

18
19

3^{ÈME} ÉDITION

JOUONS

LA

COLLECTIF !

ÉTAT DES LIEUX DES ACTIONS SOCIÉTALES & ENVIRONNEMENTALES
DU FOOTBALL PROFESSIONNEL FRANÇAIS



SOMMAIRE

L'ENGAGEMENT DU FOOTBALL PROFESSIONNEL FRANÇAIS	P.4
SOUTIEN AU FOOTBALL AMATEUR	P.6
INTÉGRATION ET LIEN SOCIAL	P.8
SOUTIEN AUX ASSOCIATIONS CARITATIVES	P.10
ÉDUCATION ET CITOYENNETÉ	P.12
ACCESSIBILITÉ DE LA PRATIQUE ET DU SPECTACLE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP	P.14
DÉVELOPPEMENT DE LA PRATIQUE FÉMININE	P.16
ENVIRONNEMENT	P.18
ACCOMPAGNEMENT CULTUREL	P.20
ENGAGEMENTS RSE DE LA LFP	P.22

SUR LE TERRAIN, LE FOOTBALL PROFESSIONNEL FRANÇAIS C'EST :

810 matchs joués en France dans le cadre
des compétitions organisées par la LFP

+ 11,7
millions de spectateurs
dans les stades



RÉVÉLER

L'IDENTITÉ DU FOOTBALL FRANÇAIS

Révéler la véritable identité du football français au travers d'une démarche de responsabilité sociale et environnementale est l'une des priorités de la Ligue de Football Professionnel. Cette troisième édition de « Jouons-la collectif » affiche cette identité, sociale et citoyenne, ancrée dans les territoires. Une identité qui, cette saison, a également su s'exprimer à l'échelle nationale, par des campagnes thématiques issues des priorités RSE des clubs et illustrées par de nombreuses actions locales.

« Jouons-la Collectif » constitue donc aussi bien un rapport annuel qu'une somme d'actions inspirantes. C'est le fruit d'un travail constant des clubs et de la LFP, tout au long de l'année. Au cours de la saison 2018/2019, la LFP a ainsi organisé pour la première fois deux séminaires RSE de clubs afin de mieux partager les bonnes pratiques, faire émerger les priorités des clubs en matière de RSE, et déployer des journées d'actions nationales. À l'international, la LFP a pu également promouvoir les actions des clubs dans le cadre des rencontres organisées par European Leagues, l'association des ligues européennes.

Au travers de journées de championnat dédiées, le football professionnel français a notamment affiché son soutien actif au Bleuet de France, qui vient en aide aux victimes de guerre et d'actes de terrorisme, à la promotion du football féminin, à la lutte contre l'homophobie et au respect de la biodiversité. À chaque fois, ces campagnes ont été menées avec le concours du monde associatif et des clubs. Pour chacune de ces initiatives, des actions de court et moyen terme ont été initiées.



Nathalie Boy de la Tour

Présidente de la LFP

Cette troisième édition de « Jouons-la collectif » démontre le haut niveau d'engagement des clubs de football professionnel qui ont su se mobiliser tout au long de la saison pour contribuer à la construction d'une société plus inclusive au travers de huit axes principaux : le soutien au football amateur, l'intégration et le lien social, le soutien aux associations caritatives, l'éducation et la citoyenneté, l'accessibilité de la pratique et du spectacle aux personnes en situation de handicap, le développement de la pratique féminine, l'environnement et l'accompagnement culturel.

Le chemin à parcourir reste long mais nous pouvons être fiers de celui déjà effectué. L'engagement sociétal du football professionnel est reconnu par un fan de football sur deux, et 58% des Français le considèrent comme important*. Merci à tous les clubs et leurs dirigeants pour leur engagement et **tous ensemble continuons de la « jouer collectif »**.

*© 2019 IPSOS - Baromètre d'image des clubs professionnels de football, Saison 2018-2019

L'ENGAGEMENT

DU FOOTBALL PROFESSIONNEL FRANÇAIS

EN QUELQUES CHIFFRES

97 %

des clubs engagés dans des actions sociétales

+ 1 million

de personnes touchées par ces actions sociétales

3 000

actions sociétales,
soit près de trois initiatives en dehors
du terrain pour un match joué

+ 400 000

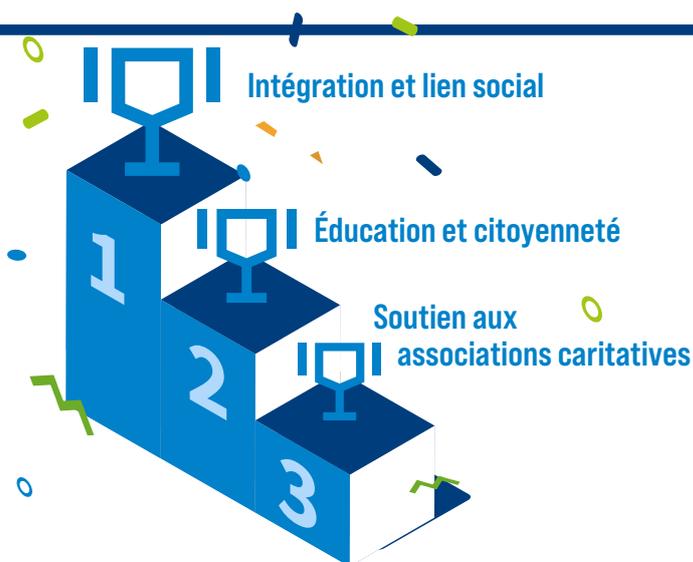
places réservées aux actions sociétales

+ 9 000

heures consacrées aux actions sociétales par les joueurs professionnels et + 17 000
par les autres membres du club (staff sportif, équipes du club, etc.)

Les thématiques par ordre de priorité pour les clubs :

- Intégration et lien social
- Éducation et citoyenneté
- Soutien aux associations caritatives
- Développement de la pratique féminine du football
- Accessibilité de la pratique et du spectacle aux personnes en situation de handicap
- Soutien au football amateur
- Accompagnement culturel
- Environnement



Au total, la contribution du football professionnel en faveur d'actions RSE s'élève à plus de **76,8** millions d'euros soit plus de 4 % du chiffre d'affaires* de la LFP

L'ORGANISATION DANS LES CLUBS

Cette saison 2018/2019 est marquée par une volonté croissante du nombre de clubs qui souhaitent mieux se structurer en matière d'actions sociétales et environnementales :



--- **17** structures dédiées sont en charge des projets RSE au sein de **13** clubs professionnels : ---

5 fondations

7 fonds de dotation

5 associations

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

Mettant à profit la puissance médiatique du football,

86%

des clubs offrent de la visibilité aux causes qu'ils soutiennent.

Panneautique LED, écrans géants, programmes de match, flocage sur le maillot, etc. Sur la saison 2018/2019, la valorisation financière de ce don s'estime à plus de

1,1M€



SOUTIEN AU

- Opérations menées avec le football amateur
- Soutien financier
- Implication des joueurs amateurs
- Visibilité offerte

+ 4 200

CLUBS AMATEURS
MOBILISÉS SUR LA SAISON
2018 / 2019

+ 390 000

JOUEURS AMATEURS
IMPLIQUÉS, DONT + 33 000
LORS DES MATCHS



DIJON FCO Le DFCO Tour

Trois fois par an, le DFCO Tour part sur les routes de Bourgogne Franche Comté et fait étape dans un club. Entre 250 et 300 enfants des clubs environnants sont invités pour l'occasion à participer à cette grande fête du football. L'ensemble de l'effectif professionnel masculin et féminin se déplace et participe à des ateliers mis en place par les éducateurs du centre de formation dijonnais avec l'aide des éducateurs du club hôte. Le speaker du DFCO et la mascotte Lolie sont également de la partie. Les enfants sont séparés en groupe. Chaque groupe a son parrain ou sa marraine. Chaque participant reçoit ensuite des récompenses et participe à une séance dédicaces (filles et garçons) pour conclure la journée.



ESTAC TROYES

La Fête des Clubs Ambassadeurs



Pour soutenir le football amateur et renforcer les liens entre amateurs et professionnels, depuis 2005, l'ESTAC développe tout un programme dédié aux clubs amateurs de l'agglomération troyenne. Ce programme inclut, entre autres, la signature d'une Charte des Clubs Ambassadeurs, définissant les conditions liant l'ESTAC à ses « Clubs Ambassadeurs ».

Cette saison, la traditionnelle « Fête du Football Amateur » est devenue la « Fête des Clubs Ambassadeurs ». Cet événement festif, autour d'un match de championnat de l'équipe professionnelle, a pour but de valoriser encore plus l'implication et le travail quotidien des clubs amateurs et de leurs différents acteurs aux côtés de l'ESTAC. Plus de 1 500 jeunes licenciés des Clubs Ambassadeurs ont ainsi défilé sur la pelouse d'honneur lors de la rencontre ESTAC – FC Sochaux. Ils étaient également invités à animer leur coin de tribune pendant le match, participant au concours du club le plus « supporter », récompensé par une belle dotation de matériel sportif.

FOOTBALL AMATEUR



FC NANTES

Plan Cité Foot



Lancé en 2013 par la Ville de Nantes et renouvelé pour 2018-2022, le plan Cité Foot a pour but de rendre accessible à tous la pratique du sport, et du football en particulier, au travers de quatre objectifs :

- renforcement de la pratique du football féminin, avec l'organisation de stages, de temps de découvertes, de portes ouvertes à l'attention des jeunes filles et femmes ;
- aide aux familles pour financer l'adhésion aux pratiques sportives, avec le dispositif Carte blanche ;
- maillage de la ville, grâce à des mutualisations, des ententes, des coopérations entre clubs ;
- soutien à l'administration et à la gouvernance de ces clubs, à l'aide d'un dispositif permettant un accompagnement individualisé et adapté.

Premier soutien de cette action, le FC Nantes participe à l'action de la Ville de Nantes afin de promouvoir les valeurs citoyennes et le développement du football pour toutes et tous, en améliorant la structuration des clubs. Le club accueille ainsi régulièrement des jeunes aux entraînements des joueurs professionnels ou aux matchs à la Beaujoire. Sur cette dernière saison, une quinzaine de clubs amateurs ont ainsi pu être présentés au cœur de la Beaujoire devant près de 20 000 supporters.

MONTPELLIER HÉRAULT

Mercredi c'est Coach MHSC qui t'entraîne !

Opération phare du fond de dotation « Espoir Orange et Rêve Bleu » du Montpellier Hérault SC, Coach MHSC consiste à proposer à toutes les écoles de football (U8 à U13) qui le souhaitent de délocaliser leur entraînement du mercredi au centre d'entraînement Bernard Gasset, en compagnie de joueurs et joueuses du MHSC. Débutée en 2013, cette action renforce les liens du club avec les clubs amateurs de la région et ses supporters les plus jeunes. Ce sont 60 opérations et 47 clubs amateurs différents qui ont ainsi pu s'entraîner avec des joueurs et joueuses du MHSC depuis 6 ans (saison 2013-2014).



STADE DE REIMS

Mathusalem



Lancé sur la saison 2018/19, le programme Mathusalem du Stade de Reims veut créer un partenariat gagnant-gagnant avec tous les clubs amateurs qui adhèrent à ce « club des clubs », quel que soit leur taille et leur structuration. Basé sur la réciprocité, il confère à chaque club

adhérent des avantages en échange de son soutien et de la réalisation d'une action solidaire par saison. Mathusalem c'est également un système de fidélité « 1 place achetée sur un match Mathusalem = 1 point » qui permet aux clubs de gagner un certain nombre de lots. Sur la saison, 168 conventions ont été signées, permettant le rapprochement de 168 clubs avec le Stade de Reims (accès aux entraînements, organisation d'une journée technique, échanges avec les éducateurs, tarifs préférentiels, 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.

INTÉGRATION ET LIEN



A J A U X E R R E

Plateforme 365 Acadomia

L'AJ Auxerre, Acadomia et Domany's ont signé en début de saison sportive un partenariat visant à rendre accessible gratuitement la plateforme 365 Acadomia aux 4 500 enfants de locataires de Domany's, principal bailleur social de l'Yonne. 365 Acadomia leur propose des ressources pédagogiques et une équipe d'enseignants dédiée pour réviser et progresser du CP à la Terminale dans toutes les matières et 7 jours sur 7.

Pour motiver, accompagner et valoriser les bénéficiaires les plus assidus, l'AJ Auxerre et son Centre de Formation proposent diverses récompenses (places de matches, visites des installations sportives, rencontres de joueurs professionnels, stages de football...).

Cette action s'inscrit dans le prolongement du partenariat historique qui existe entre Acadomia et l'AJ Auxerre.



O L Y M P I Q U E D E M A R S E I L L E

École de la Deuxième Chance



Depuis 2018, l'Olympique de Marseille, au travers de sa fondation, s'inscrit dans un partenariat fort avec l'École de la 2^{ème} Chance de Marseille. Leur objectif commun : « aider l'insertion professionnelle des jeunes dans les quartiers prioritaires ». Pour ce faire, plusieurs actions sont mises en œuvre :



Crédit photo : ©Getty Images / OM

- financement des équipements sportifs de la nouvelle salle de remise en forme de l'École de la 2^{ème} Chance, utilisée par l'ensemble des stagiaires pour la transmission de valeurs fondamentales ;
- interventions régulières de collaborateurs du club auprès de groupes de jeunes dans le cadre du programme #OMVOLONTARIAT sur des thématiques telles que la gestion de groupe, la sécurité/sûreté, du coaching emploi, etc. ;
- collaboration dans le cadre du Dîner de Gala OM Fondation (vente de tickets de tombola, aide à la préparation des plats, ...) ;
- visites du stade Orange Vélodrome ;
- invitations pour des matches au cours de la saison.

SOCIAL



- Lutte contre l'exclusion
- Insertion des jeunes
- Insertion professionnelle
- Emploi
- Soutien de projets en zones urbaines sensibles



ANGERS SCO

Le « Vivre-ensemble »



Cette année, Angers SCO, au travers de sa fondation, a développé deux projets phares complémentaires pour travailler la notion du bien vivre ensemble. Un premier projet développé avec le complexe de foot en salle d'Angers SCO et l'association « Les enfants de la Balle » qui œuvre pour l'inclusion des enfants par le sport et leur permet d'ouvrir leur académie aux enfants en situation de handicap, en inclusion avec des enfants valides. Le deuxième projet concerne l'ouverture d'une école Noire et Blanc à Angers, dont l'objectif est d'accueillir 60 enfants, âgés de 7 à 11 ans, en dehors des temps scolaires, pour des activités ludiques, sportives et culturelles.



AS BÉZIERS

Un tournoi au Centre Pénitentiaire de Béziers



Plusieurs joueurs de l'équipe professionnelle de l'AS Béziers ainsi que les coaches Mathieu Chabert et Stéphane Santini se sont rendus au Centre Pénitentiaire de Béziers. Ils ont pu y animer des ateliers ainsi qu'un tournoi de football au cours duquel les joueurs ont coaché quatre équipes de neuf détenus, remis des diplômes, une médaille et des maillots dédiés à l'équipe victorieuse. Cette compétition a été l'occasion pour l'AS Béziers d'échanger pendant un long moment avec les détenus.

US ORLÉANS

Supporters de l'emploi

Pour la troisième année consécutive, l'US Orléans, en partenariat avec Pôle Emploi, Orléans Métropole et le Rugby Club d'Orléans accueille au stade de la Source, le forum des « Supporters de l'emploi ». Ouvert à tout public, étudiants, personnes en reconversion, demandeurs d'emploi et salariés, ce forum est l'occasion pour les partenaires organisateurs de mobiliser leurs réseaux et leurs moyens pour mettre en relation les personnes à la recherche d'un emploi et les entreprises qui recrutent. Lors de la précédente édition, ce furent plus de 900 demandeurs d'emploi qui ont été reçus par les 63 entreprises. Cette année, 120 entreprises et 12 000 demandeurs d'emploi sont attendus.



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.

SOUTIEN

AUX ASSOCIATIONS CARITATIVES

• Lutte contre des maladies

• Aide aux populations défavorisés

• Aides humanitaires

8/10 CLUBS PROFESSIONNELS FONT DES APPELS
AUX DONS POUR DES ASSOCIATIONS CARITATIVES

EN MOYENNE, CHAQUE CLUB PROFESSIONNEL AIDE À COLLECTER

27 000 € AU PROFIT
DES ASSOCIATIONS



FC METZ

Zéro hépatite C – savoirCguérir

Le club a signé début 2019 l'engagement de devenir le premier club sportif « Zéro hépatite C ». En partenariat avec savoirCguérir, il souhaite lutter pour l'éradication de l'hépatite C. Cette maladie grave touche 110 000 personnes en France, dont plus de la moitié qui ne le sait pas. Et pourtant, prise à temps, il est possible d'en guérir dans 95% des cas.

Afin de sensibiliser ses sportifs, collaborateurs, entreprises partenaires et supporters, le FC Metz a lancé une campagne de communication autour de ce sujet, suivie d'une campagne de dépistage volontaire et gratuit. Cette campagne sera poursuivie la saison prochaine avec en plus la construction d'outils de communication spécifiques.

**Plus d'1
personne sur 2
qui a l'hépatite C
ne le sait pas.
Pourtant aujourd'hui
on en guérit.**

Dépistez-vous gratuitement
le 18 avril 2019 à partir de 10h
au sein du Stade Saint-Symphorien
(Tribune Nord / Espace loges)



FC SOCHAUX-MONTBÉLIARD Prix Julia Beaudrey

Le club a lancé en début de saison 2018/2019, la 2^{ème} édition du « Prix Julia Beaudrey ». Créé en mémoire d'une jeune étudiante belfortaine de 20 ans décédée en 2016, ce prix vise à récompenser les associations étudiantes qui œuvrent à leur échelle en prônant des valeurs de solidarité et d'ouverture. Le FC Sochaux-Montbéliard propose ce prix pour apporter

aux associations visibilité (présence lors des coups d'envoi de matchs à domicile, séances de dédicaces au profit de l'association, site web et réseaux sociaux du club, etc.) et moyens matériels pour les accompagner dans leur projet. Cette année, deux initiatives ont été récompensées, une initiative humanitaire au Bénin portée par une association de la faculté de médecine de Besançon et un tournoi handisport multi-raquettes de l'ASCAP (Association Sportive et Culturelle du groupe PSA Peugeot Citroën) à Montbéliard.



OLYMPIQUE LYONNAIS

Appel à projets « Supporters »

Pour marquer l'anniversaire de ses 10 ans, OL Fondation a lancé la saison dernière un appel à projets inédit dans le monde du football français et européen, un « appel à projets Supporters ».

Financé par les joueuses et joueurs de façon collective, cet appel à projets, qui a impliqué toute la famille OL, était adressé à la communauté des supporters de l'Olympique Lyonnais, pour soutenir et valoriser leurs engagements associatifs. 80 supporters ont candidaté au nom d'une association et 40 associations ont bénéficié de l'appui de la Fondation pour mener à bien leurs projets à l'issue du processus de sélection, dans lequel les joueuses, joueurs et coachs se sont fortement impliqués. Le cumul des bénéficiaires des 40 projets dépasse les 10 000 personnes. Sur les 3 saisons à venir, les joueurs et joueuses seront impliqués pour parrainer les enfants de l'association « Ma Chance Moi Aussi », grand lauréat de cet appel à projets. Cette initiative a été récompensée du prix club professionnel des Trophées Philippe Séguin du « Fondation du Football 2019 ».



RC LENS

Collecte en faveur du Combat des Super Héros

L'association « Le Combat des Super Héros » s'est créée autour d'une famille dont les deux enfants ont besoin de soins très coûteux pour des maladies lourdes que sont la leucémie et le Naevus congénital géant. Soutenue par deux groupes de supporters lennois, elle a été mise en avant par le RC Lens à deux reprises au cours de cette saison avec notamment

une collecte de dons : communication sur l'existence d'une cagnotte toujours en ligne, urnes organisées et tenues à l'occasion d'un match par les supporters lennois, partenariat avec le Syndicat Mixte des Transports Artois-Gohelle pour contribuer à la collecte à la hauteur de 10 000 €. Au total, 12 500 € récoltés.



STADE RENNAIS FC

Les Footeux ont du Cœur

Pour la 5^{ème} année consécutive, le Stade Rennais FC et les magasins Printemps Alma ont lancé « les Footeux ont du Cœur ». Cette initiative se déroule à l'approche des fêtes de fin d'année.

Pendant plus d'un mois elle permet la récolte de jouets neufs (ou en bon état) au bénéfice des familles aidées par le Secours Populaire 35.

1 jouet neuf (ou en bon état) = 2 places offertes par le Stade Rennais FC. Chaque année, c'est près de 500 jouets qui sont récoltés.



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.



ÉDUCATION

- Fairplay
- Lutte contre les discriminations
- Laïcité
- Respect
- Égalité
- Diversité
- Addictions/dopage
- Bénévolat
- Sport/santé
- Premiers Secours



AS MONACO Le don du Sang

L'AS Monaco s'est associée au Centre Hospitalier Princesse Grace (CHPG) pour soutenir le Don du Sang au sein de la Principauté. En effet, chaque année 5 000 dons du sang sont nécessaires aux 800 malades transfusés en Principauté. Grâce aux dons du sang, plusieurs vies sont sauvées chaque jour.

Pour afficher son soutien, le club a organisé une semaine d'actions dédiées qui a permis à tous les acteurs du club de contribuer. Au-delà de l'information et de la communication sur le sujet, l'entraîneur, les employés du club et les supporters ont pu profiter de la présence d'une unité mobile à proximité du stade pour participer à la collecte. Chaque donneur est reparti avec un cadeau et dans le cadre du tirage au sort, un fan a eu la chance de découvrir les espaces VIP du Stade Louis II en fin de match et recevoir un maillot de l'AS Monaco.



EN AVANT DE GUINGAMP Dictée ELA

Depuis 15 ans, le club En Avant de Guingamp met à disposition un des joueurs de son équipe pour l'association ELA (Association Européenne contre les Leucodystrophies) aux élèves d'une école élémentaire. Cette année, c'est Marcus Thuram qui a eu pour mission de lire une dictée à la centaine d'élèves installés dans la cantine de l'école transformée en salle de classe pour l'occasion, avant une séance photo/dédicace. Cette dictée est avant tout, partout où elle a lieu, l'occasion d'échanger avec les élèves autour de la maladie, de la solidarité, du respect et du handicap.



ET CITOYENNETÉ

NÎMES OLYMPIQUE

Informer, comprendre et lutter contre les discriminations – le Trimaran

Chaque année depuis trois ans, Nîmes Olympique propose à ses joueurs des actions culturelles et citoyennes dans le cadre de son programme socio-éducatif. Cette année, une des actions a porté plus spécifiquement sur la question des discriminations avec une intervention de la compagnie « Le Trimaran ». Intitulée « Informer, comprendre et lutter contre la violence, le racisme, la xénophobie, l'antisémitisme sur et autour des stades », l'intervention a été mise en place auprès des jeunes footballeurs des catégories U17 et U19 du centre de formation.

La compagnie Le Trimaran propose des actions de prévention auprès des jeunes s'appuyant sur un théâtre interactif, le but étant de sensibiliser directement les jeunes et éveiller l'ensemble des groupes à une réalité différente. L'atelier réalisé au sein du club a commencé par une création théâtrale du Trimaran au cours de laquelle les comédiens expliquent les motivations et visions sur l'intolérance. Les jeunes ont ensuite été invités à se réapproprier le message et à le reformuler avec leur vision et leurs mots, entraînant des débats et des échanges formateurs.



STADE MALHERBE CAEN

Charte contre les comportements discriminatoires

Afin de s'opposer au racisme et à toute forme de discrimination en général, le Centre de Formation du SM Caen travaille depuis 3 ans avec la LICRA de Fécamp. Cette année, la volonté d'aller plus loin les a menés à développer un projet autour de ces sujets.

Les 16 joueurs U16/U17 impliqués dans le projet ont ainsi pu travailler à la rédaction d'une Charte qui pose les 8 règles d'une pratique du football respectueuse de l'autre, quelles que soient ses différences. Les jeunes joueurs ont signé cette Charte et se sont engagés à ne jamais la transgresser tout au long de leur carrière professionnelle. Cette action a permis à ces jeunes du centre de formation du Stade Malherbe Caen d'être lauréats des Trophées de la LICRA 2019 remis au Palais du Luxembourg à Paris.



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.

ACCESSIBILITÉ DE LA PRATIQUE ET DU SPECTACLE

AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

- Section cécifoot et/ou foot-fauteuil
- Accueil en jour de match
- Bénévoles dédiés
- Signalétique adaptée
- Audiodescription
- Diversité au sein du club
- Soutien à des structures de recherches et de soins sur le handicap

Sur le terrain :

- **1 club sur 5** possède une section pour les joueurs en situation de handicap, comme cécifoot ou foot-fauteuil.

Dans les clubs et stades :

- **Près de 70%** des clubs emploient une personne en situation de handicap ou ont recours à des entreprises adaptées pour leurs prestations.
- **Environ 50%** des stades ont réalisé un diagnostic d'accessibilité.

Les jours de match :

- **40% des clubs** ont nommé une personne spécifiquement en charge de l'accueil
- **40% des clubs** permettent d'acheter une place PSH directement sur leur site internet de billetterie
- **8 associations** de supporters handicapés agissent dans les stades
- **1 stade sur 4** disposent d'un guide d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap
- **Près de 5 000 places PSH** (hors places accompagnants) sont disponibles dans les stades des clubs professionnels, avec une moyenne de 150 par club



CLERMONT FOOT 63

Les ateliers du goût

Initiés par quatre lycéennes et l'association Cœur d'Auvergnats, les « ateliers du goût » sont une expérience culinaire qui vise à favoriser la rencontre entre les joueurs du Clermont Foot 63 et de jeunes handicapés du centre médical infantile de Romagnat.

En partenariat avec Le Bus 26, restaurant itinérant puydômois, et le Clermont Foot 63, les lycéennes ont organisé un atelier de dégustation à l'aveugle. Invités pour l'occasion au Bus 26, les enfants du centre Romagnat et quatre joueurs du club ont joué à deviner, les yeux bandés, les différentes saveurs qui leurs étaient proposées.



FC LORIENT

Fonds de dotation de Kerpape



Le FC Lorient et le Fonds de Dotation Kerpape, créé pour soutenir l'innovation au centre mutualiste de Kerpape, ont signé l'an dernier une convention de mécénat d'une durée de trois ans (soit jusqu'en juin 2021). Ce mécénat s'inscrit dans la volonté du club de développer son rôle social dans le territoire lorientais. À travers cette convention qui réunit deux acteurs majeurs de la Ville de Ploemeur qui ont déjà eu l'habitude de travailler ensemble, le FC Lorient rejoint les mécènes du Fonds de Dotation Kerpape et s'engage donc à le soutenir. Son objectif : contribuer aux financements de l'innovation et de la recherche dans le champ de la médecine physique et de réadaptation et du handicap.

GAZÉLEC FC AJACCIO

Accompagner des associations

Sur la saison 2018/2019, le Gazélec FC Ajaccio a travaillé en étroite collaboration avec différentes associations qui œuvrent pour le bien-être des enfants et des jeunes adultes atteints de handicap.

Tout au long de l'année, le club et ses joueurs ont accueilli à plusieurs reprises les associations Arsea, Inseme, Helio's, Elias (porteur de la trisomie 21). Des organismes qui œuvrent pour l'inclusion dans des lieux publics et communs et le bien-être des personnes malades et en situation de handicap. L'objectif pour le Gazélec FC Ajaccio est d'offrir à ces jeunes des moments d'exception ainsi que de promouvoir ces associations. Le club a offert de nombreuses journées découverte en compagnie de leur équipe première ainsi que des dons (matériels ou financiers) afin de contribuer au développement et la pérennité de ces associations.



OGC NICE

Toi + Moi = OGC Nice

À l'aube de la saison 2016/2017, l'OGC Nice et le Comité Départemental Sport Adapté 06 ont lancé le programme « Toi + Moi = OGC Nice » en faveur de 15 enfants atteints d'un handicap mental et accueillis à l'IME Henri Wallon.

Depuis, chaque année, tout au long de la saison, au rythme d'une séance d'entraînement par mois, ces jeunes sportifs sont « coachés » par les U17 du Gym et peaufinent leur maîtrise du football, tout en partageant des après-midis de franche bonne humeur avec les protégés de Patrick Cordoba (coach U17). À travers ce programme innovant, l'OGC Nice et le CDSA 06 souhaitent utiliser le football et ses valeurs universelles pour donner l'envie de pratiquer régulièrement un sport aux jeunes handicapés mentaux – ce qui n'est pas le cas aujourd'hui – et défendre l'importance du « Sport Adapté » dans le milieu ordinaire, sachant que le handicap mental n'est pas accepté mais juste toléré. Pour les accompagner et les encourager, ils peuvent compter sur deux parrains de choix : Olivier Boscagli et Patrick Burner.



STADE BRESTOIS 29

Des sections « handisport » et « sport adapté » en plein essor

« Ça fait rêver les enfants d'appartenir au Stade Brestois »

Depuis sa création en 2017 par le Fonds Le Saint, la section « sport adapté » du Stade Brestois 29 n'a eu de cesse de croître. Un engouement qui a poussé le fonds de dotation à s'ouvrir au handisport et à lancer deux nouvelles sections à la rentrée 2018. La première section est à destination des mal-marchants et plus précisément des jeunes souffrant d'un handicap moteur ou sensoriel. La deuxième est à destination des jeunes souffrant de problèmes psychiques (schizophrénie, troubles comportementaux...). Au quotidien, ce sont 57 jeunes qui profitent de ces entraînements de football, coachés par une éducatrice en activités physiques adaptées.



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.

DÉVELOPPEMENT DE LA

- Possession d'un pôle féminin au sein du club professionnel
- Équipes de haut niveau féminine
- Développement de la pratique féminine amateur
- Mixité au sein des équipes du clubs
- Rendre attractif le spectacle football auprès du public féminin

30 %

de femmes au sein des équipes administratives des clubs professionnels du football (hors staff sportif).

90 %

possèdent une section féminine dédiée.



RC STRASBOURG ALSACE

Des Filles de Cœur – Femmes de Foot

Esprit d'équipe, bonne humeur et engagement ont rythmé

l'action « Des Filles de Cœur ». Ce challenge, à l'initiative de l'association Femmes de Foot, a permis de contribuer au développement de la pratique féminine tout en récoltant des fonds pour lutter contre le cancer du sein grâce à la participation de toute l'équipe du Racing Club de Strasbourg Alsace (staff professionnel, Académie...). Autour de multiples défis sportifs (parcours sportifs, séances de tirs au but...), les participantes, réparties en 12 équipes de 25 challengeuses, ont pu sur la pelouse du Stade de la Meinau :

- bénéficier d'un échauffement en musique avec les coaches de Boobj ;
- s'entraîner comme des pros en bord de terrain avec les coaches professionnels du Racing et de l'Académie ;
- participer (pour les jeunes filles de moins de 15 ans) à une séance de Zumba, animée par les animateurs sportifs de l'UGSEL.

Une fois les épreuves terminées, les challengeuses et le staff d'organisation se sont retrouvés sur la pelouse pour une photo de groupe dessinant sur le fond vert du terrain un ruban rose. La somme récoltée pour cette édition servira notamment à financer des soins d'esthétique et de bien-être qui permettent aux femmes prises en charge au service de sénologie des Hôpitaux universitaires de Strasbourg de faciliter et d'améliorer d'une certaine façon leur quotidien.



FC GIRONDINS DE BORDEAUX

Girond'in March

Le FC Girondins de Bordeaux a élaboré cette année un programme destiné à valoriser le rôle de la femme dans le football et la communauté

bordelaise. Ce programme se décline autour de plusieurs temps forts :

- l'opération « Toutes Ensemble / Les femmes qui font le club », tournoi de foot destiné aux femmes partenaires, femmes de joueurs, abonnées, joueuses de l'équipe féminine et collaboratrices du club ;
- une rencontre FC Girondins de Bordeaux / Olympique Lyonnais rassemblant les sections féminines du Football en Nouvelle Aquitaine et les femmes concernées par le sport de haut niveau ;
- lors des rencontres FC Girondins de Bordeaux - Stade Rennais et FC Girondins de Bordeaux - Olympique de Marseille, une exposition photo « Girond'in March 2019 » dans la coursive du stade, mettant en avant les supportrices engagées auprès du club, réalisée par le collectif culturel bordelais KloudBox ;
- la tournée de l'Equipe féminine des Girondins de Bordeaux au mois de mars aux États-Unis, la patrie du football féminin, avec non seulement des rencontres amicales contre les meilleures équipes du pays mais aussi des rencontres échanges avec le consulat de France, l'ambassade à Washington, un discours sur le foot féminin à l'ONU et une vente aux enchères avec dotation de 15 000 \$ reversée à Women's Sport's Foundation.

Le club espère pérenniser ce programme en renouvelant ces opérations tous les mois de mars dans les années à venir.



PRATIQUE FÉMININE

Journée dédiée
à la promotion
de la pratique
féminine
en p 26



HAVRE AC

Promouvoir le football féminin

Surfant sur l'accueil de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA, France 2019 au Havre, le HAC a profité de cette saison pour renforcer toujours plus ses actions en faveur de la promotion du football féminin selon trois axes :

- développer son équipe première avec la venue de joueuses internationales pour accélérer le développement sportif, le rayonnement local et la formation d'éducatrices encadrantes de la section féminine ;
- réaffirmer son soutien au football amateur féminin au travers de ses multiples opérations « Coach Ciel & Marine » et « Goal Hacademy ». Ces opérations permettent la délocalisation des entraînements de jeunes joueuses des clubs amateurs associés sur les installations du club et leur encadrement par les joueuses de l'équipe première ;
- accroître l'attractivité du football féminin auprès des spectateurs avec, à l'occasion de la Coupe du Monde accueillie au Stade Océane, la mise en place d'opérations entre le club et les collectivités locales, ainsi que l'accueil d'un match amical FRANCE – USA le 19 janvier 2019.



PARIS FC

Développer la performance sportive du football féminin

Le Paris FC dispose de la plus grande section féminine en France en termes de nombre de licenciées mais souhaite poursuivre dans cette voie. Pour cela, l'équipe dirigeante du club a fondé son projet sur la performance sportive et l'accompagnement éducatif et social. Le club privilégie ainsi deux axes de travail :

- de nouvelles infrastructures uniquement dédiées à l'équipe première féminine dans son nouveau centre d'entraînement, le « Groupe ADP – Centre d'entraînement Paris FC », afin de pouvoir proposer à son équipe féminine une qualité sportive et éducative de renommée nationale ;
- une démarche qui offre la possibilité aux sportives de concilier leur activité sportive avec leur reconversion professionnelle dans le cadre d'un « double-projet ».



CHAMOIS NIORTAIS FC

La Kermesse des Chamoizelles



À l'occasion de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA, France 2019, et en partenariat avec la Ligue de Football Nouvelle-Aquitaine, la section féminine du club a organisé en avril dernier la « Kermesse des Chamoizelles ».

Au programme un festi-foot, avec 5 équipes U6-U13, 3 équipes U14-Séniors, un grand quiz, ainsi que la création d'affiches en soutien à l'Équipe de France Féminine pour la Coupe du Monde Féminine de la FIFA, France 2019.

L'événement était ouvert à toutes les jeunes filles de la section mais également à celles qui souhaitaient découvrir la pratique du football. Au total, 75 participantes auront développé tout au long de la journée leurs compétences



physiques, culturelles et créatives. Les affiches réalisées ainsi qu'une vidéo devraient parvenir aux Bleues pour les encourager avant le mondial.

Au-delà du grand rendez-vous de cet été, la section du club continuera de promouvoir le football féminin par l'organisation de manifestations régulières, ouvertes et accessibles à toutes.

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.

ENVIRONNEMENT

- Transport
- Déchets
- Biodiversité
- Energie
- Eau
- Alimentation

*Journée dédiée
au lancement
du partenariat
LFP / WWF
en p 26*

97 % DES CLUBS SONT ENGAGÉS DANS
DES ACTIONS ENVIRONNEMENTALES

EN MOYENNE, CHAQUE CLUB S'ENGAGE À
10 ACTIONS EN FAVEUR DE LA
PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT



2 THÉMATIQUES ENVIRONNEMENTALES PRIORITAIRES :

**La réduction des déchets
et l'amélioration de l'impact
transport**

- **45 %** des clubs collectent et redistribuent les **INVENDUS ET SURPLUS ALIMENTAIRES** (+10 % par rapport à la saison précédente)
- **90 %** des clubs sensibilisent les spectateurs à se rendre au stade en **TRANSPORT EN COMMUN** (+ 5 % par rapport à la saison précédente)
Parmi les moyens les plus utilisés : une incitation tarifaire (48 %) et/ou la mise en place de navettes depuis le centre-ville ou des parkings relais (42 %).
- **90 %** des infrastructures des clubs (siège, centre d'entraînement, etc.) et **80 %** des stades ont mis en place le **TRI DES DÉCHETS** (respectivement + 10 % et + 5 % par rapport à la saison précédente)
- **90 %** des clubs ont remplacé les gobelets jetables par des **Gobelets réutilisables** en buvette. (+10 % par rapport à la saison précédente)
- **9** clubs professionnels s'efforcent de réduire l'impact environnemental lié aux **DÉPLACEMENTS** des joueurs et du staff
- **13** clubs agissent en faveur de la **BIODIVERSITÉ** (par exemple, aménagement d'espaces réservés pour la faune locale, végétalisation de façades ou toitures)



A C A J A C C I O

Une opération de reboisement



L'AC Ajaccio souhaitant s'engager en faveur de la préservation de l'environnement a développé, en partenariat avec la ville d'Ajaccio, l'Office National des Forêts (ONF) et une pépinière territoriale, un projet de plantation de 660 végétaux au cœur de la ville. Le site choisi par la ville et l'ONF va être entièrement végétalisé sur 2 hectares à l'aide de plants insulaires acquis grâce à la mobilisation du club et de ses partenaires. Ce projet s'inscrit dans le long terme. Chaque année, le club reviendra sur les lieux pour entretenir ce nouvel espace vert avec le soutien d'enfants des écoles ajacciennes et pour les sensibiliser à la protection de l'environnement. Cette saison, 20 écoliers d'une classe de CP d'Ajaccio ont accompagné 9 jeunes joueurs en formation et 8 ouvriers forestiers de l'ONF pour planter les premiers arbres.



G R E N O B L E F O O T 3 8

Métromobilité

Tout au long de cette saison, le Grenoble Foot 38 a mis en avant la Métromobilité.

Le club a noué un partenariat avec la SMTC (Syndicat Mixte des Transports en Commun) pour inciter les spectateurs

du stade à y venir en transports en commun : un abonnement ou une place de match du Grenoble Foot 38 permet au spectateur de voyager gratuitement dans les transports en communs 2h avant et 2h après le match.

Les joueurs du club ont été mobilisés pour promouvoir d'autres formes de mobilité :

- le co-voiturage avec la mise en scène de quatre joueurs professionnels (Selim Bengriba, Pape Camara, Pierre Gibaud et Alharbi El-Jadeyaoui) ;
- le vélo avec un shooting de trois joueurs professionnels (Brice Maubleu, Pape Camara et Julien Deletraz) et trois joueuses de D2 (Margaux Bueno, Salomé Elisor et Océane Grange) ;
- l'action « Faites du Vélo » qui offrait lors d'un match une place à 10€ (vs 15€) avec révision du vélo et parking offerts pour toute personne venant à vélo ;
- « Flexo » (avec le capitaine Maxime Spano-Rahou) : un dispositif de navettes de 10 places qui permet au spectateur d'être récupéré directement à son domicile puis ramené chez lui en fin de match.

Enfin, pour renforcer la communication sur ce sujet, un partenariat a également été signé avec la TAG (Transports de l'Agglomération Grenobloise) qui, en échange de lots (places de matchs, accessoires textiles ou divers), promeut dans ses transports publics les matchs du club avec un slogan commun : « Le GF38 voyage avec la TAG ».



P A R I S S A I N T - G E R M A I N

Earth Hour

Le Paris Saint-Germain a cette année publiquement affiché son engagement pour la protection de l'environnement et de la planète.

En effet, après la signature de la Charte des 15 engagements éco-responsables des événements sportifs du Ministère des Sports et du WWF en 2017 par la SESE, société de gestion exclusive du Parc des Princes détenue par le Paris Saint-Germain, et le travail en cours pour s'assurer de la performance environnementale du prochain Paris Saint-Germain Training Center, le Paris Saint-Germain s'est associé en mars 2018 au mouvement Earth Hour. Lancée par le WWF en 2007, Earth Hour est la plus grande mobilisation citoyenne en faveur de la protection de la planète. Ce mouvement a pour but de rappeler combien notre planète est précieuse et pourquoi il est crucial de la protéger. Dans le cadre de ce mouvement, les éclairages extérieurs du Parc des Princes ont ainsi été éteints pendant une heure, le samedi 30 mars de 20h30 à 21h30.



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.

ACCOMPAGNEMENT

• Art

• Cinéma

• Musique

• Littérature

• Théâtre

• Danse



AS SAINT-ÉTIENNE

Prix Littéraire PEP 42-ASSE Cœur-Vert

En partenariat avec les Pupilles de l'Enseignement Public de la Loire (PEP 42), une structure dont la mission est d'apporter une assistance matérielle et morale aux élèves dans le besoin, ASSE Cœur-Vert organise depuis 2011

un prix littéraire à destination des élèves, âgés de 9 à 11 ans et scolarisés dans le département de la Loire. L'objectif de cette action est double : encourager la lecture dans le cadre de la lutte nationale contre l'illettrisme et des programmes de l'Éducation nationale mais aussi sensibiliser les jeunes aux grands enjeux sociaux.

Chaque année, le Prix Littéraire PEP 42 ASSE Cœur-Vert, récompensé en 2016 par le Fondation du Football dans la catégorie des clubs professionnels, met en compétition cinq ouvrages. ASSE Cœur-Vert finance l'achat de près de 2 000 livres pour permettre cette opération parrainée par deux joueurs professionnels de l'ASSE. Loïc Perrin, capitaine emblématique des Verts, et Jessy Moulin se sont ainsi impliqués dans l'édition 2018-2019. Le prix des classes a désigné "Le miel de la rue Jean Moulin" de Rémi Courgeon, un ouvrage traitant de l'intégration sociale. En revanche, le choix des enseignants s'est porté sur "Le cheval qui galopait sous la terre" de Thierry Dedieu, lequel met en avant les valeurs de fraternité et de solidarité tout en évoquant l'histoire sociale d'une ville comme Saint-Étienne.



RED STAR FC

Une entité entièrement dédiée

à l'accompagnement culturel : le RED STAR LAB



Le laboratoire Culturel et Artistique du Red Star FC a fêté ses 10 ans en 2018.

Son ambition : favoriser l'égal accès à la culture comme axe central de l'égalité des chances.

Pour ce faire, le club propose gratuitement à ses licenciés de découvrir des activités et/ou métiers liant football et culture au cours des vacances scolaires. Les ateliers (mixtes) sont encadrés par des professionnels et artistes confirmés. Les jeunes sont amenés à produire une œuvre collective afin de renforcer leur esprit d'équipe et des joueurs de l'équipe professionnelle sont conviés pour participer à l'atelier et échanger avec ces jeunes.

Trois thématiques ont été mises en avant sur cette saison :

- # LAB Stylisme pour découvrir le métier de styliste via la personnalisation et la réalisation d'un maillot de football en partenariat avec l'école CASA 93 basée à Saint-Ouen puis présentation de ceux-ci et échanges sur les métiers avec le service marketing de Adidas Paris.
- # LAB Football Art Recycling pour sensibiliser à l'art et au recyclage via des visites d'expositions, d'ateliers d'artistes, de lieux culturels et d'un centre de réemploi de matériaux. Un travail collectif réalisé avec le club amateur ACA sous le haut patronage de l'artiste Mohamed Bourouissa sera présenté lors des « Rencontres Photographiques d'Arles » en juillet prochain.
- # LAB Documentaire Vidéo pour découvrir le processus d'écriture et de réalisation d'un documentaire : participation des jeunes aux choix des thématiques, à la narration, au cadrage, à la prise de son, au montage... Le documentaire réalisé, à base de comédie musicale, sera projeté en novembre 2019 à Saint-Ouen.



CULTUREL

LOSC LILLE

Festival International Séries Mania

Du 22 au 30 mars, le cœur de Lille vibrait au rythme du festival international des séries télévisées. Séries Mania c'est une compétition officielle, des rencontres avec les acteurs, et de nombreux événements pour ravir les fans de séries. L'idée était ici de faire un lien avec l'événement (en y montrant les similarités grand public/joueurs) et d'en faire la promotion. Les joueurs se sont donc prêtés aux questions concernant leurs séries préférées. Deux activations étaient prévues sur le match LOSC Lille – AS Monaco avec un concours de déguisement en personnage de série TV (gain : places pour le match de LOSC Lille – Nîmes Olympique) et l'apparition sur le tapis rouge menant du parvis au stade de leurs stars de séries préférées (ex : Agence tous risques, Dr House, Orange is the New Black...). Ces sosies de stars de séries ont également eu l'opportunité d'apparaître sur la pelouse et de participer au LOSC Challenge à la mi-temps du match.



TOULOUSE FC

Clubs de Coeur

« Génération Pitchouns » traduit la politique citoyenne et solidaire globale du TFC et de sa fondation, orientée sur la formation des jeunes, l'engagement sociétal et l'accompagnement du football en Occitanie. Pour cette saison 2018/2019, le TFC a souhaité mettre en place une action permettant aux enfants des clubs amateurs régionaux de découvrir l'univers du Stadium « de A à Z » : ses coulisses, les différents métiers qui le composent, ses joueurs ainsi que le spectacle sportif. Un « Club de cœur » est un club de football d'Occitanie qui participe au programme de découverte de l'univers du Toulouse FC en partageant plusieurs moments privilégiés au Stadium.

Après inscription sur le site internet du TFC, tout club a pu, durant les petites vacances scolaires, bénéficier de plusieurs activités : visite du Stadium, entraînement de l'équipe professionnelle, participation à une séance de dédicaces avec les joueurs du groupe professionnel, invitation à un match de Ligue 1 Conforama, signature de la Charte « Génération Pitchouns », kit du Supporter (drapeau et poster), tarif réduit en boutique, etc. Durant cette saison de lancement, près de 50 clubs et 3 000 enfants ont pu découvrir l'univers du TFC.



CHÂTEAURoux

Un très grand pont

Châteauroux développe depuis 8 ans, dans le cadre de son accompagnement culturel, le programme « Un très grand pont » qui fait le lien entre football et culture en deux mi-temps. L'objectif de ce programme est de montrer les parallèles entre ces deux mondes. Le football est également un spectacle qui comme le théâtre classique respecte la règle des trois unités : l'unité de temps, de lieu et d'action.

Lors de la première mi-temps, les partenaires et abonnés du club (après tirage au sort) sont invités à assister en compagnie d'un des joueurs professionnels, à un spectacle donné par la Scène Nationale de Châteauroux. En retour, pour la deuxième mi-temps, ce sont les abonnés de la salle de spectacle qui sont invités à assister à un match du club.



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



+ 1,1 MILLIONS D'EUROS REVERSÉS

La saison 2018/2019 a été l'opportunité pour la LFP de mettre la priorité sur deux axes forts en matière de Responsabilité Sociale et Environnementale (RSE) :

- **CONTRIBUER À LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT**
- **LUTTER CONTRE TOUTES LES DISCRIMINATIONS**

Deux axes qui s'inscrivent en parfait complément avec ses actions visant à :
RENFORCER L'UTILITÉ SOCIALE DU FOOTBALL.

Sur la saison 2018/2019, la LFP a reversé plus d'1,1 million d'euros à des structures à vocation sociale ou environnementale, certains partenaires depuis plus de dix ans et d'autres soutenant de nouvelles actions, afin d'œuvrer en faveur des priorités RSE. Cette somme est financée sur le budget des amendes versées par les clubs dans le cadre des championnats de la LFP.





Credit photo : ©Maïté Baldi / WWF France

CONTRIBUER

À LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

LA LFP a signé en avril 2019 une convention d'un an avec le WWF autour de trois objectifs clés :

Sensibiliser le grand public aux enjeux de biodiversité et de protection de l'environnement

Les rencontres des 33^{ème} journées de Ligue 1 Conforama et Domino's Ligue 2 ont été marquées par la diffusion d'un spot de sensibilisation sur les écrans géants des stades, la présence de la mascotte du WWF France sur 5 matchs, la transmission de messages clés sur la biodiversité via les réseaux sociaux et un appel aux dons pour le WWF France (avec abondement de la LFP). Plus de 2 millions de personnes ont été sensibilisées par ces différents biais.

Sensibiliser les joueurs des centres de formation à ces mêmes enjeux

Pour renforcer les actions déjà existantes aux seins des clubs, le WWF France accompagne les clubs volontaires pour sensibiliser les jeunes joueurs par le biais d'activités et de sorties de terrains. De nombreuses activations ont déjà été réalisées au cours de la saison dans les clubs professionnels avec l'appui du programme Open Football Club du Fondation du Football et leur partenaire Teragir.

Réduire l'empreinte environnementale des clubs

Des fiches pratiques sur les thématiques environnementales spécifiques aux enjeux du football professionnel seront élaborées afin d'accompagner les clubs dans la réduction de leur empreinte environnementale, en particulier la réduction des déchets et l'élimination du plastique. Ces fiches seront présentées aux clubs lors d'un Séminaire Stadium Manager en juin 2019.

COUPE DE LA LIGUE BKT



En juin 2018, la Ligue de Football Professionnel s'est engagée à respecter, dans l'organisation de la 25^{ème} Finale de la Coupe de la Ligue BKT, la Charte des 15 engagements écoresponsables élaborée par le Ministère des Sports et le WWF. Son objectif : améliorer l'impact social et environnemental de l'événement !

Plusieurs actions sont donc venues compléter les actions historiques (dons de places, ...) comme la mise en place du microdon sur la billetterie en ligne pour permettre de faire un don aux Restos du Cœur lors de l'achat de son billet. Par ailleurs, la LFP a travaillé avec l'ensemble de ses partenaires pour faire évoluer sa démarche écoresponsable sur cette finale.

Avec ses fournisseurs, elle a œuvré sur la dimension éco-responsable des matériaux utilisés lors de l'événement, tel que Umbro qui a conçu le ballon de la compétition de manière écoresponsable avec un revêtement extérieur en ECO-PET, issu du recyclage de bouteilles en plastique.

Avec la collaboration de la FFSFH (Fédération Française de Supporters de Football Handicapés), CAFE (Centre For Access to Football in Europe) et du Stade Pierre Mauroy, elle a rédigé un « Guide des spectateurs en situation de handicap – Stade Pierre Mauroy » et mis en place un processus d'accueil dédié.

Avec l'association Phenix, qui assure une seconde vie aux déchets produits, bâches, moquettes et divers autres matériaux de l'événement ont pu être récupérés par des associations locales. Ce sont également 80 kg de nourriture qui ont été redistribués au profit de l'association Père Arthur ami des Pauvres qui apporte une aide alimentaire aux populations en détresse.

LUTTER

CONTRE TOUTES LES DISCRIMINATIONS

LUTTE CONTRE LE RACISME, L'ANTISÉMITISME ET LES DISCRIMINATIONS

Dans le cadre d'une convention de mécénat 2019-2022 signée le 25 mars 2019 au Sénat, la LFP et la LICRA ont construit un partenariat fort autour des enjeux de discriminations dans le football professionnel. Axe majeur de ce partenariat, un dispositif sera mis en place afin de permettre à la LFP de réagir de manière adaptée à toute forme de discrimination relevée dans les stades. Ainsi, la LICRA concevra un formulaire de signalement accessible à tous qui permettra à la LICRA et à la LFP d'initier les démarches et actions appropriées au regard des faits révélés et avérés.



PROMOTION DE LA PRATIQUE FÉMININE

Pour accompagner le développement du football féminin, la LFP et les clubs professionnels se sont engagés à reverser la globalité des bénéfices liés à la Coupe du Monde masculine FIFA 2018 aux clubs de la Division 1 féminine.

Par ailleurs, à l'occasion de la journée internationale des droits des femmes le 8 mars, la LFP a organisé en lien avec le Comité d'Organisation Local de la Coupe du Monde Féminine

de la FIFA, France 2019 une journée dédiée à la promotion du football féminin lors des matches de la 28^{ème} journée de Ligue 1 Conforama et Domino's Ligue 2. Des temps forts ont marqué cette journée avec notamment la diffusion d'un spot pour la promotion de la Coupe du Monde Féminine sur les écrans géants des stades et sur tous les réseaux sociaux de la Ligue et des clubs, la présence de jeunes filles pour les escorts kids et ramasseuses de balles et le coup d'envoi donné par la mascotte de la Coupe du Monde Féminine dans plusieurs stades. Sur et autour des terrains, les clubs recevant ont également organisé plus de 80 actions pour célébrer la journée internationale des droits des femmes et la promotion de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA, France 2019.

HANDICAPZERO

Pour la sixième saison consécutive, la LFP et HandiCapZéro ont édité un guide pratique pour la Ligue 1 Conforama et la Domino's Ligue 2 en braille, en caractères agrandis et en version audio à destination des supporters aveugles et malvoyants. Le contenu essentiel (présentation de la saison, calendrier des journées, clubs en détail...) est complété au fil de la saison par une actualité web accompagnant les journées de championnats (résultats et classements). Une rubrique « Coupe de la Ligue BKT » est également disponible depuis la saison dernière.

HandiCapZéro

6 000

GUIDES DISTRIBUÉS
SUR LA SAISON
2018 / 2019

90 000

PAGES VUES
SUR INTERNET

LUTTE CONTRE L'HOMOPHOBIE

Depuis fin 2018, un travail collectif s'est engagé entre la LFP, SOS homophobie, Foot Ensemble, les PanamBoyz & Girlz United, la DILGRAH et Olivier Rouyer pour renforcer le travail de prévention et sensibilisation auprès de l'ensemble de la communauté du football (joueurs, supporters, etc.).

Ce groupe de travail a défini un plan d'actions pour combattre l'homophobie dans les stades :

- sensibilisation des spectateurs et du grand public aux impacts de l'homophobie ordinaire avec la mise en place d'une journée dédiée ;
- renforcement de la sensibilisation des jeunes joueurs de football en centre de formation aux différentes formes d'homophobie ;
- mise en place de formation dédiée pour les référents supporters ;
- mise en place de process permettant la remontée et le traitement judiciaire des actes homophobes qui se déroulent dans les stades.

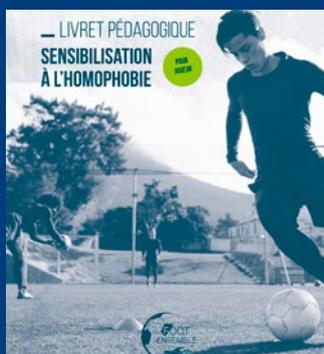


Pour symboliser cet engagement, la 37^{ème} journée de Ligue 1 Conforama et la 38^{ème} journée de Domino's Ligue 2 ont été dédiées à la lutte contre l'homophobie : capitaines, coaches, délégués de matchs et arbitres ont porté un brassard aux couleurs de l'arc-en-ciel, la LFP et certains clubs ont mis leur logo et sites internet aux couleurs de l'arc-en-ciel et un clip de sensibilisation a été diffusé sur les écrans géants et les réseaux sociaux de la Ligue et des clubs.



FOCUS SUR LES OUTILS DE SENSIBILISATION POUR LES JEUNES JOUEURS

Avec Open Football Club du Fondation du Football et SOS Homophobie, ce sont plus de 18 clubs professionnels qui ont eu l'occasion de mettre en œuvre l'atelier « Sensibiliser à la lutte contre l'homophobie » auprès de leurs jeunes joueurs en centre de formation. Afin de renforcer cette action et démultiplier les ateliers de sensibilisation, l'association Foot Ensemble propose désormais différents outils pédagogiques de sensibilisation à la lutte contre l'homophobie. Très concrets, ces outils prennent la forme de livrets pédagogiques pour entraîneurs et dirigeants, de livrets pour les joueurs et de fiches actions pour pouvoir organiser et encadrer des animations ou des débats sur le sujet. L'ensemble de ces outils a été envoyé par la LFP à tous les clubs professionnels, complété par le film « Footballeur et homo, au cœur du tabou » de Yoann Lemaire, réalisé par Michel Royer et produit par Gael Leiblang d'Eléphant Doc.



#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 une période de 9 mois, de septembre 2018 à mai 2019, ce hashtag a permis de recenser près de 1200 publications sur des initiatives RSE, permettant d'atteindre plus de 11 millions de vues et suscitant près de 111 000 réactions (likes, repost, etc.) du grand public.

1 200 PUBLICATIONS
#JOUONSLACOLLECTIF
11 M DE VUES

RENFORCER

L'UTILITÉ SOCIALE DU FOOTBALL

SIMPLON.CO



RÉVÉLONS NOS TALENTS !

Lancé en 2017 en partenariat avec Epic et Simplon, le programme national « Révétons nos talents ! » vise à former gratuitement des personnes éloignées de l'emploi, et particulièrement les jeunes décrocheurs, aux métiers du numérique. Pour chaque but marqué en Ligue 1 Conforama et en Domino's Ligue 2, 100 € sont ainsi dédiés à la formation et à l'insertion professionnelle des jeunes.

180 600 € collectés sur la saison 2018/2019 pour « Révétons nos talents », ce qui représente :

- **+ 21 000** heures de formation au code pour des jeunes issus de quartiers sensibles ou de zones rurales, soit l'équivalent d'une promo de **25** jeunes formés et de retour vers l'emploi ;
- **1 250** enfants sensibilisés au code dans un quartier prioritaire ou une zone rurale.

Ce programme est activé localement par les clubs professionnels, au contact des écoles Simplon basées sur tout le territoire et plus particulièrement le Toulouse FC, l'Olympique de Marseille, le Paris FC et le Red Star FC pour la saison 2018/2019 : formation au code des jeunes en centre de formation, places de match et visites de stade pour les apprenants Simplon, ou encore l'organisation d'un Hackathon innovant sur le thème de l'accessibilité dans les stades au Paris FC.

RESTOS DU CŒUR GRANDE CAUSE OFFICIELLE DE LA COUPE DE LA LIGUE BKT

Depuis 2012, la Ligue de Football Professionnel s'engage auprès des Restos du Cœur, désignés « Grande cause officielle de la Coupe de la Ligue BKT », en offrant 300 000 repas par saison, en invitant 10 000 personnes aux matchs de la Coupe de la Ligue BKT et en offrant de la visibilité à l'association pendant toute la compétition. Nouveauté pour l'édition 2019 : les spectateurs étaient invités à faire un don aux Restos du Cœur lors de la prise de billet sur le site de billetterie dédié à la Finale.



300 000 REPAS PAR SAISON

10 000 PLACES DE MATCH PAR SAISON

FONDACTION DU FOOTBALL PROMOUVOIR UNE VISION CITOYENNE 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.



100 %

DES CENTRES DE FORMATION
ENGAGÉS DANS OPEN
FOOTBALL CLUB

LE BLEUET DE FRANCE



À l'occasion de la 13^{ème} journée de Ligue 1 Conforama et la 14^{ème} journée de Domino's Ligue 2, la LFP et les clubs professionnels se sont associés au Bleuët de France pour venir en aide aux victimes de guerres et d'attentats. Pour afficher ce soutien et sensibiliser le grand public, 37 clubs ont floqué les maillots des joueurs professionnels à l'occasion d'un ou plusieurs matches. De nombreux acteurs en bord de terrain ont également affiché leur soutien en portant la fleur du Bleuët à la boutonnière. Les clubs se sont aussi mobilisés pour donner ces maillots floqués dédicacés, pour des appels aux dons, et pour sensibiliser le grand public à cette cause via les réseaux sociaux, internet ou encore dans les stades.

37 CLUBS MOBILISÉS

9 000 EUROS COLLECTÉS

LES AUTRES INITIATIVES SOUTENUES PAR LA LFP :

LES PETITS PRINCES

Pour la 25^{ème} année consécutive, deux enfants de l'Association Petits Princes ont eu l'honneur de rentrer sur la pelouse avec les capitaines de chaque équipe lors de la finale de la Coupe de la Ligue BKT.

www.petitsprinces.com



PREMIERS DE CORDÉE



Pour la seconde année consécutive, la LFP soutient l'association Premiers de Cordée qui propose des initiations sportives pour les enfants hospitalisés et des actions de sensibilisation au handicap à l'attention des scolaires, des collectivités et des entreprises.

www.premiersdecordee.org

MON CARTABLE CONNECTÉ



Thomas, un jeune lycéen malade, bénéficiaire du Cartable Connecté, et ses proches ont assisté en tribune à la Finale de la Coupe de la Ligue BKT, franchissant ainsi un pas de plus vers la guérison.

www.moncartableconnecte.fr

MOIS SANS TABAC



Pour la seconde année consécutive, la LFP et les clubs se sont engagés avec Santé Public France pour relayer l'opération de santé publique #Mois Sans Tabac.

<https://mois-sans-tabac.tabac-info-service.fr/>

LA SOLIDARITÉ ENVERS LE SPORT AMATEUR

PORTÉE PAR LE FOOTBALL
PROFESSIONNEL

20 M€ REVERSÉS À LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE FOOTBALL

Dans le cadre de la convention entre la Ligue de Football Professionnel et la Fédération Française de Football, les clubs professionnels contribuent à hauteur de 20 M€ par an au développement de la pratique amateur. Ce montant vient en partie alimenter le Fonds d'Aide au Football Amateur (FAFA), contribution annuelle de la Fédération Française de Football (FFF) de 16,5 millions d'euros pour la saison 2018/2019, qui vise à accompagner exclusivement le développement et la structuration du football amateur. Destinés aux 13 Ligues de métropole et 9 d'outre-mer, 90 Districts et 17 000 clubs amateurs, le FAFA peut financer de l'emploi, de l'équipement, du transport et de la formation.

Pour la saison 2018/2019, comme pour la saison précédente, le FAFA a prévu des options de financement en plus, en matière d'équipements, d'aide à l'emploi, pour les territoires en difficulté et pour les projets liés au programme Héritage de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA, France 2019.

43 M€ PAR AN ISSUS DES DROITS TV REVERSÉS À UNE TRÈS GRANDE DIVERSITÉ DES SPORTS AMATEURS

Les clubs professionnels de football sont les principaux contributeurs au produit de la taxe dite « Taxe Buffet », instaurée en 2000, sur les droits de retransmission des événements sportifs vendus en France. En 2018, le football professionnel a versé 43 M€ au titre de cette taxe. Ce chiffre continuera d'augmenter dans les prochaines années compte tenu de la hausse des droits nationaux et internationaux cédés par la LFP pour le cycle 2020-2024.

La majorité de cette taxe est affectée au Centre national pour le développement du sport (CNDS), établissement public administratif placé sous la tutelle de la ministre des Sports, chargé d'apporter une aide financière au mouvement sportif amateur et aux collectivités territoriales. En 2019, les missions du CNDS se concentrent sur :

- innovation sociale et environnementale par le sport ;
- sport pour tous les publics ;
- soutien renforcé aux territoires carencés.

**65% des moyens
du CNDS sont
orientés vers le
développement
de la pratique
sportive locale.**

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 Conforama et à la Domino's Ligue 2 pour la saison 2018/2019). 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 2018/2019.

L'ensemble des éléments ont été collectés à travers un questionnaire administré en avril et mai 2019, suivis d'entretiens téléphoniques 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.

Concernant les autres données utilisées dans cette synthèse :

- Affluence pour les matchs de football (sources : LFP – Ligue 1 Conforama, Domino's Ligue 2, Coupe de la Ligue BKT, Trophée des Champions)
- Chiffre d'affaires de la LFP (source : Rapport financier du football professionnel français – DNCG)
- Taxe buffet et informations CNDS (source : CNDS)
- Fonds d'Aide au Football amateur (source : FFF)
- Open Football Club et Puissance Foot (source : Fondation du Football)



6, rue Léo Delibes, 75116 Paris
Tél : 01 53 65 38 00 - Fax : 01 53 65 38 04
Contact Presse : pressoffice@communicationlfp.fr
www.lfp.fr - @LFPfr