsiball 2020

L'ENGAGEMENT SOCIÉTAL ET ENVIRONNEMENTAL

DU FOOTBALL PROFESSIONNEL FRANÇAIS EN QUELQUES CHIFFRES

100 % des clubs engagés dans des actions sociétales ou environnementales pour la seconde saison consécutive

2 100 actions RSE menées sur la saison

1 630 organisations soutenues : associations, clubs amateurs, causes ou autres types d'organisations

L'impact de la crise sanitaire s'est fait lourdement ressentir sur la mise en place d'actions RSE : -24% sur la saison sportive. 2/3 des clubs reconnaissent n'avoir pas pu initier autant d'actions RSE que les saisons précédentes, le principal frein étant l'impossibilité d'organiser des actions en présentiel.

Les clubs ont su rester mobilisés et soutenir leur écosystème :

97 % des clubs ont réussi à mobiliser leurs joueurs professionnels

73 % des clubs ont fait des donations pour un montant de plus de **2 millions d'euros**, équivalent aux donations effectuées sur la saison 2020/2021

79 % des clubs ont lancé des appels au don pour des associations

94 % d'entre eux offrent des dons en nature : visibilité maillot ou stade, publicité, matériel sportif, etc. le tout estimé à plus d'**1 million d'euros**, bien que souvent peu voire pas financièrement évalué.

LA LIGUE 1 UBER EATS CLASSÉE 2^e AU MONDE POUR SES ENGAGEMENTS RSE SELON LE CLASSEMENT RESPONSIBALL

 SOUTIEN À DES ASSOCIATIONS CARITATIVES

 ACTIONS SPÉCIFIQUES LIÉES AU COVID-19

 INTÉGRATION ET LIEN SOCIAL

LES THÉMATIQUES RSE LES PLUS IMPORTANTES POUR LES CLUBS AU COURS DE CETTE SAISON 2020/2021

 ÉDUCATION ET CITOYENNETÉ

 SOUTIEN AU FOOTBALL AMATEUR

Les actions spécifiques liées au COVID-19 sont rentrées cette saison dans le quotidien des clubs, devenant la seconde priorité parmi les actions RSE.

L'ORGANISATION DANS LES CLUBS

Les clubs continuent à se structurer pour mieux mettre en place des stratégies RSE : 73 % des clubs réfléchissent à faire évoluer l'organisation RSE interne. Trois pistes principales sont envisagées : le renforcement des ressources humaines en priorité (pour 58 % des clubs), la création d'une entité dédiée type fonds de dotation ou encore la structuration de la stratégie.

20 structures dédiées sont en charge des projets RSE au sein de **14** clubs professionnels :

6 fondations d'entreprise



10 fonds de dotation



4 associations



Avec ou sans entité dédiée, **6** clubs ont également créé des programmes identifiés pour porter leurs actions RSE, autre que leur fondation.



+6 clubs étudient actuellement la possibilité de créer une nouvelle entité dédiée à la RSE.

Au sein des clubs, c'est en moyenne 2 personnes qui sont en charge des sujets RSE pour 45 % de leur temps pour la saison 2020/2021.

Trois freins ont été identifiés par les clubs pour développer leurs actions RSE : le manque de moyens humains, le manque de moyens financiers, et le contexte particulier lié à la crise sanitaire.

L'ensemble des parties prenantes des clubs est associé à ces stratégies RSE : la grande majorité (entre 55 % et 70 %) implique sa collectivité ou sa région, ses associations de supporters, ses entreprises partenaires et ses salariés dans son programme RSE, selon les initiatives et les thématiques abordées.

LE FOOTBALL PROFESSIONNEL FACE À LA PANDÉMIE COVID 19

De nouveau cette saison, en contribuant de manière innovante et variée par des dons financiers, des appels aux dons, des ventes aux enchères solidaires ou encore des dons de repas, de tablettes, ou de matériels de protection, en réponse aux besoins du terrain :

+ 1,9 MILLION D'EUROS ONT ÉTÉ COLLECTÉS PAR LES CLUBS PROFESSIONNELS EN FAVEUR DES PERSONNELS SOIGNANTS ET DES PERSONNES EN SITUATION DE PRÉCARITÉ



A J A U X E R R E Une solidarité sans faille

Le club et l'ensemble de ses membres ont fait preuve d'une grande générosité sur les 15 derniers mois pour aider le personnel soignant de l'Yonne. Grâce aux dons de James Zhou, actionnaire majoritaire et Président de l'AJA, et à une logistique assurée par le club, de nombreuses palettes de matériel médical ont été livrées à l'hôpital d'Auxerre : en avril 2020, 100 000 masques de protection, 30 000 tests PCR et 3 000 blouses de protection ; en mars 2021, 810 000 gants de protection et 10 000 blouses de protection. 50 000 masques ont également été donnés à la Préfecture de l'Yonne à destination des collègues du département en février 2021. Plusieurs opérations ont été menées pour soutenir le personnel soignant : hommage lors d'un match « Tous en blanc pour remercier les soignants », 1 100 places offertes au personnel médical de l'Yonne, don de 1 € par masque et de 50 centimes par attache-masque vendu à la boutique de l'AJA au profit de l'hôpital d'Auxerre et organisation d'une cagnotte par l'effectif professionnel de l'AJA pour offrir 50 repas chauds au personnel soignant de l'hôpital pendant 15 jours.



E S T A C T R O Y E S Distribution de repas VIP

En apprenant que sa rencontre à domicile face au Valenciennes FC (J8 de Ligue 2 BKT) se jouerait finalement à huis clos, l'ESTAC Troyes a pris l'initiative de distribuer les repas initialement prévus pour les salons VIP de son stade de l'Aube. Quatre établissements, dont une clinique et une caserne de pompiers, ont ainsi bénéficié de plateaux repas gratuitement.



O L Y M P I Q U E L Y O N N A I S L'OL supporte les étudiants

Le club et plusieurs de ses prestataires et partenaires se sont mobilisés pour apporter des réponses aux différentes problématiques des étudiants face au contexte sanitaire : précarité alimentaire, isolement, perspectives professionnelles. 3 000 repas ont été distribués sur 3 jours dans les restaurants et résidences universitaires. Les équipes se sont déplacées sur 3 campus pour aller à la rencontre de ces étudiants parfois isolés depuis plusieurs mois, avec le soutien des prestataires de l'OL (restauration, sécurité, animation). En plus des repas, les étudiants ont rencontré les agences d'intérim Adéquat et Crit, partenaires de l'OL, pour candidater aux emplois événementiels du Groupama Stadium lors de la reprise des activités. Des places de match étaient également offertes aux étudiants pour la saison 2021-2022, pour apporter des perspectives réjouissantes en cette période de contraintes sanitaires.

La mobilisation s'est également digitalisée : relais des opportunités de stages et d'alternances pour faciliter les recherches des étudiants, organisation de webinaires spécifiquement pour les étudiants, entretiens privés entre étudiants et salariés du club pour présenter les métiers, et création d'une ligue « Mon Petit Gazon » pour rassembler les étudiants dans une communauté locale et fun autour des matchs de Ligue 1.



A S M O N A C O Des masques pour les écoliers

Afin de rendre plus ludique le port du masque à l'école et d'insister sur les bonnes pratiques des gestes barrières, le club a distribué des masques à l'effigie de sa mascotte Bouba à tous les écoliers de primaires de Monaco. La mascotte Bouba et Benjamin Lecomte, le gardien de but de l'AS Monaco, sont allés à la rencontre des enfants au sein de l'un des établissements scolaires de la Principauté.



O L Y M P I Q U E D E M A R S E I L L E Centre de vaccination à l'Orange Vélodrome

Depuis le 15 mars 2021, l'Orange Vélodrome est devenu le premier stade français converti en centre de vaccination. Pour ce dispositif de santé publique exceptionnel, l'OM Fondation a mis les espaces du stade à disposition de l'Agence Régionale de la santé (ARS), de la Ville de Marseille, du Bataillon des Marins-Pompiers de Marseille et de l'AP-HM (Assistance Publique - Hôpitaux de Marseille). ONET, partenaire historique du club, participe à l'effort collectif en assurant le nettoyage du centre de vaccination. 5 000 vaccins sont administrés chaque jour et plusieurs centaines de milliers de personnes y ont été vaccinées.



R C S T R A S B O U R G A L S A C E 17 000 cadeaux en EHPAD

Plus de 4 000 calendriers de l'Avent solidaires aux couleurs du club ont été vendus aux supporters et aux personnes soutenant cette action solidaire. Dans le contexte de pandémie de Covid-19 où les résidents des EHPAD ont été particulièrement touchés, le club et l'association Femmes de Foot ont décidé d'en faire les premiers bénéficiaires à travers plusieurs actions intergénérationnelles. 17 300 personnes âgées de 200 EPHAD d'Alsace ont ainsi reçu un cadeau pour Noël. D'autres surprises ont également été prévues pour permettre au personnel accompagnant d'organiser des moments festifs et joyeux dans les EPHAD.



S T A D E B R E S T O I S 2 9 Accueil des lycéens

Le club, avec l'accord de la municipalité, a mis à disposition pendant plusieurs semaines ses espaces VIP du Stade Francis le Blé, situé juste en face du lycée, pour installer un self pour les 600 lycéens afin de désengorger leur self habituel et mieux respecter les consignes sanitaires en vigueur dans les établissements scolaires.



R O D E Z A V E Y R O N F O O T B A L L Le Raf Solidaire

Le traditionnel calendrier du RAF, édité chaque année pour la période de Noël, a pris cette saison une nouvelle direction. Le contexte sanitaire empêchant les photos collectives, chaque licencié(e) s'est pris en selfie, chez soi, orné(e) de sa plus belle tenue RAF et d'un message à destination du personnel soignant. Toutes les photos ont ainsi été collectées. Ce calendrier a permis de rendre le sourire aux résidents, heureux de porter les tenues RAF mises à disposition à cet effet. Tous les gains collectés suite à la vente du calendrier ont été distribués au personnel soignant des six EHPAD de la Ville de Rodez.



Les exemples présentés ne sont qu'un aperçu de la multitude d'initiatives déployées par les clubs professionnels de football ; d'autres clubs ont également déjà déployé des initiatives similaires.

PROTECTION DE L'ENFANCE



AC AJACCIO

Des jouets par milliers

Grâce à la mobilisation de tous au sein du club, l'ACA a pu aider Century 21 Actif Immobilier, l'agence immobilière ajaccienne, à collecter des jouets afin de les remettre aux associations, rendant ainsi heureux des enfants et offrant une seconde vie aux jouets. Cette année, en raison de la crise sanitaire, les jouets ont été isolés, nettoyés, et triés avant d'être remis au Secours Catholique pour les offrir aux familles en difficulté. Le club a réussi à réunir plus de 600 jouets en quelques jours grâce à la mobilisation de tous.



AMIENS SC

Des enfants hospitalisés virtuellement présents au stade



À l'occasion des derniers matchs joués à domicile de la saison, le club a mis en place un écran permettant à des enfants hospitalisés au CHU Amiens-Picardie d'être présents virtuellement au stade et d'être au plus près des joueurs. Les enfants ont pu suivre l'avant-match en visio-conférence, découvrir les coulisses du match, accompagner les joueurs lors de leur arrivée au stade, suivre l'échauffement et la sortie des vestiaires avant le coup d'envoi. Ils ont également pu échanger directement avec leurs joueurs préférés.



FC NANTES

Les maillots transformés en blouses

Afin de rendre l'hospitalisation plus gaie pour les enfants, la Fondation FC Nantes et Santé Atlantique ont transformé 150 maillots de football en blouse grâce à l'aide de 3 étudiantes en stylisme à l'école MJM Graphic Design à Nantes. Une première fournée de maillots a été remise en mai 2021, en présence du personnel de Santé Atlantique, de son directeur, d'enfants hospitalisés et de 2 joueurs du FC Nantes.



AS SAINT-ÉTIENNE

L'Arbre de Noël virtuel

Privée de la possibilité d'animer de nombreux événements, l'association du club, ASSE Cœur-Vert, a su se réinventer pour maintenir sa visite annuelle auprès de jeunes patients dans les hôpitaux stéphanois. Elle a ainsi organisé un arbre de Noël digital riche en émotions. Grâce à un dispositif de visioconférence déployé d'une part au stade Geoffroy-Guichard et d'autre part dans les différents services pédiatriques du CHU de Saint-Étienne, 40 enfants hospitalisés ont pu échanger durant près d'une heure avec les joueurs professionnels du club, Jessy Moulin, Wahbi Khazri, Mathieu Debuchy et Romain Hamouma, accompagnés de Gwladys Debbache et Audrey Chaumette joueuses de l'équipe leader de son championnat de D2. Pour poursuivre cet arbre de Noël, le comédien Jérémie Coraud a joué le conte « Nom d'une bûche » en faisant participer à distance les enfants à sa représentation. Avant le goûter, le Père Noël des Verts a pris, de son côté, un peu d'avance en débutant sa tournée dans les hôpitaux stéphanois afin d'y déposer des cadeaux.



HAVRE AC

Décembre Solidaire

Depuis de nombreuses années le club et le Secours Populaire, via son antenne Havraise, collaborent autour de thématiques solidaires. Les joueurs du HAC ont porté le logo du Secours Populaire sur leur maillot tout au long du mois de décembre. Une grande collecte de jouets a été organisée : les fans du club ont pu déposer des jouets neufs ou d'occasion à la boutique du club. Salariés, joueurs et partenaires du club ont également contribué à cette collecte. L'ensemble des jouets a ensuite été collecté par des bénévoles de l'antenne locale du Secours Populaires.



LOSC FONDS DE DOTATION x OSCAR LAMBRET

NOS PETITS HÉROS DU QUOTIDIEN

En blouse pédiatrique LOSC pour mieux appréhender l'hospitalisation

En partenariat avec
HYUNDAI | COUPE DUGARDIN



LOSC LILLE

Nos petits héros du quotidien

LOSC Fonds de Dotation et le Centre Oscar Lambret collaborent depuis 2019 pour combattre les cancers pédiatriques. Cette saison, soutenus par le Groupe Dugardin/Hyundai partenaire du Club, ils se sont mobilisés pour « Nos petits héros du quotidien », une opération qui consiste à offrir aux jeunes patients des blouses pédiatriques aux couleurs du LOSC, afin de diminuer l'anxiété du bloc opératoire. Plusieurs centaines de maillots du LOSC ont ainsi été transformés dans les locaux de l'association d'économie solidaire MODE ESTIME, qui utilise la couture à des fins de valorisation des personnes et d'insertion professionnelle. Le LOSC œuvre également pour sensibiliser ses publics à l'importance de la recherche contre les cancers de l'enfant, s'attèle à offrir des moments d'exception aux jeunes patients, et aussi à collecter et reverser des fonds en faveur de cette cause.



OGC NICE

Partenaire de l'association « Les Papillons »

L'association « Les Papillons » a pour objectif de lutter contre les maltraitances dont sont victimes les enfants. Le but de cette association est d'installer des boîtes aux lettres dans toutes les écoles et les clubs de sport afin que les enfants victimes de maltraitance puissent entrer en contact avec l'association s'ils en ressentent le besoin et trouver du soutien. L'OGC Nice, qui a érigé « l'Enfance » comme l'un des axes prioritaires de sa politique citoyenne, est devenu partenaire de cette association. Une boîte aux lettres a été installée dans son école de foot. En parallèle, une campagne de sensibilisation sur la façon de réagir s'ils sont victimes ou témoins de violence ou de harcèlement a été mise en place. L'association « Les Papillons » pourra compter sur le parrainage de Morgan Schneiderlin.



Les exemples présentés ne sont qu'un aperçu de la multitude d'initiatives déployées par les clubs professionnels de football ; d'autres clubs ont également déjà déployé des initiatives similaires.

LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS

Les clubs s'inquiètent d'une recrudescence des actes racistes (selon 25 % des clubs), homophobes (19 %) et sexistes (13 %) chez le grand public sur les réseaux sociaux. 40 % des clubs indiquent d'ailleurs qu'un ou plusieurs de leurs membres ont déjà été harcelés sur les réseaux sociaux. La LFP a mis en place une politique de lutte contre les discours de haine en ligne pour répondre à ces risques (cf. page 20).



PARIS FC No to racism

Lors de la réception du Grenoble Foot 38, le samedi 20 mars à 20h au stade Charléty, le Paris FC a arboré un maillot spécial. En partenariat avec le Royaume du Bahreïn, actionnaire du Paris FC et partenaire principal, la mention « Victorious Bahrain » sur la face avant du maillot a laissé place à « No to racism », apportant ainsi une forte visibilité à ce message qui dépasse le cadre du football. Le Paris FC avait choisi de jouer cette rencontre avec une tunique noire et blanche afin de mettre en lumière cette lutte contre le racisme à travers la symbolique des couleurs. Ces maillots uniques ont ensuite été mis en vente sur la plateforme MatchWornShirt. La totalité des bénéfices a été reversée à la caisse des écoles de la Ville d'Orly afin de subventionner des actions visant à lutter contre le racisme et toutes les formes de discrimination. Par ailleurs, le Paris FC s'était associé avec l'école Paul Eluard (Orly) pour créer une banderole de 7 mètres de long installée au stade Charléty.



INTÉGRATION ET LIEN SOCIAL



PARIS SAINT GERMAIN Accès au sport dans les camps de réfugiés

Le Fonds de dotation du Paris Saint-Germain s'est associé à la start-up néerlandaise KLABU (« club », en langue swahili), qui œuvre en faveur de l'accès au sport dans les camps de réfugiés, pour développer des centres sportifs au bénéfice de milliers de jeunes réfugiés et des communautés vivant dans les camps ou à proximité. Avec la collaboration du HCR, l'Agence des Nations Unies pour les réfugiés, le premier projet sera lancé dans le plus grand camp de réfugiés du monde : Cox's Bazar, au Bangladesh. Gérés par la communauté locale, ces centres sportifs fonctionneront sur le même modèle que des bibliothèques : les enfants auront accès à des tenues et des équipements de sport et pourront participer à des entraînements ou des tournois, regarder des matchs, jouer à des jeux vidéo ou encore profiter d'un accès à Internet. Ce projet s'accompagne du lancement d'une campagne de sensibilisation internationale pour apporter un regard nouveau sur les difficultés associées aux crises des réfugiés. Le Fonds de dotation du Paris Saint-Germain et KLABU ont par ailleurs spécialement créé une collection de produits pour lever des fonds et sensibiliser le grand public à cette cause.



ÉDUCATION ET CITOYENNETÉ



BERRICHONNE DE CHÂTEAUROUX Sensibilisation aux dangers des téléphones au volant



Dans le cadre du programme civique et culturel Open Football Club du Fondation du Football, les joueurs du centre de Formation ont participé à l'atelier proposé par l'association « STEF CARES » pour une sensibilisation aux dangers des téléphones au volant : téléphoner ou conduire, il faut choisir ! Le joueur professionnel Romain Grange était également présent et s'est prêté au jeu de l'atelier : un parcours technique avec une conduite de balle, une passe, une prise d'information pour tirer dans un but de couleur. Premier passage chronométré, en temps réel dans des conditions dites « normales ». Deuxième passage toujours en temps réel et chronométré, mais avec une particularité : répondre à un SMS et l'envoyer en même temps, avant de finir le parcours. La logique est respectée : la concentration n'est pas la même, la maîtrise du ballon est plus hésitante, le temps de réalisation du parcours est doublé... Ces exercices ont ensuite été refaits avec le groupe du Centre de Formation. Filmés lors de leurs passages, les jeunes ont ensuite pu comparer leurs comportements sans et avec portable, entraînant ensuite un débat et des échanges sur l'impact de l'utilisation du portable.



STADE RENNAIS F.C. Bouge !



En mai dernier, le club a lancé son programme Bouge ! dans le but d'aborder une problématique forte : la lutte contre la sédentarité et la promotion d'un mode de vie actif. Ce programme s'articule autour de trois axes majeurs : la sensibilisation du grand public aux enjeux de la lutte contre la sédentarité et l'inactivité physique ; la formation des acteurs de terrain ; l'accompagnement à la pratique sportive sur le territoire breton. Le programme a proposé dès le mois de mai 8 semaines de cours de sport d'une heure en direct, entièrement gratuits, et accessibles sur la chaîne Twitch du club. Plusieurs outils de sensibilisation (quizz avec les joueurs, interviews exclusives, témoignages de supporters...) sont aussi à découvrir sur le site dédié au programme. Au début de l'été, sur le terrain, la formation foot-santé créée par le club, la Maison Sport Santé de Rennes et la Ligue de Bretagne de Football proposeront davantage de créneaux sport-santé aux populations éloignées de l'activité physique. Enfin, au cours de la saison 2021/2022 sera déployé le projet sportif collaboratif en milieu scolaire, « Bouge ! ta classe » pour plus de pratique sportive à l'école.

ACCESSIBILITÉ DE LA PRATIQUE ET DU SPECTACLE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP



ANGERS SCO Les Enfants de la Balle

Créée à Lille en 2016, « Les Enfants de la Balle » lutte pour l'inclusion des enfants en situation de handicap à travers le sport. Pour une meilleure inclusion, l'association a eu l'idée d'associer un enfant en situation de handicap et un coach individuel (ou assistant de vie sportif) à un groupe collectif lors des séances pour lui permettre d'être stimulé et de créer une relation avec d'autres enfants. Depuis 2 ans, l'association accompagne 25 enfants en situation de handicap dans une pratique sportive à l'académie SCO avec un assistant de vie sportive grâce à SCO Fondation. Elle bénéficie d'une aide financière à hauteur d'1/4 de la cotisation des enfants. La SCO Fondation prend également en charge le coût de l'encadrement et organise quelques manifestations pour les enfants : Arbre de Noël, participation à un match au stade Raymond-Kopa, etc.



Les exemples présentés ne sont qu'un aperçu de la multitude d'initiatives déployées par les clubs professionnels de football ; d'autres clubs ont également déjà déployé des initiatives similaires.

FOCUS SUR LES ACTIONS ENGAGÉES AU SEIN DES INFRASTRUCTURES DU CLUB (CENTRE D'ENTRAÎNEMENT, BUREAUX, ETC.) :

100 % des clubs

ont déjà mis en place le tri des déchets dans leurs propres infrastructures, ou ont prévu de le faire sur la saison 2021/2022 (19 %), et un quart d'entre eux traite également les biodéchets.

63 % des clubs

ont mis en place dans leurs infrastructures des initiatives pour réduire le gaspillage alimentaire

35 % des clubs

ont déjà mis en place des gourdes pour remplacer les bouteilles en plastique jetables au sein de leurs infrastructures et 42 % ont déjà prévu de le faire sur la saison 2021/2022

84 % des clubs

ont intégré des produits locaux et de saison dans l'offre alimentaire en interne, et 56 % des produits certifiés (AB et/ou commerce équitable)

Fc Metz
F C M E T Z

Une chaudière biomasse au centre d'entraînement

Une chaudière biomasse a été installée et est opérationnelle depuis plusieurs mois au centre d'entraînement du FC Metz. Elle assure, par le biais d'un réseau de chaleur propre, la production d'eau chaude sanitaire ainsi que le chauffage des bâtiments et des terrains d'honneur du site et sera alimentée par des plaquettes de bois provenant de forêts gérées durablement et situées dans un périmètre maximal de 50 kilomètres autour de Marly.



FC GIRONDINS BORDEAUX
Opération Gourdes du Cœur

Les joueuses et joueurs de l'école de foot et du Centre de Formation se sont équipés de gourdes à l'effigie du club. L'objectif est de réduire l'utilisation des bouteilles en plastique lors des entraînements. Constituées de polyéthylène 100 % biosourcé provenant de la canne à sucre, ces gourdes ont été vendues et la recette a été intégralement versée aux Restos du Cœur, soit l'équivalent de 1 189 repas.

+ 3 100 clubs amateurs
mobilisés malgré le contexte sanitaire

+ 220 000 joueurs amateurs
touchés par ces actions



DIJON FCO

Vente aux enchères au profit des clubs amateurs de Côte-d'Or



Les clubs amateurs ont particulièrement souffert de la crise sanitaire et peuvent être confrontés à des difficultés financières et organisationnelles, allant jusqu'à mettre en péril leur existence. Conscient de cette situation délicate, le DFCO, en collaboration avec le District de Côte-d'Or de Football, a décidé d'apporter son soutien au monde amateur. Le club a sollicité chaque club de Ligue 1 Uber Eats pour obtenir le don de deux maillots portés en match et a également pris contact avec d'anciens joueurs du club, toujours en activité, pour obtenir leur maillot actuel. Parmi les maillots récoltés, celui du Bénin de Saturnin Allagbé, ceux de Nayef Aguerd, Alfred Gomis, Baptiste Reynet, Pierre Lees-Melou, Benjamin Lecomte, Loïs Diony, Romain Philippoteaux, Florent Mollet, entre autres. La vente aux enchères ainsi organisée a permis de collecter 13 630 €, qui seront complétés par le club pour atteindre 20 000 €. L'ensemble des bénéfices servira à financer du matériel d'entraînement pour chaque club amateur du département.



EN AVANT GUINGAMP

Solidarité Clubs 22



En fin de saison 2020/2021, l'EAG avait proposé à ses abonnés et ses partenaires le remboursement des 5 matchs à domicile qui n'avaient pu être joués en raison de la crise sanitaire. Les abonnés et partenaires ayant renoncé à se faire rembourser ont majoritairement reversé leur dû au profit d'une grande opération de solidarité destinée aux clubs de football costarmoricains, forcément impactés par la crise. 86 000 euros ont ainsi pu être collectés. Un don de 46 000 € a été remis au District de Football du 22. Une grande opération de solidarité a également été organisée au Stade de Roudourou, où chaque club amateur était invité à recevoir une dotation de ballons. 8 000 ballons ont ainsi pu être distribués en soutien à 200 associations sportives.



PAU FC

Journées Portes Ouvertes aux féminines

De mars à juin, le PAU FC ouvre ses portes tous les samedis après-midi à toutes les filles qui ont entre 5 et 15 ans. Aucune condition de niveau ou de matériel requis, le club permet à toutes de découvrir le football au sein de son pôle féminin, dans le respect des conditions sanitaires en vigueur.



FC LORIENT

Le Moustoir à vos couleurs



Afin de partager les valeurs du club et d'entretenir le lien privilégié avec le football amateur, le club a fait appel aux clubs amateurs de la région et aux membres de l'Armada, le programme socio-éducatif du FCL qui rassemble plus de 212 clubs partenaires et 38 200 licenciés. L'objectif de cette opération « Le Moustoir à vos couleurs » est de mettre en avant les clubs du Morbihan, du Finistère Sud et des Côtes d'Armor en exposant leurs maillots pendant la rencontre opposant le FC Lorient aux Girondins de Bordeaux. 67 clubs ont ainsi répondu à l'appel des Merlus et les 2 200 maillots ainsi collectés ont été disposés en tribune lors du match. Un président de club ayant participé à l'opération a été tiré au sort et a pu assister au match et remettre le ballon du match au corps arbitral avant le coup d'envoi de la rencontre. Une vingtaine de clubs ont transmis des vidéos d'encouragements aux joueurs du FC Lorient, soutien précieux dans l'optique du maintien, qui ont été diffusées sur les réseaux sociaux du club et les écrans géants du Moustoir avant le début du match.

SOUTIEN AUX ASSOCIATIONS CARITATIVES



CHAMOIS NIORTAIS Activation de partenariat solidaire

À l'occasion de leur rencontre avec le Toulouse FC, les Chamois ont porté un maillot spécial : la Macif, partenaire historique du club a décidé de laisser son emplacement sur le maillot au profit de l'association Emmaüs. Le logo d'Emmaüs a ainsi été mis à l'honneur sur la tunique bleue des Chamois Niortais. Les maillots des joueurs ont ensuite été mis aux enchères sur la plateforme Label Emmaüs, site de vente en ligne de l'association. 100 % des bénéfices de ces ventes ont été reversés à Emmaüs.



RC LENS La Chance aux Enfants

Ancien président du RC Lens, Gervais Martel a l'ambition d'emmener 10 000 enfants défavorisés des Hauts-de-France aux Jeux Olympiques de Paris avec l'association La Chance aux enfants. L'association permet à des jeunes issus de milieux défavorisés de changer leur quotidien en les emmenant voir des événements sportifs. Elle bénéficie du soutien du RC Lens, qui lui a remis un chèque de près de 14 000 euros pour aider son association, à l'occasion du derby RC Lens-Lille, soit 50 % des bénéfices de la vente des masques « covid ».



STADE DE REIMS La solidarité dans le sang

Depuis plusieurs années, le Stade de Reims apporte son soutien à l'Établissement Français du sang (EFS). En juin dernier, la révélation de son nouveau logo avait été l'occasion de s'associer au cri d'alarme lancé par l'EFS dont les stocks sanguins étaient sous le seuil d'alerte à travers une campagne de communication inédite. Plusieurs collectes sont organisées au Stade Auguste Delaune chaque année, à Noël et en juin. Ce partenariat a été matérialisé en fin de saison par la signature d'une convention de partenariat, visant à promouvoir le don du sang dans la ville et sur la région.



STADE MALHERBE CAEN Football Globe Trotters

Créée par un jeune de Caen, l'association Globe Trotters promeut un football social et solidaire : l'association récolte des équipements de football pour leur donner une seconde vie aux quatre coins du monde. Le club a apporté son soutien à ce projet en faisant don des tenues des Escort Kids de la saison précédente, qui seront envoyés dans des villages de pays défavorisés. Le club a également mis à disposition le stade pour l'organisation d'un shooting photo, préalable à la mise en vente d'une collection unique pour réaliser un projet d'école de football au Bénin.



GRENOBLE FOOT 38 Tous mobilisés pour Octobre Rose

Chaque année en octobre, la campagne de lutte contre le cancer du sein organisée par l'association Ruban Rose propose de lutter contre le cancer du sein en informant, en dialoguant et en mobilisant. Cette année, le GF38 a souhaité, avec la société Argent & You et main dans la main avec la Ligue contre le Cancer et le groupe hospitalier Mutualiste, soutenir et s'investir pour cette cause.

Plusieurs actions ont été menées en octobre pour sensibiliser le plus grand nombre : habillage des réseaux sociaux du club, maillot d'échauffement rose, port d'un brassard poignet personnalisé ou encore tenue officielle rose lors des matchs organisés en

octobre, campagne de sensibilisation dans le stade et sur les écrans géants, port d'un pin's spécifique par la direction et les staffs techniques et administratifs. Les maillots exclusifs ont ensuite été proposés soit à l'achat pour leur propre maillot par les joueurs professionnels, soit à gagner lors d'une grande tombola pour le public ou encore lors d'une vente aux enchères pour les partenaires du club. 16 820 € ont ainsi été collectés au profit de La Ligue contre le cancer.



MONTPELLIER HSC Calendrier de l'Avent Solidaire

Le fonds de dotation du club, Espoir Orange et Rêve Bleu, a su réinventer face aux enjeux liés à la pandémie en lançant son calendrier de l'Avent Solidaire : 24 « bonnes actions » menées chaque jour entre le 1^{er} et le 24 décembre 2020, avec 24 bénéficiaires différents et un budget de 25 000 € principalement issu des dons de supporters (abandons des avoirs de billetterie pour la saison 19/20). Des centaines de cadeaux et d'attentions ont ainsi été distribués dans les hôpitaux, les EHPAD, auprès des populations les plus précaires, et également dans des actions environnementales.



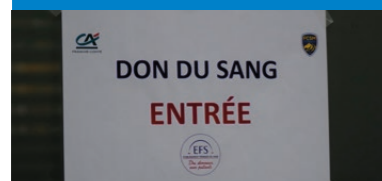
TOULOUSE FC 11+1

À l'occasion des 10 ans de sa Fondation, le TFC adhère à un nouveau programme d'actions solidaires porté par le label 11+1, lauréat du Trophée Philippe Séguin du Fondaction du Football. Chaque mois pendant une année, une cause sera mise en lumière par la Fondation, qui organisera diverses opérations solidaires et collectes de dons au profit d'une association. Ainsi, chaque mois, « 11+1 » sera : 1 cause mise à l'honneur, 1 produit solidaire à la vente, 1 association locale bénéficiaire, 1 partenaire ancré sur le territoire occitan, 1 joueur, 1 joueuse et 1 jeune pitchoun ambassadeurs du projet, 1 événement au Stadium. Des actions qui mobilisent l'ensemble des parties prenantes du club.



FC SOCHAUX MONTBÉLIARD Organisation d'une collecte annuel de Don du sang

Le club a organisé une collecte de sang au Stade Bonal le temps d'une journée, en partenariat avec l'Établissement Français du Sang (EFS) et avec la collaboration du Crédit Agricole Franche-Comté. 64 participants sont venus donner leur sang, dont 14 nouveaux donneurs. Cette opération est reconduite chaque année afin de fidéliser les donneurs et en recruter de nouveaux.



USL DUNKERQUE Billetterie Solidaire

Alors que les supporters sont éloignés des stades en raison de la crise sanitaire, l'USLD lance une opération inédite pour le derby des Hauts-de-France contre Amiens. Pour soutenir les « Bleu et blanc », le club a invité tous ses supporters à remplir virtuellement le stade Tribut en achetant un ticket à 2 €. 338 supporters se sont mobilisés pour un total de 507 €. Le club a souhaité compléter ce don pour reverser 1 000 € aux Restos du Cœur. Cette opération a également permis aux supporters d'afficher leurs messages de soutien sur les panneaux LED du stade.

Les exemples présentés ne sont qu'un aperçu de la multitude d'initiatives déployées par les clubs professionnels de football ; d'autres clubs ont également déjà déployé des initiatives similaires.

ENGAGEMENTS RSE DE LA LFP

La saison 2020/2021 a été l'opportunité pour la LFP de renforcer ses initiatives existantes : son plan d'action contre les discriminations, son engagement en faveur de la préservation de l'environnement et le programme « 1 but et au lit ! ».



« 1 BUT ET AU LIT ! »

En partenariat avec la Fédération Hospitalière de France, la LFP a lancé en août 2019 un programme RSE d'envergure nationale intitulé « 1 but et au lit ! » afin d'améliorer l'accueil des enfants à l'hôpital. **Pour chaque but marqué en Ligue 1 et Ligue 2, 100 € sont versés pour financer les lits d'accompagnants dans les unités pédiatriques des hôpitaux du réseau de la FHF**, permettant ainsi aux parents de rester auprès de leur enfant pendant la durée de l'hospitalisation. 90 % des clubs de Ligue 1 et de Ligue 2 collaborent avec les hôpitaux de leur territoire.

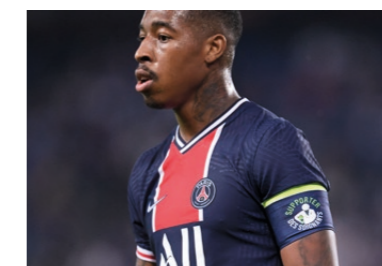
AU TOTAL, SUR LES DEUX DERNIÈRES SAISONS | **+325 k €** ont été collectés grâce aux buts marqués
396 lits ou fauteuils d'accompagnants financés
 dans **45** unités pédiatriques situées dans toutes les régions de France

Les dons ainsi collectés ont permis de financer :

- ▶ 15 lits au Centre Hospitalier de Vichy
- ▶ 11 fauteuils au Centre Hospitalier de Saint-Brieuc
- ▶ 5 fauteuils au Centre Hospitalier d'Ajaccio
- ▶ 5 lits et 4 fauteuils Centre Hospitalier Universitaire de Nancy
- ▶ 19 lits au Centre Hospitalier Universitaire de Lille
- ▶ 17 fauteuils au Centre Hospitalier de Valenciennes
- ▶ 10 fauteuils au Centre Hospitalier de Lens
- ▶ 5 fauteuils au Centre Hospitalier de Gonesse
- ▶ 2 lits et 1 fauteuil au Centre Hospitalier de Falaise
- ▶ 5 lits au Centre Hospitalier de Guéret
- ▶ 4 fauteuils aux Hôpitaux du Bassin de Thau
- ▶ 7 fauteuils au Centre Hospitalier de Grasse
- ▶ 3 fauteuils au Centre Hospitalier du Mans
- ▶ 1 lit au Centre hospitalier de l'agglomération Montargoise
- ▶ 10 lits au Centre Hospitalier de Nevers
- ▶ 8 fauteuils au Centre Hospitalier Universitaire de Saint-Etienne
- ▶ 8 fauteuils au Centre Hospitalier de Niort
- ▶ 5 lits et fauteuils au Centre Hospitalier de Cayenne
- ▶ 17 lits et fauteuils au Centre Hospitalier Universitaire d'Angers
- ▶ 5 lits et fauteuils au Centre Hospitalier Universitaire d'Amiens
- ▶ 10 lits pour le Centre Hospitalier Universitaire de Bordeaux
- ▶ 7 lits pour le Centre Hospitalier Universitaire de Caen
- ▶ 18 lits pour le Centre Hospitalier de Dax
- ▶ 4 lits pour le Centre Hospitalier de Annecy-Genevois
- ▶ 13 lits pour le Centre Hospitalier de Sud Essonne
- ▶ 5 lits pour le Centre Hospitalier de Laval
- ▶ 17 lits pour le Groupe hospitalier Bretagne sud - Lorient
- ▶ 5 lits pour le Centre Hospitalier de Lunéville
- ▶ 6 lits pour le Centre Hospitalier de Mont de Marsan
- ▶ 5 lits pour le Centre Hospitalier de Montauban
- ▶ 10 lits pour Centre Hospitalier Universitaire de Reims
- ▶ 7 lits pour le Centre Hospitalier de Saint-Malo
- ▶ 10 lits pour les Hôpitaux universitaires de Strasbourg
- ▶ 12 lits pour le Centre Hospitalier de Valence
- ▶ 6 lits pour le Centre Hospitalier de Geneviève Gaulle Anthonioz
- ▶ 10 lits pour le Centre Hospitalier Intercommunal André Grégoire
- ▶ 2 lits pour le Centre Hospitalier de Bourg-en-Bresse
- ▶ 10 lits pour le Centre Hospitalier Intercommunal de Fréjus Saint-Raphaël
- ▶ 2 lits pour le Centre Hospitalier de Centre Bretagne
- ▶ 9 lits pour le Centre Hospitalier de Boulogne-sur-mer
- ▶ 6 lits pour l'Hôpital Lucien Hussel
- ▶ 30 lits pour le Centre Hospitalier d'Avignon
- ▶ 36 lits pour le Centre Hospitalier du Sud Seine-et-Marne
- ▶ 5 lits pour le Centre Hospitalier de Laval
- ▶ 16 lits pour le Centre Hospitalier de Cannes

TOUS SUPPORTERS DES SOIGNANTS !

À l'occasion de la 3^e journée de championnat de Ligue 1 Uber Eats et de Ligue 2 BKT, l'ensemble du football professionnel s'est mobilisé pour soutenir et remercier tous les personnels soignants mobilisés tout au long de la crise sanitaire. Dans les stades, une minute d'applaudissements a été orchestrée à l'issue du protocole. Les capitaines, coaches, présidents des clubs, arbitres, délégués et personnels officiels des matchs portaient un brassard « Supporter des soignants ». Un clip vidéo, avec des messages de remerciement des joueurs, a été largement diffusé sur les sites internet et les réseaux sociaux des clubs et de la ligue. En plus des initiatives prévues au niveau national, les clubs professionnels se sont également mobilisés sur leur terrain le jour du match. Au-delà de cette journée dédiée, tout au long de la saison, les clubs ont multiplié les actions de soutien au personnel soignant.



#JOUONSLACOLLECTIF

Afin de mieux valoriser et faire connaître les nombreuses initiatives des clubs de football professionnels français, la LFP a lancé en septembre 2018 le hashtag #JouonsLaCollectif et invité l'ensemble des clubs à l'utiliser sur les différents réseaux sociaux. Sur la saison 2020/2021, ce hashtag a permis de recenser **1 600 publications** sur des initiatives RSE, permettant d'atteindre **près de 26 millions de vues** et suscitant **plus de 300 000 réactions** (likes, repost, etc.) du grand public.

CONTRIBUER À LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

Dans le cadre de son partenariat avec le WWF France, la LFP a mis à disposition des clubs en 2019 trois fiches pratiques et spécifiquement adaptées aux enjeux du football professionnel pour les accompagner dans la réduction de leur empreinte environnementale sur trois thématiques clés : **vers un match zéro plastique**, **vers une alimentation responsable**, **vers un club zéro déchet**. La saison 2020/2021 a été l'occasion d'organiser des visioconférences avec les clubs et les experts du WWF France pour échanger concrètement sur ces fiches, sur les actions à mettre en œuvre, sur les freins rencontrés par les clubs sur le terrain. **81 % des clubs ayant assisté à ces temps d'échange ont trouvé cela utile pour avancer au sein de leur club.**



LES JOURNÉES DU 11 NOVEMBRE DEDIEES AU BLEUET DE FRANCE

Pour la 3^e année consécutive, l'ensemble du football professionnel français s'est mobilisé pour soutenir le Bleu de France et venir en aide aux familles des victimes de guerres et d'attentats. Cette saison, l'initiative a été soutenue par Frank Leboeuf, Ambassadeur du Bleu de France aux côtés de la LFP. Une minute de silence a ainsi été respectée dans tous les stades du football français, alors que 36 clubs ont arboré un maillot unique floqué du blason du Bleu de France pour cette occasion. Au cours de ces différentes rencontres, les arbitres et délégués ont également porté des brassards à l'effigie du Bleu de France, et la fleur de Bleu de France a été portée par tous les acteurs présents en bord de pelouse, des entraîneurs aux journalistes accrédités pour les matchs en passant par les médias manager des clubs.



DES GUIDES ADAPTÉS AUX SUPPORTERS AVEUGLES ET MALVOYANTS

Pour la 8^e saison consécutive, la LFP s'est engagée envers les supporters aveugles et malvoyants. En partenariat avec HandiCapZéro, la LFP met à disposition chaque saison des guides de Ligue 1 Uber Eats et de Ligue 2 BKT, disponibles gratuitement en braille, caractères agrandis et audio. L'ensemble des informations essentielles pour vivre pleinement la saison y sont présentes : présentation de la saison, calendrier des journées, présentation des clubs et des effectifs, arbitres... Les guides sont également complétés par des rubriques dédiées sur le site internet de handicapzero.org accompagnant les actualités des journées de championnat (résultats et classements). Cette année, avec le soutien des clubs professionnels, la LFP et HandiCapZéro mettent à disposition des personnes en situation de handicap des informations concernant l'accessibilité des stades : billetterie, acheminement, accueil, places attribuées, services et dispositifs de type audiodescription... Ces informations sont mises à jour et complétées régulièrement.



CONCOURS D'ÉLOQUENCE PAR LE FONDATION DU FOOTBALL



La LFP soutient le Fondation du Football depuis 2013 et plus particulièrement trois de ses programmes phares : **Open Football Club** pour la mise en place d'actions civiques et culturelles auprès des jeunes joueurs en formation, **Puissance Foot**, programme dédié à l'accompagnement scolaire au sein des clubs, ainsi que les **Trophées Philippe Séguin** visant à identifier, soutenir et valoriser les initiatives citoyennes mises en œuvre par les clubs de football amateurs et professionnels et les joueurs.

Pour la deuxième saison consécutive, le Fondation du Football et l'association Prométhée Éducation ont organisé, avec le soutien de la LFP, un **concours d'éloquence** sous la forme de joutes oratoires entre les jeunes des centres de formation de 10 clubs professionnels : l'AS

Saint-Etienne, l'ESTAC Troyes, le Havre AC, le LOSC Lille, l'Olympique Lyonnais, l'Olympique de Marseille, le Paris Saint-Germain, le Stade Malherbe Caen, le Stade de Reims et le Valenciennes FC. Au total, plus de 150 joueurs et joueuses de ces 10 centres de formation ont bénéficié, depuis le début de la saison, de 5 à 7 ateliers de coaching (soit plus de 60 ateliers au total) par près de 20 étudiants bénévoles de l'association Prométhée Éducation. 11 finales internes ont été organisées dans les clubs participants et une grande finale nationale organisée le mercredi 2 juin 2021 au ministère des Sports, à Paris lors d'un ultime grand oral devant un jury composé de personnalités du monde du football, des médias et en présence de la Ministre déléguée chargée des Sports, Roxana Maracineanu.

BKT, PARTENAIRE ENGAGÉ

OPÉRATION VÉLO BKT

Dans le cadre de son partenariat avec la Ligue 2 BKT et d'une opération tournée vers la jeunesse et l'utilisation de transports plus écologiques, BKT a souhaité faire don de vélos aux associations caritatives ou fondations avec lesquelles les clubs de Ligue 2 BKT collaborent. Au total, 140 vélos ont été distribués aux organisations suivantes : l'association Velocita soutenue par l'AC Ajaccio, l'IME Georgette Berthe soutenue par le Pau FC, le Secours populaire français - Havrais soutenu par le Havre AC, l'association Agora soutenue par le Rodez AF, l'association des Kalon de l'EA Guingamp, l'association Les Fées Papillons soutenue par le SM Caen, l'association pour l'aménagement de la vallée de l'esche soutenue par le FC Chambly, les associations La cordée, Le plateau, Handigarde soutenues par Grenoble Foot 38, l'association Kiwanis et l'AFEJI soutenues par l'USL Dunkerque, le Collectif Ensemble Entraide et Solidarité, Emmaüs et l'association Handicomtois soutenus par le FC Sochaux, le centre socio-culturel Beaulieu soutenu par la Berrichonne de Châteauroux, l'Université Polytechnique Hauts-de-France soutenue par le Valenciennes FC, le Secours populaire 94 soutenu par le Paris FC, le Foyer départemental de l'enfance soutenu par l'ESTAC Troyes et les Talents des Vergnes soutenus par Clermont Foot.



OPÉRATION «RÊVE DE NOËL»

En partenariat avec les clubs de Ligue 2 BKT et leurs associations partenaires, BKT a soutenu lors de la période des fêtes de fin d'année de jeunes supporters confrontés à la maladie et à des situations particulières. BKT a ainsi remis aux associations partenaires des clubs des dons à hauteur de 500 €, et offert aux enfants soutenus par ces associations des cadeaux tels que des maillots officiels dédicacés et des messages vidéo personnalisés pour leur souhaiter de bonnes fêtes, messages ensuite relayés sur les réseaux sociaux des clubs.

JOURNÉES DE L'ARBITRAGE 2020



LA POSTE

Partenaire des fédérations et des ligues professionnelles de football, rugby, handball et basket-ball depuis 2007, La Poste s'est engagée cette année encore aux côtés des arbitres élités comme amateurs ou encore les jeunes en cours de formation pour valoriser leur fonction auprès du grand public, les accompagner dans leurs missions et participer au recrutement et à la formation. En effet, à l'occasion de la 19^e édition des Journées de l'arbitrage et de la 11^e journée de Ligue 1 Uber Eats et de Ligue 2 BKT, La Poste a mobilisé les joueurs, les clubs et les spectateurs autour d'un événement commun mettant à l'honneur les arbitres et leurs missions au service du jeu. À cette occasion, des opérations symboliques ont été organisées avant, pendant et après les rencontres des championnats.

PLAN NATIONAL DE LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS

LA LIGUE DE FOOTBALL PROFESSIONNEL A STRUCTURÉ SON PLAN DE LUTTE CONTRE TOUTES LES DISCRIMINATIONS EN MAI 2019 AUTOUR DE TROIS VOILETS PRINCIPAUX :

- ▶ LA LUTTE CONTRE LE RACISME ET L'ANTISÉMITISME,
- ▶ LA LUTTE CONTRE L'HOMOPHOBIE,
- ▶ ET LA LUTTE CONTRE LE SEXISME ET LES VIOLENCES FAITES AUX FEMMES

LES ASSOCIATIONS EXPERTES PARTENAIRES DE LA LFP

Ce programme, comme l'ensemble des initiatives lancées par la LFP, est construit en collaboration étroite avec les associations expertes partenaires :



LE PLAN D'ACTIONS DE LA LFP EN MATIÈRE DE LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS

Le plan d'actions de la LFP et de ses associations partenaires comprend de nombreuses actions de sensibilisation et de prévention mises en place depuis la saison 2018/2019 et reconduites chaque année :

- Sur une saison, **trois journées de championnat** pour sensibiliser le grand public ;
- Des **séminaires de sensibilisation** à l'attention des différents publics au sein des clubs ;
- Des **ateliers de sensibilisation dans les centres de formation** des clubs à destination des jeunes joueurs professionnels dans le cadre du programme Open Football Club du Fondaction du Football ;
- Un **groupe de travail** qui se réunit une fois par mois avec les associations expertes partenaires de la LFP ;
- Le **développement d'outils pédagogiques** à destination des éducateurs, des entraîneurs et des jeunes (livret pédagogique, film ou encore serious games) en partenariat avec les associations partenaires ;
- Des rencontres entre associations de supporters et associations de lutte contre les discriminations.

La LFP a été nommée pour ce programme au Trophée Acteurs Du Sport RSO/RSE des Trophées Sport & Management. Ces trophées récompensent depuis 2013 des projets et des acteurs de terrain qui innovent en mettant le sport au service de la performance sociale, pédagogique, digitale, économique ou stratégique, ou d'un projet personnel professionnel structurant.

DES ATELIERS À L'INTENTION DES JOUEURS PROFESSIONNELS ET DU PERSONNEL ENCADRANT

Sous l'impulsion du Panel RSE, des ateliers de sensibilisation à destination des joueurs professionnels d'une part et du personnel encadrant (staff technique, coaches, dirigeants, personnel administratif, etc.) d'autre part sont en cours de finalisation et seront proposés aux clubs volontaires dès la rentrée 2021/2022. Deux thématiques prioritaires y seront abordées : **le harcèlement moral et sexuel et les discriminations**.

Animés par des experts et conçus selon des formats adaptés aux cibles visées, ces ateliers permettront d'informer sur les aspects légaux et de donner la parole à chacun sur ces enjeux clés.

LUTTE CONTRE LES DISCOURS DE HAINE EN LIGNE

Les acteurs du football (joueurs, entraîneurs, dirigeants, présidents, arbitres), sont devenus la cible de discours de haine sur les réseaux sociaux, de plus en plus fréquents et intenses, jusqu'à des menaces sur personne.

Pour les protéger, la LFP s'est fixée deux priorités : responsabiliser les plateformes de réseaux sociaux et accompagner les acteurs professionnels pour mieux se protéger. La LFP a initié des groupes de travail avec Facebook d'une part et Twitter d'autre part et des plans d'actions sont en cours de mise en œuvre. Des ateliers de sensibilisation ont été organisés à destination des clubs.

Le partenariat entre la LICRA et la LFP depuis plusieurs années permet également d'engager des poursuites judiciaires.

« UNE TRIBUNE CONTRE LA VIOLENCE »

Lors de la 12^e journée, en collaboration avec Solidarité Femmes, la LFP a décidé d'offrir **une tribune contre la violence** à toutes celles qui luttent contre les violences faites aux femmes. À travers un chant militant de supportrices, réunissant plus d'une trentaine de voix, le football professionnel a souhaité alerter à la réalité des violences faites aux femmes et mieux faire connaître le numéro d'écoute 3919 pour les témoins comme pour les victimes. Enregistré en studio et via une application de visioconférence, le clip a été massivement relayé sur les réseaux sociaux grâce à la mobilisation des clubs professionnels, des associations partenaires mais aussi de nombreux influenceurs et médias. Au 30 novembre 2020, le clip comptait plus de 66 000 vues et plus de 200 000 impressions. Cet appel a également pu être entendu par les téléspectateurs sur l'ensemble des matchs (sauf multiplex) lors de la minute précédant le coup d'envoi de la seconde période de chaque rencontre grâce au soutien des diffuseurs belN SPORTS, CANAL+ et Téléfoot La Chaîne. Cette campagne a remporté l'Argent au Grand Prix Stratégies de la Communication d'Engagement 2021, catégorie Corporate Image.



« CONTRE LE RACISME ET L'ANTISÉMITISME, CONTINUONS À GAGNER DU TERRAIN »

En collaboration avec la LICRA, une campagne nationale pour sensibiliser à la lutte contre le racisme et l'antisémitisme est organisée une fois par an. Pour la saison 2020/2021, les 30^{es} journées de Ligue 1 Uber Eats et Ligue 2 BKT ont été l'occasion de sensibiliser à nouveau les supporters et le grand public sur la lutte contre le racisme et l'antisémitisme, dans le cadre de la semaine d'éducation et d'actions contre le racisme et l'antisémitisme (21 au 28 mars 2021). Les clubs professionnels se sont mobilisés pour toucher le plus grand nombre en diffusant les deux clips (pour la **Ligue 1** et pour la **Ligue 2**) et des visuels de sensibilisation mis à disposition pour la LFP. Associés aux comptes des compétitions, cela représente une plateforme médiatique de plus de 43 millions de followers sur les différents réseaux sociaux. Les clips de sensibilisation ont été vus plus de 168 000 fois et l'initiative a entraîné plus de 30 millions d'impressions et suscité plus de 18 000 engagements sur la toile. Sur le terrain, avant le coup d'envoi des matchs, joueurs et arbitres se sont réunis pour porter un même message « Contre le racisme et l'antisémitisme, continuons à gagner du terrain ».



« HOMOS OU HÉTÉROS, ON PORTE TOUS LE MÊME MAILLOT »

À l'occasion de la journée mondiale contre l'homophobie du 17 mai, de la 37^e journée de Ligue 1 Uber Eats et de la 38^e journée de Ligue 2 BKT, et avec le soutien des associations partenaires de la LFP, le football professionnel a porté un message fort auprès de l'ensemble de ses supporters et du grand public pour sensibiliser à la lutte contre l'homophobie. Le court-métrage, « Un Samedi sur la terre », réalisé bénévolement par Fabien Onteniente et conçu sur une idée originale de Foot Ensemble et des PanamBoyz & Girlz United, a été vu par 390 000 personnes sur les réseaux sociaux de la LFP. Il a également été diffusé sur plusieurs chaînes télévisées.

L'ensemble du football professionnel a également largement diffusé le drapeau arc-en-ciel, symbole de paix, de diversité et surtout symbole par excellence du mouvement LGBT, et l'appel au respect et à la tolérance : « Homos ou hétéros, on porte tous le même maillot ». Sur tous les terrains, joueurs et arbitres se sont réunis autour d'un panneau portant ce message. Arbitres, délégués de match, entraîneurs, journalistes TV et même certains capitaines ont affiché leur soutien en portant le brassard arc-en-ciel.

Pour la toute première fois en France, les clubs ont floqué les maillots de leurs joueurs de numéros colorés en arc-en-ciel, permettant ainsi à tous les supporters de football d'être sensibilisés à cette cause.

À l'issue des matchs, les joueurs de 37 clubs ont accepté de faire don de leur maillot et 105 maillots ont ainsi été mis aux enchères. Plus de 57 000 € bruts ont été collectés et seront redistribués (hors frais de transport et de logistique) à Foot Ensemble, aux PanamBoyz & Girlz United et à SOS Homophobie.



LES ATELIERS DE SENSIBILISATION OPEN FOOTBALL CLUB

Ce programme, proposé par le Fondation du Football, vise à accompagner les clubs professionnels de football et les Pôles Espoirs dans la mise en place d'actions civiques et culturelles auprès des jeunes joueurs en formation (entre 13 et 19 ans). Sur la saison 2020/2021, 3 600 joueurs et joueuses ont été concernés par les 580 ateliers organisés. On en recense notamment 60 sur les thématiques de lutte contre les discriminations : 18 pour l'égalité filles-garçons et contre les violences sexistes, 22 contre l'homophobie et 20 contre le racisme et l'antisémitisme. 2 actions collectives ont également été menées, malgré le contexte sanitaire compliqué (Collecte Nationale des Banques Alimentaires et Téléthon Challenge) mobilisant au total plus de 40 clubs. De plus, 90 référents ont été formés lors de 7 formations différentes (éducation aux médias et à l'information, Lutte contre l'homophobie, Réseaux Sociaux...).

ÉTUDE INÉDITE EN CENTRES DE FORMATION

En partenariat avec la LFP et le Fondation du Football, l'association Foot Ensemble a publié une étude inédite sur les perceptions et attitudes des jeunes joueurs et joueuses dans le football vis-à-vis de l'homosexualité dans la société et plus particulièrement dans le football. Parmi les grands enseignements de cette enquête, près de 8 jeunes sur 10 (78 %) jugent l'homosexualité acceptable et 67 % des jeunes estiment qu'il est important de lutter contre l'homophobie dans le foot et dans les stades.

MÉTHODOLOGIES & SOURCES / ENQUÊTE ET ENTRETIENS

Cette synthèse a été réalisée sur la base des déclarations des clubs professionnels de football (clubs appartenant à la Ligue 1 et à la Ligue 2 pour la saison 2020/2021). Elle adresse toutes les actions sociétales et environnementales pilotées ou soutenues par le club (partenariat, ou soutien matériel, humain ou financier, etc.) effectivement mises en œuvre durant la saison 2020/2021.

L'ensemble des éléments ont été collectés à travers un questionnaire administré en mai 2021, suivis d'échanges avec les clubs pour détailler ces retours. Les données ont ensuite été compilées de manière à appréhender l'engagement sociétal et environnemental du football professionnel dans son ensemble, et ainsi le valoriser.



6, rue Léo Delibes, 75116 Paris
Tél : 01 53 65 38 00
Contact Presse : elsa.gueroult@lfp.fr
www.lfp.fr - @LFPfr

