

19  
20

— 4<sup>e</sup> ÉDITION

# JOUONS LA COLLECTIF!

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

LFP

LIGUE DE  
FOOTBALL  
PROFESSIONNEL

# SOMMAIRE

ÉDITORIAL	05
L'ENGAGEMENT DU FOOTBALL PROFESSIONNEL FRANÇAIS	06
LES CLUBS PROFESSIONNELS FACE À LA PANDÉMIE COVID-19	08
SOUTIEN AU FOOTBALL AMATEUR	10
INTÉGRATION ET LIEN SOCIAL	11
SOUTIEN AUX ASSOCIATIONS CARITATIVES	12
ÉDUCATION ET CITOYENNETÉ	14
ACCESSIBILITÉ DE LA PRATIQUE ET DU SPECTACLE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP	16
ACCOMPAGNEMENT CULTUREL	17
LUTTE CONTRE TOUTES LES DISCRIMINATIONS	18
ENVIRONNEMENT	20
ENGAGEMENTS RSE DE LA LFP	22



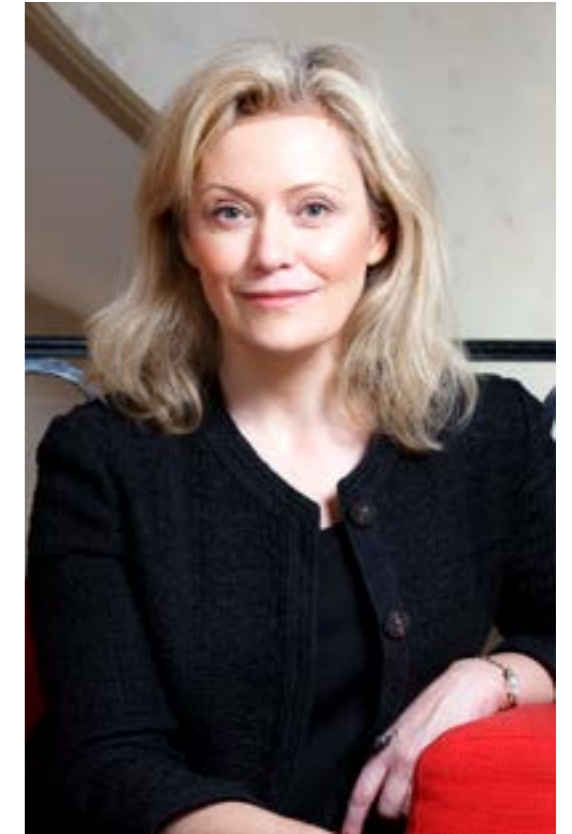
# ÉDITORIAL

Cette saison 2019-2020 restera malheureusement marquée par la pandémie du COVID-19 qui a touché si durement notre pays. Face à cette crise inédite, les clubs de football professionnel se sont plus que jamais mobilisés en multipliant les initiatives innovantes et adaptées aux besoins du terrain. Dons financiers, cagnottes en ligne, tombolas et ventes aux enchères solidaires, plus de 3 millions d'euros de dons ont été collectés par les clubs en faveur des personnels soignants et des populations en situation de précarité en première ligne durant cette pandémie.

La solidarité des clubs s'est également traduite par des dons alimentaires, la mise à disposition de bus et d'infrastructures ou encore la production de masques. Nombreux sont aussi les joueurs, les entraîneurs et les présidents de club qui ont contribué à cet élan de solidarité, en participant aux initiatives des clubs mais aussi par leurs propres initiatives. Cette solidarité ne s'est pas arrêtée en même temps que le confinement et de nombreuses initiatives continuent à voir le jour.

Ainsi, cette quatrième édition de « Jouons-la collectif » sera différente des précédentes : elle illustre à la fois les démarches des clubs de Responsabilité Sociétale et Environnementale (RSE) inscrites dans la durée mais également la solidarité sans faille des clubs envers leurs communautés en temps de crise.

Comme chaque saison, les clubs de football professionnel se sont engagés en soutien au football amateur, en matière d'intégration et de lien social, d'éducation et de citoyenneté, d'accessibilité de la pratique et du spectacle aux personnes en situation de handicap, d'environnement, d'accompagnement culturel, en soutien aux associations caritatives ou encore en matière de lutte contre les discriminations. L'ensemble des clubs s'est également mobilisé lors de journées de championnat dédiées pour lutter contre le racisme et contre les violences faites aux femmes.



**Nathalie Boy de la Tour**  
Présidente de la LFP

Dans le cadre de notre programme « 1 but et au lit ! », en partenariat avec la Fédération Hospitalière de France, plus de 130 000 euros ont été reversés aux unités pédiatriques des hôpitaux de France pour financer des lits d'accompagnants et ainsi améliorer l'accueil des familles.

Pour accompagner les clubs dans la réduction de leur empreinte environnementale, en particulier la réduction des déchets et l'élimination du plastique, nous avons également développé avec le WWF France des outils pratiques et concrets.

Plus que jamais, dans ce contexte si particulier, les clubs de football ont su cette saison encore « jouer collectif ». Merci à tous de votre mobilisation !

# L'ENGAGEMENT SOCIÉTAL ET ENVIRONNEMENTAL

## DU FOOTBALL PROFESSIONNEL FRANÇAIS EN QUELQUES CHIFFRES

### 100 %

des clubs engagés dans des actions sociétales ou environnementales

### 3,8 millions

de personnes touchées par ces actions

### 2 500

membres des clubs mobilisés  
1 200 joueurs professionnels et 1 300 membres du staff sportif, des équipes du club, etc.

### 2 800 actions

RSE menées sur la saison soit presque autant que la saison précédente (3 000) et ce malgré le nombre réduit de match

### +200 000 places

réservées aux initiatives responsables

Pour, au total, plus de

### 16 000 heures

consacrées aux actions sociétales et environnementales

## LES THÉMATIQUES RSE

LES PLUS IMPORTANTES POUR LES CLUBS AU COURS DE CETTE SAISON 2019/2020



ÉDUCATION ET CITOYENNETÉ



INTÉGRATION ET LIEN SOCIAL



SOUTIEN À DES ASSOCIATIONS CARITATIVES



ACTIONS SPÉCIFIQUES LIÉES AU COVID-19



SOUTIEN AU FOOTBALL AMATEUR

Au total, la contribution du football professionnel en faveur d'actions RSE pour cette saison si particulière s'élève à plus de

## 60 millions d'euros

## L'ORGANISATION DANS LES CLUBS

Les clubs continuent à se structurer pour mieux mettre en place des stratégies RSE : 60 % des clubs réfléchissent à faire évoluer l'organisation RSE interne. Trois pistes principales sont envisagées : la création d'une structure dédiée en priorité, puis le renforcement des ressources humaines ou encore la structuration de la stratégie.

SUR UNE ÉCHELLE DE 1 À 10, EN MOYENNE, LA RSE EST À 6 POUR LES CLUBS PROFESSIONNELS SUR LA SAISON 2019/2020.

17 structures dédiées sont en charge des projets RSE au sein de 12 clubs professionnels :

5 fondations d'entreprise



8 fonds de dotation



4 associations



Sans avoir d'entité dédiée, 3 clubs ont également des programmes identifiés pour porter leurs actions RSE



+6 clubs

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

Au sein des clubs, c'est en moyenne 2,4 personnes qui sont en charge des sujets RSE pour 40 % de leur temps pour la saison 2019/2020.

L'ensemble des parties prenantes des clubs est associé à ces stratégies RSE : la très grande majorité (entre 75 % et 95 %) impliquent 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.

Mettant à profit la puissance médiatique du football, 9/10 clubs offrent de la visibilité aux causes qu'ils soutiennent. Panneautique LED, écrans géants, programmes de match, flocage sur le maillot, etc. La valorisation financière de ce don s'estime à plus de 1,6 M € sur la saison 2019/2020.



# LE FOOTBALL PROFESSIONNEL FACE À LA PANDÉMIE COVID 19

Face à la pandémie du COVID-19 et pendant la période de confinement, les clubs de football professionnel se sont largement mobilisés et ont fait preuve de solidarité, multipliant les initiatives de manière innovante et proche des besoins du terrain : dons financiers, dons alimentaires, prêt de bus, mise à disposition de leurs infrastructures, dons de tablettes, de masques, de blouses de protection, relais de messages de prévention ou d'activités ludiques pour les enfants comme pour les adultes sur les réseaux sociaux, etc.

**+ 3 MILLIONS** D'EUROS COLLECTÉS PAR LES CLUBS PROFESSIONNELS EN FAVEUR DES PERSONNELS SOIGNANTS ET DES PERSONNES EN SITUATION DE PRÉCARITÉ



**AS SAINT-ÉTIENNE**

**On joue tous à la maison !**

Le club, avec son association ASSE Cœur-Vert, a mobilisé ses supporters et ses entreprises partenaires afin de récolter des fonds au profit de la communauté de chercheurs engagés contre le COVID-19. 80 000 places virtuelles à un euro l'unité ont été mises en vente pour la finale de la Coupe de France. L'initiative s'est terminée 10 jours plus tard, collectant 88 058 euros. L'ensemble des dons ont été entièrement reversés au CHU de Saint-Étienne, qui participe au programme de recherche européen Discovery dédié à la lutte contre le virus.



**DIJON FCO**

**Soutenir les professionnels de santé sur le long terme**

Le club a fait un don de 200 000 euros au profit des CHU de Dijon et de Besançon afin de contribuer au développement des travaux de recherche sur le COVID-19. Cette somme a permis de soutenir le travail remarquable conduit par les spécialistes en réanimation, infectiologie, pneumologie, médecine interne ou encore virologie mais également de venir en aide aux professionnels mobilisés depuis le début de la crise. Par ailleurs, en partenariat avec la boulangerie « Du Pain pour Demain », le club a offert 3 600 viennoiseries personnalisées dans les services des hôpitaux. Afin de soutenir durablement les professionnels de santé, le DFCO a lancé un appel aux dons à l'ensemble de sa communauté : pour chaque don effectué au profit du CHU Dijon Bourgogne, le club octroie un avantage équivalent à 10 % du montant du don (bon d'achat au DFCO Store pour les supporters par exemple).



**ESTAC TROYES**

**Tournée solidaire auprès des aînés**

Pour montrer l'attachement envers les adhérents MyESTAC de plus de 70 ans, le club troyen a décidé de leur livrer des paniers confectionnés par l'Intermarché de Saint-Julien-les-Villas, sponsor officiel. À l'intérieur, les séniors peuvent profiter d'une bouteille de cidre, de conserves, d'une écharpe du club, de denrées alimentaires ou encore de chocolats. Les équipes du club, directeurs et salariés, se sont rendus au chevet de 280 personnes pour distribuer les colis.



**NÎMES OLYMPIQUE**

**Maillot Collector**

Plusieurs clubs ont mis en vente un maillot collector aux bénéfices des personnels soignants. 650 maillots du Nîmes Olympique arborant sur la poitrine la phrase « AVEC VOUS » et le logo du CHU de Nîmes ont ainsi été proposés à la vente et l'ensemble des bénéfices reversés au CHU de la ville.



**OGC NICE**

**Gym Solidaire et Défense Rouge & Noir face au COVID19**

L'ensemble de la famille OGC Nice a œuvré aux côtés des acteurs médico-sociaux locaux engagés en première ligne face à l'épidémie, en tâchant d'être le plus pragmatique possible et de répondre aux besoins immédiats : livraisons régulières de friandises au personnel médical du CHU de Nice, dons répétés d'aliments de première nécessité et de kits hygiéniques aux structures sociales locales agissant auprès des populations les plus précaires, contribution à l'ouverture en urgence de la « Maison des femmes » de l'association MIR pour accueillir des femmes en détresse, dons de tablettes pour rompre l'isolement, dons de pochettes personnalisées créées spécialement pour le CHU de Nice pour remettre des « kits de confinement » aux patients COVID-19 sortant d'hospitalisation, dons de masques et de gels désinfectants aux associations sociales locales et à l'Établissement Français du Sang (EFS) des Alpes Maritimes, relais hebdomadaires des collectes de sang organisés par l'EFS, etc.



**PARIS FC**

**En soutien à l'AP-HP**

Le club a souhaité apporter son soutien au personnel soignant en offrant 200 repas à l'Assistance Publique - Hôpitaux de Paris (AP-HP). Élaborés par le prestataire du club, Toques Concept, ces plateaux repas sont une façon pour le club de soutenir et de remercier les personnels soignants.



**RC LENS**

**Enchères solidaires**

Le Racing Club de Lens et la Fédération Lens United, groupe de supporters du club, ont organisé l'opération « Enchères Solidaires » aux bénéfices de l'Institut Pasteur et aux hôpitaux de Lens et Béthune. Grâce à de généreux donateurs, des maillots portés par des anciens et actuels joueurs du RC Lens ont été mis en vente chaque jour sur la page Facebook de Fédération Lens United. Près de 33 000 € ont ainsi été récoltés.



**STADE DE REIMS**

**On joue tous à la maison !**

Le club a détourné son maillot domicile en remplaçant son sponsor « Maisons France Confort » avec le message clé : « Restez à la maison ». Proposé à la vente au prix de 60 euros exclusivement sur la boutique en ligne du club, il répond à un double objectif : insister sur une injonction collective qu'il ne faut absolument pas banaliser tout en apportant un soutien financier au CHU de Reims. Une démarche effectuée main dans la main avec les dirigeants du Groupe HEXAOM, partenaire majeur du Stade de Reims. Ainsi, pour chacun des 200 maillots solidaires vendus, le Stade de Reims a reversé 100 % de la vente, tandis que Maisons France Confort (Groupe HEXAOM) a effectué un don d'un montant équivalent. Soit 200 % des ventes reversées au CHU de Reims.



**Jouons la collectif pour lutter contre le COVID-19**

Afin de soutenir le combat contre le Covid-19, la LFP, en collaboration avec les clubs professionnels, a organisé une tombola solidaire à destination de tous les supporters de Ligue 1 et de Ligue 2. En échange d'un don de 5 € en faveur de l'Alliance « Tous Unis contre le Virus », les supporters ont pu gagner le maillot dédié de leur club de cœur.

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 AU FOOTBALL AMATEUR

**+ 3 100** CLUBS AMATEURS MOBILISÉS SUR LES 28 JOURNÉES DE LA SAISON 2019/2020  
**+ 355 000** JOUEURS AMATEURS IMPLIQUÉS, DONT +73 000 LORS DES MATCHS



## OLYMPIQUE DE MARSEILLE Création du FC La Castellane

OM Fondation a contribué à la création d'un club de football affilié à la Fédération Française de Football au sein de la cité de la Castellane, à Marseille : le FC La Castellane (FCC). Le club est constitué de 8 équipes, soit 64 joueurs et 9 animateurs évoluant entre U6 et U11. Ce projet cherche à promouvoir la pratique sportive mais dispose également d'une forte dimension éducative et citoyenne. L'équipementier du club PUMA, mais aussi les instances fédérales (Ligue de la Méditerranée de Football et District de Provence) apportent leur soutien au projet. Parmi les actions mises en œuvre par OM Fondation pour accompagner le club : accompagnement juridique et administratif du club, collaboration des pôles marketing (identité graphique du club) et médias (création d'un site internet dédié),

permanences médicales en début de saison par des médecins de l'OM, prise en charge des licences, donation d'équipements pour chaque enfant et animateur, séances d'entraînement mensuelles à OM Campus, animation mensuelle de séances d'entraînement à la Castellane par des coaches de l'OM, formation des animateurs du FCC, séances d'aide aux devoirs mensuelles par des collaborateurs du club, intégration à des plateaux OM Next Generation et rencontres avec des joueurs d'autres clubs, invitations à l'Orange Vélodrome (matches, concerts, visites du stade...), Escort Kids lors d'un match, etc.



## STADE BRESTOIS 29 Carton Vert

Le club a mis à l'honneur les lauréats du Carton Vert pour la saison 2018/2019. Le Carton Vert apparaît depuis sa création comme une véritable distinction dont l'objectif est d'encourager et d'identifier les attitudes positives ainsi que de valoriser les comportements exemplaires sur les terrains de football. Les lauréats, issus de 17 clubs bretons différents, ont eu l'honneur d'être accueillis par les élus de la Ligue de Bretagne de Football et les équipes du Stade Brestois 29 lors d'une cérémonie officielle en amont du match Stade Brestois 29 – Amiens SC.



# INTÉGRATION ET LIEN SOCIAL



## GRENOBLE FOOT 38 « Sport Dans la Ville »

Le club a mis en place un partenariat avec « Sport Dans la Ville », association d'insertion par le sport qui œuvre principalement dans les zones urbaines sensibles, afin d'accueillir au stade et dans les locaux du club cinq groupes de cinq à six enfants de 8-9 ans (et leurs deux accompagnateurs) avec comme objectif la rédaction d'un journal sur le club et ses différentes thématiques. Le projet s'est déroulé sur 10 semaines et chaque groupe a pu venir au club 1h par semaine. Lors de la dernière séance, chaque groupe a rencontré un joueur du club pour réaliser une interview.



## FC NANTES Projet SEGPA

Le club a créé un partenariat avec la section SEGPA du collège de la Durantière, et plus particulièrement la classe de 4<sup>e</sup>, sur l'ensemble de la saison dans le cadre d'un programme de découverte des métiers. La première rencontre entre les parrains du projet et cette classe s'est déroulée au collège avec Marcus Coco et Imran Louza, l'occasion d'échanger avec les élèves sur leur avenir et sur le parcours des joueurs. Les élèves ont également eu le privilège de visiter le Centre Sportif de la Jonelière et les coulisses du Stade de la Beaujoire. Au total, sept rencontres ont été organisées sur la saison avec des joueurs et des salariés du club. Ce partenariat sera renouvelé la saison prochaine.



## RC STRASBOURG ALSACE L'été Foot 2019

Cette saison, le club a organisé la 6<sup>e</sup> édition de « l'été foot », animation estivale 100 % foot des communes et quartiers de l'Eurométropole, parrainée par Dimitri Lienard, en collaboration avec ses partenaires Ophéa et Habitation Moderne.

Cette manifestation permet à de nombreux jeunes, filles et garçons de moins de 13 ans, de participer à un tournoi où ils représentent une nation. Pendant un mois, les jeunes footballeurs et footballeuses se rencontrent sur cinq terrains (Fegersheim, Oberhausbergen, Neudorf, Cité de l'III, Neuhof), pour tenter de se qualifier pour la phase finale à Racing Mutest Académie et la grande finale sur la pelouse de la Meinau, en lever de rideau du match RCSA – MHSC. De nombreux prix sont remis aux participants, et cette année, un « carton bleu » sera remis pour récompenser le fair-play des équipes.



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



## Opération Solidaire avec l'OL

AS Monaco et l'OL Fondation se sont associés lors de la 1<sup>re</sup> journée de Ligue 1 pour offrir un moment inoubliable à deux enfants. Suivi par l'hôpital HFME de Bron, lui-même soutenu par l'OL Fondation, Lenny a été accueilli par Enzo, qui est soutenu par la Fondation Flavien, elle-même soutenue par le programme AS Monaco. Le premier, supporter de l'OL, et le second, supporter de l'AS Monaco, étaient accompagnés de Bouba au moment de donner le coup d'envoi fictif de la rencontre. Au terme du match, Lenny avait un peu plus le sourire qu'Enzo, mais cette journée partagée valait bien plus que le score au tableau d'affichage. L'AS Monaco et l'Olympique Lyonnais ont régulièrement collaboré sur ce type d'opérations ces dernières saisons à travers AS Monaco et l'OL Fondation, adversaires sur le terrain du sport, mais partenaires sur celui de la solidarité.



## EN AVANT GUINGAMP Lancer de peluche au Roudourou

Comme d'autres clubs, le club, en collaboration avec les Kalon EAG, a organisé un « Lancer de Peluches » au profit de l'association Les P'Tits Doudous. Lors d'un match avant Noël, les supporters assistant à la rencontre ont été invités à lancer des peluches en bon état sur la pelouse du stade.



## FC GIRONDINS DE BORDEAUX Trophées « Girond'In March 2020 »

Dans le cadre des activations autour de Girond'In March (dispositif autour de la journée internationale des droits des femmes), le club a organisé une remise de trophée « Girond'In March 2020 » à la suite de l'appel à projet à destination des femmes portant sur 2 thématiques : la santé/prévention et l'insertion par le sport. Sur les 20 projets reçus, deux prix ont récompensé les lauréats : le **CHU de Bordeaux** pour son projet à destination des femmes souffrant d'endométriose et **Ovale Citoyen** pour son projet de festival Wontanara et de composition d'une équipe féminine incluant demandeuses d'asile et/ou réfugiées, personnes LGBT, mais aussi personnes ayant subies un cancer dans le cadre d'une remise en forme en partenariat avec l'Institut Bergonié. Ce dernier a souhaité partager sa dotation (3 000 €) avec les 3 autres candidats de sa catégorie. Tous ces projets et leurs initiateurs seront suivis et accompagnés par le FCGB et le programme « Cœur marine et blanc ».



## FC LORIENT Les Merlus ont du cœur !

Depuis 3 saisons, le club est partenaire des Restos du cœur de Lorient et mène plusieurs initiatives pour soutenir l'association. Dons de places pour les bénéficiaires de l'association pour chaque rencontre au Stade du Moustoir, visites mensuelles réalisées par les joueurs professionnels au centre de l'association. Chaque saison ce partenariat mobilise toutes les composantes du club - joueurs, salariés, supporters et partenaires. Lors des fêtes de Noël, le club organise l'opération « Les Merlus ont du Cœur » en organisant des collectes de jouets ou de produits de premières nécessités, alimentaire ou hygiène, selon les besoins de l'association pour améliorer le quotidien de ses bénéficiaires. Chaque don remis à la boutique officielle du club permet au donateur de participer à un tirage au sort afin de gagner des cadeaux aux couleurs du FC Lorient.



## STADE MALHERBE CAEN Octobre Rose

Le club a décidé de soutenir une nouvelle fois le Centre de lutte contre le cancer François Baclesse de Caen dans le cadre d'octobre rose. À l'occasion du match SM Caen - VAFC, pour sensibiliser le grand public au dépistage du cancer du sein, les joueurs ont porté un maillot rose. La vente de ces maillots collecteurs après la rencontre au grand public, partenaires et joueurs, ainsi qu'une grande tombola solidaire ont permis de récolter la somme de 12 933 € pour la recherche dans la lutte contre le cancer du sein.



## STADE RENNAIS FC Mobilisé pour les droits de l'enfant

À l'occasion de la Journée Mondiale des 30 ans de la Convention Internationale des Droits de l'Enfant, le club a organisé plusieurs actions pour promouvoir les droits de l'enfant : organisation d'ateliers d'informations et de promotion des droits de l'enfant avec UNICEF 35 pour plus d'une centaine d'enfants lors de la première étape de l'Ermignig Kup, tournoi de football indoor auquel ont participé les jeunes joueurs des Clubs Rouge & Noir ; réalisation d'un shooting photo avec les joueurs et les collaborateurs du club, afin de recréer le poster de l'UNICEF présentant les différents droits des enfants et ainsi sensibiliser les supporters du club à l'existence de ces droits par un relai important sur les médias du club et sur les écrans géants lors du match SRFC - ASSE.



## US ORLÉANS Soutien aux enfants diabétiques

Le club a invité l'ASPEED, association locale de Soutien aux Parents et à l'Entourage des Enfants Diabétiques, qui regroupe les familles concernées et essaie d'améliorer le quotidien des enfants. Douze enfants ainsi que leurs familles ont été invités lors de la rencontre USO-VAFC. Les enfants ont été les Escorts kids de la rencontre. De plus, les parents ont tenu un stand de sensibilisation sur le diabète et ont organisé une tombola payante avec des lots offerts par le club (maillots dédicacés, ballon, écharpe...).



## VALENCIENNES FC Mobilisé pour le don du sang

Le club est devenu partenaire de l'Établissement Français du Sang en début de saison 2019/2020 pour sensibiliser ses supporters au don du sang et les encourager à donner. Au cours de deux samedis de septembre, la Maison du don de Valenciennes a été décorée aux couleurs du VAFC, et pour chaque don réalisé, deux places de match étaient reversées aux bénéficiaires de l'association Cultures du cœur.



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.





A J A U X E R R E

## Les Diplômés 2019 du Centre AJA Acadomia à l'honneur

À la mi-temps du match AJA-HAC, les récents diplômés du Centre de formation AJA Acadomia ont été mis à l'honneur. Soucieuse du triple projet « sportif, scolaire, humain » mis en place au centre de formation, l'AJA a souhaité ainsi valoriser et présenter au public tous les étudiants qui ont obtenu leur brevet ou leur baccalauréat à l'issue de la dernière année scolaire. Les 19 jeunes apprentis footballeurs âgés de 14 à 18 ans de l'AJA Acadomia se sont vu remettre par le PDG d'Acadomia, le Président et le DG du club et le directeur de l'école AJA Acadomia une plaque de verre avec leur nom, diplôme et la mention obtenue : une reconnaissance pour ces sportifs.



H A V R E A C

## HAC Mon Parrain



À travers ce programme, le club s'adresse aux jeunes garçons et filles, âgés de 8 à 12 ans et issus des quartiers prioritaires du Havre, pour leur permettre de découvrir les bienfaits de la pratique sportive et des valeurs qu'elle véhicule : fair-play, promotion du respect des règles et des autres, solidarité, estime de soi, dépassement de soi, écoute de l'autre, mixité... 300 enfants non licenciés viennent suivre des

entraînements structurés proposés dans les 5 territoires de la ville pendant un mois. Des rencontres inter-quartiers sont organisées. Les joueurs professionnels du club sont parrains de l'opération et viennent rendre visite aux enfants. Sont également proposés des sensibilisations au civisme dans les transports en commun, à l'arbitrage, à une pratique éducative du football, etc. La finale se déroule chaque année au Stade Océane. Le club souhaite également toucher les jeunes adultes en leur proposant des formations adaptées puis un suivi par la Mission Locale.



A N G E R S S C O

## École Noir&Blanc



En novembre 2019, le club a ouvert une école Noir&Blanc, un projet ambitieux motivé par l'idée du « bien vivre ensemble ». Cette école un peu particulière accueille 60 enfants de 7 à 11 ans en difficulté sociale ou familiale sur des temps périscolaires et pendant les vacances scolaires, 5 jours par semaine. Ils bénéficient d'un programme innovant qui s'appuie sur des activités ludiques, culturelles et sportives autour de valeurs fortes de solidarité, d'entraide et de partage, accompagnés par les éducateurs.



L E M A N S F C

## Soutien au Bleuet de France

À l'occasion de la journée de championnat dédiée de la Ligue 1 et de la Ligue 2 en soutien au Bleuet de France (cf. page 23) lors des commémorations du 11 novembre, le club, en partenariat avec l'Office National des Anciens Combattants et Victimes de Guerre (ONACVG), a invité 12 pupilles de la Nation et leurs parents à la rencontre Le Mans FC - Grenoble Foot 38. Lors de l'échauffement des joueurs, le logo du Bleuet de France et l'appel à la solidarité ont été diffusés sur les écrans géants du stade. Le présentateur a annoncé la présence des jeunes pupilles dans le stade, qui ont affiché, dès leur entrée dans les gradins, leur soutien et leurs remerciements au club et au Bleuet de France avec une grande banderole : « Ils nous soutiennent on le soutient ».



A S N A N C Y L O R R A I N E

## Trophée du fairplay avec MMH

Chaque printemps, le club organise un tournoi de football associé à des ateliers citoyens à destination des jeunes issus des quartiers d'habitats sociaux, quartiers où MMH, bailleur social et partenaire du club, est présent. Se déroulant à travers le département avec le précieux concours de dizaines de partenaires associatifs, culturels et institutionnels, la manifestation bénéficie du soutien des clubs de foot locaux et des municipalités. Depuis sa création par MMH et l'ASNL en 2008, 16 000 filles et garçons âgées de 6 à 14 ans auront concouru pour faire valoir le respect de valeurs citoyennes autour du football. Chaque équipe doit faire ses preuves sur le terrain et tester parallèlement ses compétences dans un village citoyen où des ateliers thématiques sont proposés sur des valeurs citoyennes par des associations locales et représentants institutionnels (CPAM, communautés de communes...). Le classement de ce tournoi ne prend pas en compte que les résultats sportifs mais aussi ceux des ateliers citoyens. La grande finale se joue au Stade Marcel Picot.



T O U L O U S E F C

## Les joueurs du TFC se mobilisent pour la Fondation du club



Les joueurs du club se sont mobilisés pour soutenir la Fondation d'entreprise du TFC à travers le lancement d'une vente aux enchères en ligne de maillots portés les soirs de match de Ligue 1. Le concept est simple et innovant : après le coup de sifflet final des matchs, certains joueurs dédicacent et offrent leur maillot porté pendant la rencontre. Ce maillot est ensuite vendu aux enchères en ligne au profit de la Fondation TFC. Les recettes ainsi générées participent au financement de l'ensemble des actions éducatives, caritatives et sociales menées par la Fondation TFC via son programme « Génération Pitchouns ». Le TFC est le premier club en France à mener cette opération.



# ACCESSIBILITÉ

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



### BERRICHONNE DE CHÂTEAUROUX

#### Briser les barrières du handicap

Dans le cadre de son projet majeur HONDI CAP'FOOT, événement dédié aux personnes en situation de handicap, le club a fait participer les jeunes du Centre de Formation. Les jeunes ont été sensibilisés à l'organisation de l'événement et aidés dans leurs approches face au handicap mental pour « changer leurs regards et permettre une meilleure adaptation » avant l'événement. Une rencontre dans un institut spécialisé a également été organisée pour que les personnes en situation de handicap fassent découvrir aux jeunes footballeurs leurs apprentissages d'un métier sur le principe de « Fais ce que je fais ». Une vraie rencontre – un vrai échange. À l'inverse, les jeunes du Centre de Formation ont accueilli les personnes handicapées, leur ont fait vivre un entraînement « adapté » et fait visiter leurs locaux.



### CHAMOIS NIORTAIS FC

#### Accueil de l'Équipe de France Fauteuil

Très engagé dans la pratique du Foot Fauteuil, le club, en partenariat avec la ville de Niort, a reçu l'équipe de France de Foot fauteuil en stage de préparation du 2 au 6 mars. Plusieurs temps forts ont été organisés pour y associer le public : une journée découverte en milieu de semaine avec entraînement public puis séance d'échanges et de dédicace ; une initiation à la pratique du foot fauteuil pour les jeunes de l'école de football des Chamois Niortais FC, mais aussi un match entre les joueurs de l'équipe de France et l'équipe foot fauteuil des Chamois Niortais FC.



# ACCOMPAGNEMENT CULTUREL



AC AJACCIO

#### Engagé pour la restauration de la Bibliothèque Patrimoniale Fesch

Dans le cadre de la journée de championnat dédiée de la Ligue 1 et de la Ligue 2 à l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine (cf. page 23), le club s'est mobilisé pour la Bibliothèque Fesch d'Ajaccio. Cet édifice patrimonial nécessite d'importants travaux de restauration et fait partie des projets soutenus par la Fondation du Patrimoine. L'équipe première a joué lors du match Le Mans FC – AC Ajaccio avec un maillot collector arborant l'identité visuelle du Palais Fesch qui abrite la Bibliothèque Patrimoniale. Ces maillots portés ont été mis en lot dans une grande tombola et l'ensemble des bénéficiaires a été reversé à la Bibliothèque Fesch.



FC CHAMBLY OISE

#### Mobilisés pour la Journée du Patrimoine



Dans le cadre de la journée de championnat dédiée de la Ligue 1 et de la Ligue 2 à l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine (cf. page 23), les joueurs se sont rendus sur la place Stanislas à Nancy, inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO.



FC SOCHAUX-MONTBÉLIARD

#### 3<sup>e</sup> édition du Prix Julia Beaudrey

Le club a créé le « Prix Julia Beaudrey » en mémoire d'une jeune étudiante belfortaine de 20 ans décédée le 28 novembre 2016. Ce prix offre la possibilité à une association étudiante défendant des valeurs de solidarité et d'ouverture de mettre en avant ses actions grâce à l'aide du FC Sochaux-Montbéliard. Pour cette troisième édition, le projet retenu est celui de l'association Be Clothe, fondée et gérée uniquement par des étudiants. Leur objectif est de proposer un modèle de production innovant, grâce à une activité alliant protection de l'environnement et impact social. L'association récolte d'anciens vêtements directement dans des écoles ou entreprises qui sont transformés en articles par des ateliers d'insertion professionnelle. Ces articles sont ensuite vendus en boutiques éphémères pour financer des projets humanitaires grâce à la totalité des bénéfices. Sur une année, Be Clothe a récupéré 2 tonnes de matériaux, produits 350 tote-bags et généré ainsi 3 500 € de bénéfices pour financer des programmes humanitaires.







CLERMONT FOOT 63

## Les joueurs mobilisés contre le racisme

À l'occasion de la journée de championnat dédiée de la Ligue 1 et de la Ligue 2 contre le racisme (cf. page 24), le club et son groupe professionnel ont souhaité afficher leur totale opposition au racisme et à toutes les formes de discrimination (sexisme, homophobie, islamophobie, antisémitisme...) par un geste fort. Pendant le protocole d'avant-match, les joueurs se sont rassemblés et ont posé un genou à terre - un geste, popularisé par les athlètes Colin Kaepernick et Megan Rapinoe, pour une volonté commune - dire non au racisme, promouvoir la tolérance et le vivre-ensemble.



FC METZ

## Tous mobilisés contre les violences faites aux femmes

Le club s'est mobilisé contre les violences faites aux femmes lors de la journée de championnat dédiée de la Ligue 1 et de la Ligue 2 à l'occasion de la journée internationale des droits des femmes (cf. page 25) et en amont, sur une période de trois semaines en impliquant l'ensemble de l'écosystème du club. Pour sensibiliser les supporters du club, le clip « À l'intérieur » de Solidarité Femmes a été relayé sur les écrans géants du stade et trois associations investies localement sur cette problématique ont été mises à l'honneur : Planet Aventure Organisation qui organise des événements sportifs dédiés majoritairement aux femmes pour collecter des fonds et aider les

femmes victimes de violences à sortir de leur quotidien ; Krav Maga Women Protect qui aide les femmes à appréhender des techniques d'autodéfense ; et Inform'elles, un lieu d'accueil mosellan qui permet d'accueillir les femmes victimes de violences de manière anonyme et gratuite. Lors du match FC Metz - Nîmes Olympique, le coup d'envoi a été donné par Planet Aventure Organisation, les Escort kids et les ramasseurs de balles étaient de jeunes licenciées de football et une vidéo mettant en valeur les femmes qui se rendent ou qui travaillent au Stade Saint-Symphorien a été réalisée.



PARIS SAINT-GERMAIN

## Fondation Paris Saint-Germain et Fondation des Femmes

La Fondation Paris Saint-Germain accompagne la Fondation des femmes, qui s'occupe à l'échelle nationale des femmes et enfants victimes de violences intrafamiliales, afin d'apporter son savoir-faire pédagogique, sportif et éducatif aux femmes et enfants qu'elle accueille. La Fondation Paris Saint-Germain intervient sur le terrain et dans les lieux où les bénéficiaires sont hébergés en urgence afin de tenter d'améliorer leur quotidien. Certains partenaires et sponsors du club sont parties prenantes de ce projet également pour répondre à leur demande d'implication dans les projets sociaux et caritatifs du club (Nivea, Amex, Deliveroo, Mc Donald...).



OLYMPIQUE DE MARSEILLE

## Premier tournoi de lutte contre les discriminations

Le club a organisé un tournoi de football à l'OM Campus avec des associations de supporters et des associations de lutte contre les discriminations. Dix équipes se sont affrontées dans le cadre de cette première pour un tel événement réunissant les associations de lutte contre les discriminations, la LICRA, Foot Ensemble, SOS Homophobie, MUST (Marseille United Sport pour Tous) et les PanamBoyz & Girlz United ; les associations de supporters du club de l'Olympique de Marseille comme les Dodgers, les Fanatics, les amis de l'OM, les MTP ou encore l'HandiFan Club mais également les salariés de l'OM et les stadiers. Tout au long de la journée se sont enchaînés matchs de football et échanges sur et hors du terrain dans une ambiance très conviviale et chaleureuse. Après la phase de poules, puis les phases finales, ce sont les Fanatics qui sont sortis vainqueurs du tournoi.



RODEZ AVEYRON FOOTBALL

## Ramène ta copine !

Depuis plusieurs saisons, le club a mis en place l'opération « Ramène ta copine ! » dans les écoles de foot afin de sensibiliser le jeune public féminin à la pratique du football. Chaque licenciée est invitée à convier une camarade de son âge à participer à une séance d'entraînement. Au menu : découverte du ballon rond, ateliers, mais surtout bonne humeur et partage. Des portes ouvertes sont également organisées à chaque début de saison.



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.



## 2 THÉMATIQUES ENVIRONNEMENTALES RESTENT PRIORITAIRES :

### RÉDUCTION DES DÉCHETS ET AMÉLIORATION DE L'IMPACT TRANSPORT



#### AMÉLIORATION DU TRI DANS LES STADES

**65 %** des clubs proposent désormais des poubelles double flux au grand public, et **25 %** d'entre eux ont mis en place le traitement des biodéchets.

#### RÉDUCTION DES DÉCHETS

**45 %** des clubs se sont engagés dans une ou plusieurs initiatives pour réduire la quantité de déchets produite lors d'un match et 7 clubs sur 10 se mobilisent pour réduire la quantité de plastique à usage unique utilisée.

#### APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE

**9 clubs** sur 10 sélectionnent des produits locaux pour leurs prestations VIP / Hospitalités, **7/10** pour les prestations grand public ou encore pour la restauration des joueurs.

#### RÉDUCTION DE L'IMPACT TRANSPORT

**2/3** des clubs sont prêts à envisager de réaliser tout déplacement dont le trajet serait inférieur à 4h en bus, voire le font déjà.



#### AMIENS SC

### Objectif « Zéro déchet »

Depuis septembre 2019, le club a mis en place un projet de réduction de la production des déchets au stade au quotidien et les soirs de match. En concertation avec la Métropole, l'ADEME, le WWF France et la LFP, une feuille de route a été établie : pesée quotidienne de tous les déchets sur trois mois ; remplacement de la vaisselle jetable par des contenants biodégradables en amidon de maïs ; récupération des restes alimentaires à l'aide de lunch box réutilisables pour les repas des joueurs et des administratifs et redistribués aux associations par la Banque Alimentaire les soirs de match ; installation de poubelles de tri sur l'ensemble du stade ; création d'une « brigade zéro déchet » pour éviter les erreurs de tri ; mise en place de gobelets réutilisables consignés en buvette ; utilisation de gourdes pour les joueurs à l'entraînement, etc.



#### LOSC LILLE

### Climate Neutral Now

Le club s'est engagé aux côtés des Nations Unies au sein de l'initiative écoresponsable Climate Neutral Now lancée en 2015. Cet engagement a pour but de lutter contre le réchauffement climatique en visant, à terme, la neutralité carbone des activités des organisations. En accord avec la convention-cadre des Nations Unies sur le changement climatique, le club lillois a fait mesurer l'impact écologique de ses activités quotidiennes, notamment les déplacements de ses différentes équipes (Pro, Pro 2, Féminines) selon des méthodologies approuvées par l'ONU. Après avoir veillé à maîtriser et réduire cet impact, le LOSC s'engage également désormais à compenser l'empreinte carbone de ses activités en contribuant au financement d'un projet de compensation certifié par l'ONU.



#### MONTPELLIER HÉRAULT SC

### « Un but marqué = 5 arbres plantés »

À chaque but marqué en Ligue 1 lors de la saison 2019/2020, 5 arbres ont été plantés par le club. À la fin de chaque mois, le total des buts était converti en arbres et les arbres plantés le mois suivant dans une commune différente. Ce fut ainsi 175 arbres qui ont été offerts et plantés dans 6 communes différents au cours de cette saison.



#### OLYMPIQUE LYONNAIS

### « Le Jardin du Héros »

Le club a imaginé et financé la création d'un jardin pédagogique de 550 m<sup>2</sup> sur le site du Groupama Stadium. En collaboration avec la société coopérative d'intérêt collectif (SCIC) Pistyles, ce jardin a été conçu selon les principes de la permaculture, qui définiront également son entretien et sa gestion. Il accueillera chaque semaine des ateliers ludiques et pédagogiques - plantation, cueillette, découverte de la permaculture, dégustation de fruits ou légumes anciens - à destination de divers publics : écoles primaires du territoire, centres sociaux, clubs amateurs partenaires et jeunes de l'Academy OL, associations partenaires d'OL Fondation, supporters du club, jeunes et adultes handicapés en partenariat avec l'ALGED et plusieurs IME, personnes âgées des établissements proches, etc. Sur le volet social, des jeunes mineurs issus de la Protection Judiciaire de la Jeunesse (PJJ) ont pris part à la construction du chantier et développé ainsi des compétences en aménagement des espaces verts. Ils pourront continuer à prendre part à l'entretien s'ils le souhaitent.



### PERMETTRE AUX SUPPORTERS DE VOYAGER PLUS RESPONSABLE

Pour accompagner les clubs dans la réduction de leur impact environnemental lié au transport, la LFP s'est associée à StadiumGO, première plateforme de covoiturage entièrement dédiée aux événements sportifs. StadiumGO offre la possibilité à chaque supporter et supportrice de partager un trajet avec d'autres passionné(e)s à destination des matchs de leur club favori par le biais d'une application simple et sécurisée.



# ENGAGEMENTS RSE DE LA LFP

La saison 2019/2020 a été l'opportunité pour la LFP de renforcer ses initiatives existantes, particulièrement son plan d'actions contre les discriminations et son engagement en faveur de l'environnement d'une part, puis de développer un nouveau programme « 1 but et au lit ! » d'autre part. Bien qu'écourcée, cette saison aura permis de reverser **plus d'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.

## « 1 BUT ET AU LIT ! »

En partenariat avec la Fédération Hospitalière de France, la LFP a lancé en début de saison 2019/2020 un nouveau 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.



**SUR LA SAISON 2019/2020** : **+130 k€** ont été collectés grâce aux buts marqués  
**167 lits** d'accompagnants financés  
dans **20 unités** pédiatriques situées dans toutes les régions de France

## CONTRIBUER À LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

Dans le cadre de son partenariat avec le WWF France signé en avril 2019, la LFP a pu mettre à disposition des clubs 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**. Chaque fiche précise des éléments de compréhension et de contexte des enjeux environnementaux. Elle définit également trois niveaux d'ambitions : d'un niveau d'engagement « minimum » (niveau 1), en passant par le niveau d'engagement « intermédiaire » (niveau 2) aligné sur la charte des 15 engagements éco-responsables du Ministère des sports et du WWF France, pour atteindre le niveau d'engagement « exemplaire » (niveau 3). Elle propose ensuite des recommandations concrètes, qui prennent en compte les réalités du terrain vécues par les clubs de football professionnel. Elle fournit enfin des ressources clés. La LFP et le WWF France continueront à aider les clubs à mettre en œuvre ces outils lors des prochaines saisons.



## #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 2019/2020, ce hashtag a permis de recenser **plus de 2 000 publications** sur des initiatives RSE (+26 % par rapport à la saison précédente), permettant d'atteindre **plus de 26 millions de vues** (+72 %) et suscitant **plus de 467 000 réactions** (likes, repost, etc.) du grand public.



## CONCOURS D'ÉLOQUENCE PAR LE FONDACTION 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.

Cette saison, le Fondation du Football et l'association Prométhée Education 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 4 clubs professionnels : le Paris Saint-Germain, l'Olympique de Marseille, l'AS Saint-Etienne et l'Olympique Lyonnais. Prolongement d'Open Football Club, ce concours a mobilisé une quinzaine de pensionnaires dans chaque centre de formation sur 6 mois. Des finales sont organisées dans chaque club pour élire le meilleur orateur. Cette initiative sera reconduite la saison prochaine en mobilisant de nouvelles structures de formation.

## LE FOOTBALL PROFESSIONNEL SOUTIENT LE PATRIMOINE FRANÇAIS

À l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine, la LFP et les clubs se sont associés à la Fondation du patrimoine afin de sensibiliser les supporters à la nécessité de sécuriser le patrimoine local. Plusieurs clubs ont multiplié les initiatives locales au profit des projets soutenus par la Fondation du patrimoine ou de sa campagne « Plus jamais ça ! », et ont alerté les spectateurs.



## LES JOURNÉES DU 11 NOVEMBRE DEDIEES AU BLEUET DE FRANCE



À l'occasion de la 13<sup>e</sup> journée de Ligue 1 et la 14<sup>e</sup> journée de Ligue 2, la LFP et les clubs professionnels se sont associés au Bleuets de France pour venir en aide aux victimes de guerres et d'attentats. Pour afficher ce soutien et sensibiliser le grand public, **37 clubs se sont mobilisés** à travers plus de **230 initiatives** : flocage du maillot, port de la fleur du Bleuets, appels aux dons, relais sur les réseaux sociaux, vente aux enchères, ateliers de sensibilisation, coup d'envoi fictif, etc. Au total, plus de 4 millions de téléspectateurs et 200 000 personnes en tribune ont pu être sensibilisés et plus de 70 millions de followers touchés via les réseaux sociaux.

## LES AUTRES INITIATIVES SOUTENUES PAR LA LFP

### HandiCapZéro HANDICAPZÉRO

Pour la sixième saison consécutive, la LFP et HandiCapZéro ont édité un guide pratique pour la Ligue 1 et la Ligue 2 en braille, en caractères agrandis et en version audio à destination des supporters aveugles et malvoyants. Le contenu 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.

### premiers de cordée PREMIERS DE CORDÉE

Pour la troisième 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.

### 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.

### MON CARTABLE CONNECTÉ MON CARTABLE CONNECTÉ

Partenaire depuis plusieurs années, la LFP a cette année soutenu l'association à organiser une grande vente aux enchères de maillots de joueurs.



# LUTTE CONTRE TOUTES LES DISCRIMINATIONS

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

LA LUTTE CONTRE LE RACISME, LA LUTTE CONTRE L'HOMOPHOBIE ET LA DÉFENSE DES DROITS DES FEMMES.

## LES ASSOCIATIONS EXPERTES PARTENAIRES DE LA LFP

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



Foot Ensemble est une association créée par Yoann Lemaire en 2017, dont l'objectif est d'ouvrir le débat sur l'homosexualité dans le sport et plus particulièrement dans le football. La LFP et Foot Ensemble travaillent ensemble sur ce sujet depuis la réalisation du film « Footballeur et Homo : au cœur du tabou » de Yoann Lemaire, en novembre 2018.



La DILCRAH, la Délégation Interministérielle à la Lutte Contre le Racisme, l'Antisémitisme et la Haine anti-LGBT coordonne la politique nationale de lutte contre le racisme, l'antisémitisme et, depuis 2016, la haine anti-LGBT.



La Fondation Le Refuge a pour objet de prévenir l'isolement et le suicide des jeunes LGBT+, de 18 à 25 ans, victimes d'homophobie ou de transphobie et en situation de rupture familiale. Elle héberge et accompagne ces jeunes majeurs vers leur reconstruction émotionnelle et matérielle.



La LICRA - Ligue internationale contre le racisme et l'antisémitisme - est l'une des plus anciennes associations militant à travers le monde contre le racisme, l'antisémitisme et les discriminations. La LFP et la LICRA ont signé une convention de mécénat en mars 2019, pour la période 2019-2022.



PanamBoyz & Girlz United est un club de football 100 % inclusif, ouvert à la diversité, évoluant à Paris et luttant contre les discriminations au plus près des réalités du terrain.



La Fédération nationale Solidarité Femmes lutte contre toutes les formes de violences sexistes, en particulier conjugales (physiques, morales, sexuelles, psychologiques, économiques et autres) faites aux femmes et aux enfants, notamment au sein du couple et de la famille. La Fédération fédère, anime et coordonne un réseau national d'associations qui accompagnent (sur le plan psychologique, juridique, social, vers l'emploi et le logement) dans des centres d'accueil ou d'hébergement des milliers de femmes et d'enfants chaque année.



SOS Homophobie est l'association nationale de lutte contre la lesbophobie, la gayphobie, la biphobie et la transphobie, convaincue que la lutte contre l'homophobie passe par la mise en place d'une ambitieuse politique de prévention : expliquer la diversité, rassurer, sensibiliser à l'acceptation des orientations sexuelles et identité de genre.

## 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 sont dédiées à la lutte contre les discriminations pour sensibiliser le grand public : une journée contre le racisme, une contre l'homophobie et une contre les violences faites aux femmes ; La LFP donne une impulsion au niveau national et équipe les clubs des moyens nécessaires (clip vidéo, éléments de langage, visuels personnalisés, contacts locaux, idées d'initiatives, etc.) et les clubs se mobilisent ensuite sur leur territoire ;
- Des séminaires de sensibilisation à l'attention des différents publics au sein des clubs : référents supports (SLO), référents RSE, directeurs sûreté et sécurité, ou encore directeurs des centres de formations en partenariat avec le Fondation du Football ;
- 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 Fondation du Football ;
- La création d'un groupe de travail qui se réunit une fois par mois avec les associations expertes partenaires de la LFP ;
- La création d'un groupe transversal à toutes les instances du football professionnel français qui se réunit tous les deux mois pour avancer ensemble ;
- 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.

## NOUVELLES INITIATIVES MISES EN PLACE AU COURS DE LA SAISON 2019/2020

### UNE FICHE DE SIGNALEMENT ACCESSIBLE À TOUS

En partenariat avec la LICRA, la LFP a mis au point une **fiche de signalement** contre toutes formes de racisme et de discrimination dans les stades. Accessible à tous disponible via le lien [www.licra.org/lfp](http://www.licra.org/lfp), ce dispositif vise à permettre à toute personne présente dans les stades, témoin ou victime, de signaler un acte discriminant (raciste, antisémite, homophobe, sexiste, ou autre). Tout signalement déclenche une procédure définie en étroite collaboration entre la LFP et la LICRA.

### VARIÉTÉS CLUB DE FRANCE ET MATCHS CARITATIFS AU PROFIT DE LA LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS

La LFP est un partenaire de longue date du Variétés Club de France (VCF). Cette saison, elle a plus particulièrement soutenu le match de gala organisé par le VCF en collaboration avec Foot Ensemble à Charleville-Mézières. Cet événement, parrainé par Nathalie Boy de la Tour, Présidente de la LFP, était précédé de l'animation d'une fan zone pour échanger et sensibiliser sur le thème de la lutte contre l'homophobie et les discriminations. L'ensemble des bénéfices du match ont permis de financer des projets concrets sur la sensibilisation à l'homophobie dans la ville de Charleville-Mézières et au plan national.



### CAMPAGNE NATIONALE « CONTRE LE RACISME, CONTINUONS À GAGNER DU TERRAIN »



À l'occasion de la 20<sup>e</sup> journée de Ligue 1 et de Ligue 2, l'ensemble du football professionnel s'est mobilisé pour lutter contre le racisme dans les stades autour d'une campagne de sensibilisation à travers le message : « Au foot, la seule couleur qui compte, c'est celle de son équipe ». Des visuels et un film d'animation de 30 secondes (230 000 vues) ont été largement relayés dans les stades et sur les réseaux sociaux et sites internet de la LFP et des clubs. 34 clubs se sont mobilisés lors de cette initiative, permettant de toucher 28 millions personnes via les réseaux sociaux.

### LE FOOTBALL PROFESSIONNEL SE MOBILISE CONTRE LES VIOLENCES FAITES AUX FEMMES

À l'occasion de la 28<sup>e</sup> journée de championnat de Ligue 1 et de Ligue 2, et du 8 mars, journée internationale des droits des femmes, le football professionnel s'est mobilisé en partenariat avec Solidarité Femmes pour sensibiliser l'ensemble des supporters à travers la diffusion du clip « À l'intérieur », réalisé par Solidarité Femmes dans les stades et sur les réseaux sociaux et sites internet de la LFP et des clubs. Ces derniers ont également mis en place de nombreuses actions locales sur le terrain.



### 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 2019/2020, 403 ateliers ont été organisés (une moyenne de 13,4 par structure), dont 35 ateliers sur les thématiques de lutte contre les discriminations : 17 pour l'égalité filles-garçons et contre le sexisme, 16 contre l'homophobie et 19 contre le racisme et l'antisémitisme.

La saison a aussi marqué par l'instauration d'un dialogue entre l'ANS, l'association nationale des supporters, et la LFP sur ces sujets. La LFP a également participé au groupe de travail « Lutte contre les discriminations » de l'INS - Institut National du Supportérisme, piloté par le Ministère des Sports. Enfin, une grande campagne était prévue le 17 mai 2020, lors de la journée internationale de lutte contre l'homophobie, qui a dû être reportée à cause de la pandémie de COVID-19.

# LA SOLIDARITÉ ENVERS LE SPORT AMATEUR

## 31 M € ISSUS DES DROITS TV POUR LE DÉVELOPPEMENT DE LA PRATIQUE SPORTIVE POUR TOUS



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. Conséquence de la pandémie du COVID-19 et de l'arrêt de la saison 2019/2020 à la 28<sup>e</sup> journée, le montant de cette taxe a diminué pour cette saison. Néanmoins, il devrait repartir à la hausse dès la saison prochaine 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 désormais affectée à l'Agence Nationale du Sport (ANS).**

**Créée en 2019, l'ANS a deux missions principales :**

- Le développement du haut niveau et de la haute performance, notamment avec la perspective des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024.
- Le financement et l'organisation du sport en France pour développer l'accès et la pratique sportive pour tous les publics.

## 15 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 au développement de la pratique amateur. Basé sur les droits TV, ce montant a également diminué cette saison en raison des conséquences de la pandémie du COVID-19 pour atteindre 15.1 millions d'euros.

Ce montant vient en partie alimenter le Fonds d'Aide au Football Amateur (FAFA), contribution annuelle de la Fédération Française de Football (FFF) pour promouvoir des investissements indispensables au développement du Football Amateur.

*Sur la saison 2018/2019, le FAFA a permis d'accompagner 754 projets : 563 projets d'équipements (sécurisation des installations, clubs house, vestiaires, terrains de jeux en gazon synthétique), 46 projets liés aux nouvelles pratiques, 130 projets de football féminin, 126 projets dans les territoires carencés ; de co-financer 118 minibus, d'aider à la création de 145 emplois et d'investir à hauteur de 2 millions d'euros dans la formation des éducateurs et des dirigeants.*

# 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 2019/2020). 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 2019/2020.

L'ensemble des éléments ont été collectés à travers un questionnaire administré en mai 2020, 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, Ligue 2, Trophées des Champions, Coupe de la Ligue BKT)
- Chiffre d'affaires de la LFP (source : Rapport financier du football professionnel français – DNCG)
- Taxe Buffet et informations ANS (source : ANS)
- Fonds d'Aide au Football amateur (source : FFF)
- Open Football Club (source : Fondation du Football)





**6, rue Léo Delibes, 75116 Paris**  
**Tél : 01 53 65 38 00 - Fax : 01 53 65 38 04**  
**Contact Presse : [elsa.gueroult@lfp.fr](mailto:elsa.gueroult@lfp.fr)**  
**[www.lfp.fr](http://www.lfp.fr) - @LFPfr**

