10E ÉDITION

RAPPORT 1TEAM

SAISON 2025-2026

LFP LIGUE DE FOOTBALL PROFESSIONNEL

LIGUE 1 McDonald's LIGUE 2 BKT

PRÉSENTATION DE LA LIGUE DE FOOTBALL PROFESSIONNEL

La Ligue de Football Professionnel (LFP) réglemente le football professionnel français. À ce titre, la LFP organise et gère la Ligue 1 McDonald's, la Ligue 2 BKT, le Trophée des Champions, et l'eLigue 1 McDonald's.

La LFP et sa filiale commerciale, LFP MEDIA, financent toutes opérations ou toutes actions aptes à développer les ressources du football professionnel dans le but d'en assurer la promotion.

La Ligue de Football Professionnel est le premier organisateur de spectacle vivant de France par saison qui rassemble 8,39 M de spectateurs en Ligue 1 McDonald's et 2,48 M en Ligue 2 BKT.

Lors de la saison 2025-2026, la Ligue 1 McDonald's a été diffusée par 52 diffuseurs dans 215 territoires et 44 langues.

Le football professionnel français est le premier produit de sport consommé par les médias et dispose d'une forte présence géographique dans le cœur de 40 des 50 plus grandes villes françaises. 80% de la population française vit à moins de 50 km d'un stade de Ligue 1 McDonald's ou de Ligue 2 BKT.

LA LFP, EN 2025-2026, C'EST :

617
matchs organisés

10,87 M
de spectateurs

36
clubs participants aux compétitions

320 000
abonnés aux clubs de Ligue 1 McDonald's

27 588
spectateurs de moyenne par match de Ligue 1 McDonald's

57,8 M
de fans sur les réseaux sociaux de la Ligue 1 McDonald's

6 MILLIARDS
de vues sur les réseaux sociaux de la Ligue 1 McDonald's

NOS ACTIVITÉS

COMPÉTITIONS

LIGUE 1 McDonald's — LIGUE 2 BKT

ORGANISATION DES COMPÉTITIONS

- Organisation des compétitions de Ligue 1, Ligue 2 et eLigue 1
- Organisation du Trophée des Champions

VALORISATION DES COMPÉTITIONS

- Communication
- Marketing
- Événementiel

DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

- Ventes des droits audiovisuels
- Production audiovisuelle
- Diffusion
- Sponsoring

HORS COMPÉTITIONS

- Animation de réseau clubs
- Événementiel interne
- Événementiel caritatif

ÉDITORIAL

Le football professionnel occupe une place singulière dans notre société. Chaque semaine, il rassemble des millions de passionnés dans les stades, devant les écrans et sur les terrains amateurs. Il fait vibrer les territoires, crée de l'émotion, nourrit un sentiment d'appartenance et contribue à la vitalité économique de nombreuses régions.

Parce qu'il bénéficie de cette visibilité exceptionnelle, le football a également une responsabilité. Celle d'agir, d'inspirer et de contribuer aux grandes transformations de notre société.

C'est cette conviction qui guide l'action de la Ligue de Football Professionnel depuis de nombreuses années et qui trouve aujourd'hui sa pleine expression à travers **1TEAM**, la marque solidaire du football professionnel français.
Plus qu'une signature, **1TEAM** est une ambition collective. Elle traduit notre volonté de fédérer sous une même bannière l'ensemble des engagements sociétaux et environnementaux portés par la LFP, les clubs professionnels et leurs partenaires. Elle incarne une vision du football qui ne se limite pas à la performance sportive, mais qui mesure également son impact positif sur la société.

Le nom même de **1TEAM** résume cette philosophie. Face aux défis sociaux, environnementaux et sociétaux qui traversent notre époque, aucune organisation ne peut agir seule. Le progrès repose sur la capacité à unir les énergies, partager les expériences et construire des réponses collectives. C'est précisément ce que nous cherchons à accomplir à travers cette démarche.
Au fil des saisons, la responsabilité sociétale est devenue un axe structurant du développement du football professionnel français. Elle ne constitue plus un sujet périphérique, mais une composante à part entière de notre stratégie.

Cette ambition s'articule autour de priorités claires : lutter contre toutes les formes de discrimination, favoriser l'inclusion et l'accessibilité, promouvoir la santé et le bien-être, renforcer la solidarité dans les territoires, accompagner la transition environnementale et encourager des pratiques toujours plus responsables.

Ces engagements se traduisent concrètement par des actions nationales menées par la LFP mais également par l'intégration progressive de critères de responsabilité sociétale dans les outils d'accompagnement et de développement des clubs. Notre objectif est simple : faire de la RSE un levier durable de transformation et de progrès pour l'ensemble de notre écosystème.
Mais la véritable force de cette dynamique réside avant tout dans l'engagement des clubs.

Partout en France, les clubs de Ligue 1 McDonald's et de Ligue 2 BKT démontrent chaque jour que le football peut être un formidable moteur d'utilité sociale. À travers leurs fondations, leurs fonds de dotation, leurs associations ou leurs projets portés directement par les clubs, ils développent des initiatives qui répondent aux besoins spécifiques de leurs territoires.
Accompagnement des jeunes, insertion professionnelle, soutien à la réussite éducative, lutte contre l'isolement, accessibilité des stades, inclusion des personnes en situation de handicap, actions en faveur de la santé, préservation de l'environnement ou encore solidarité envers les publics les plus vulnérables : les exemples sont nombreux et témoignent de la diversité des engagements portés au quotidien.

Cette richesse est l'une des grandes forces du football professionnel français. Chaque club agit en fonction de son histoire, de son territoire et des attentes de ses communautés. Cette diversité nourrit l'innovation et favorise l'émergence de solutions concrètes, souvent inspirantes bien au-delà du seul univers du sport.

Le présent rapport en apporte une nouvelle démonstration. Derrière chaque initiative présentée se trouvent des femmes et des hommes engagés, convaincus que le football peut être un vecteur de progrès social et environnemental. Leur travail mérite d'être valorisé, partagé et encouragé.

C'est d'ailleurs l'une des missions essentielles que s'est donnée la LFP : favoriser la diffusion des bonnes pratiques et permettre aux clubs d'apprendre les uns des autres.

Depuis plusieurs années, un véritable réseau d'échange s'est structuré entre les responsables RSE des clubs, les équipes de la Ligue et de nombreux partenaires. Groupes de travail, rencontres thématiques, séminaires, retours d'expérience, outils de pilotage ou dispositifs d'accompagnement permettent de faire circuler les idées et d'accélérer la mise en oeuvre des initiatives les plus pertinentes.

Cette logique de coopération est au coeur de l'esprit **1TEAM**. Elle repose sur une certitude : les réussites individuelles deviennent encore plus fortes lorsqu'elles sont partagées collectivement.

L'engagement du football professionnel français s'inscrit également dans une dynamique qui dépasse largement nos frontières.

La LFP participe aujourd'hui à de nombreux échanges avec des organisations sportives, des institutions, des experts et des réseaux internationaux afin de partager son expérience mais aussi de s'enrichir des initiatives développées ailleurs. Ces collaborations contribuent à faire progresser nos pratiques et à renforcer l'impact de nos actions.

Au fil des années, plusieurs projets portés par la LFP et les clubs français ont ainsi suscité l'intérêt d'organisations nationales et internationales. Cette reconnaissance constitue un encouragement précieux. Elle démontre que le football professionnel français est capable non seulement d'innover, mais également de contribuer aux réflexions qui façonnent l'avenir d'un sport plus responsable et plus durable.

Pour autant, nous savons que beaucoup reste à accomplir.

Les attentes des supporters, des institutions, des partenaires et de la société continuent d'évoluer. Les enjeux environnementaux appellent une mobilisation toujours plus forte. Les défis sociaux exigent de nouvelles réponses. C'est pourquoi nous devons poursuivre cette dynamique avec humilité, exigence et détermination.

Le football ne prétend pas résoudre seul les grands défis de notre temps. En revanche, il possède une capacité unique à mobiliser, sensibiliser et fédérer. Lorsqu'il met cette force au service de l'intérêt général, il devient un formidable accélérateur de changement.

Je tiens à remercier l'ensemble des clubs, leurs dirigeants, leurs collaborateurs, leurs fondations, leurs bénévoles, nos partenaires ainsi que les équipes de la LFP pour leur engagement quotidien. Leur mobilisation donne tout son sens à l'ambition portée par **1TEAM**.



Les pages qui suivent illustrent la diversité et la richesse de cette action collective. Elles racontent l'histoire d'un football engagé, ouvert sur la société et conscient de sa responsabilité.

Un football qui agit.
Un football qui partage.
Un football qui avance ensemble.
Parce qu'ensemble, nous sommes **1TEAM**.

Hélène SCHRUB
Directrice Générale
de la Ligue de Football Professionnel

SOMMAIRE

01

L'ENGAGEMENT DE LA LIGUE DE FOOTBALL PROFESSIONNEL 8
NOTRE POLITIQUE RSE 9
DES ENGAGEMENTS PARTAGÉS PAR NOS PARTENAIRES 14
ET PAR LES DIFFUSEURS (SAISON 2025-2026) 15
LA LFP COMME PARTENAIRE 15
MÉTHODOLOGIE DE TRAVAIL 16
MESURER 16
INCITER VIA LA LICENCE CLUB 18
ACCOMPAGNER 19
1TEAM POUR UN FOOTBALL INCLUSIF 20
LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS 20
LUTTER CONTRE LES VIOLENCES SEXISTES ET SEXUELLES 22
DÉVELOPPER L'ACCESSIBILITÉ DES COMPÉTITIONS POUR LES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP 24
1TEAM POUR UN FOOTBALL SOLIDAIRE 26
PROTECTION DE L'ENFANCE 26
SOUTIEN AUX ÉTUDIANTS EN SITUATION DE PRÉCARITÉ 27
1TEAM POUR UNE SANTÉ EN ACTION 28
SENSIBILISATION À LA SANTÉ VISUELLE 28
ACCOMPAGNEMENT DES SUPPORTERS ATTEINTS DE CANCER 29
1TEAM POUR UN FOOTBALL DURABLE 30
ATTÉNUER NOTRE IMPACT 30
ADAPTER NOS ACTIVITÉS 42

02

L'ENGAGEMENT DES CLUBS DE FOOTBALL PROFESSIONNEL 44

LA RSE DANS LES CLUBS LIGUE 1 MCDONALD'S 46
AJ AUXERRE 48
ANGERS SCO 50
AS MONACO 52
FC LORIENT 54
FC METZ 56
FC NANTES 58
HAVRE AC 60
LOSC 62
OGC NICE 64
OLYMPIQUE DE MARSEILLE 66
OLYMPIQUE LYONNAIS 68
PARIS FC 70
PARIS SAINT-GERMAIN 72
RC LENS 74
RC STRASBOURG ALSACE 76
STADE BRESTOIS 29 78
STADE RENNAIS FC 80
TOULOUSE FC 82

LA RSE DANS LES CLUBS LIGUE 2 BKT 84
AS NANCY LORRAINE 86
AS SAINT-ÉTIENNE 88
CLERMONT FOOT 90
EA GUINGAMP 92
ESTAC TROYES 94
FC ANNECY 96
GRENOBLE FOOT 38 98
LE MANS FC 100
MONTPELLIER HÉRAULT SC 102
PAU FC 104
RED STAR FC 106
RODEZ AVEYRON FOOTBALL 108
STADE DE REIMS 110
STADE LAVALLOIS MFC 112
US BOULOGNE CO 114
USL DUNKERQUE 116

01

L'ENGAGEMENT DE LA LIGUE DE FOOTBALL PROFESSIONNEL

NOTRE POLITIQUE RSE

La politique RSE de la Ligue de Football Professionnel vise à mobiliser l'ensemble de l'écosystème du football professionnel français autour d'actions communes. Elle couvre à la fois l'accompagnement des 36 clubs de football professionnel français dans leur propre démarche RSE, ainsi que la démarche interne de la LFP, destinée à ses collaborateurs.

1TEAM POUR UN FOOTBALL INCLUSIF

- Lutte contre les discriminations
- Lutte contre les violences sexistes et sexuelles
- Développement de l'accessibilité des compétitions pour les personnes en situation de handicap

1TEAM POUR UN FOOTBALL SOLIDAIRE

- Protection de l'enfance
- Soutien aux étudiants en situation de précarité

1TEAM POUR UNE SANTÉ EN ACTION

- Accompagnement des supporters atteints de cancer
- Sensibilisation à la santé visuelle

1TEAM POUR UN FOOTBALL DURABLE

- Atténuation de notre impact sur le changement climatique
- Adaptation de nos activités au changement climatique

FOCUS ANALYSES DE DOUBLE MATÉRIALITÉ LFP ET CLUBS

LE CONTEXTE

Bien que ni la LFP ni ses clubs ne soient soumis à la réglementation CSRD depuis les récentes modifications de la Commission européenne, **la LFP s'est volontairement engagée aux côtés de plusieurs clubs dans la réalisation de deux analyses de double matérialité** :

- Une portant sur le scope de nos activités (cf. ci-contre) ;
- Une autre sur celles des clubs, menée en collaboration avec :

AS MONACO · FC NANTES · LOSC LILLE · RC STRASBOURG ALSACE · TOULOUSE FC

L'OBJECTIF

- Restructurer les stratégies RSE à partir d'une évaluation objective des impacts, risques et opportunités ;
- Adopter un langage extra-financier commun avec les partenaires financiers.

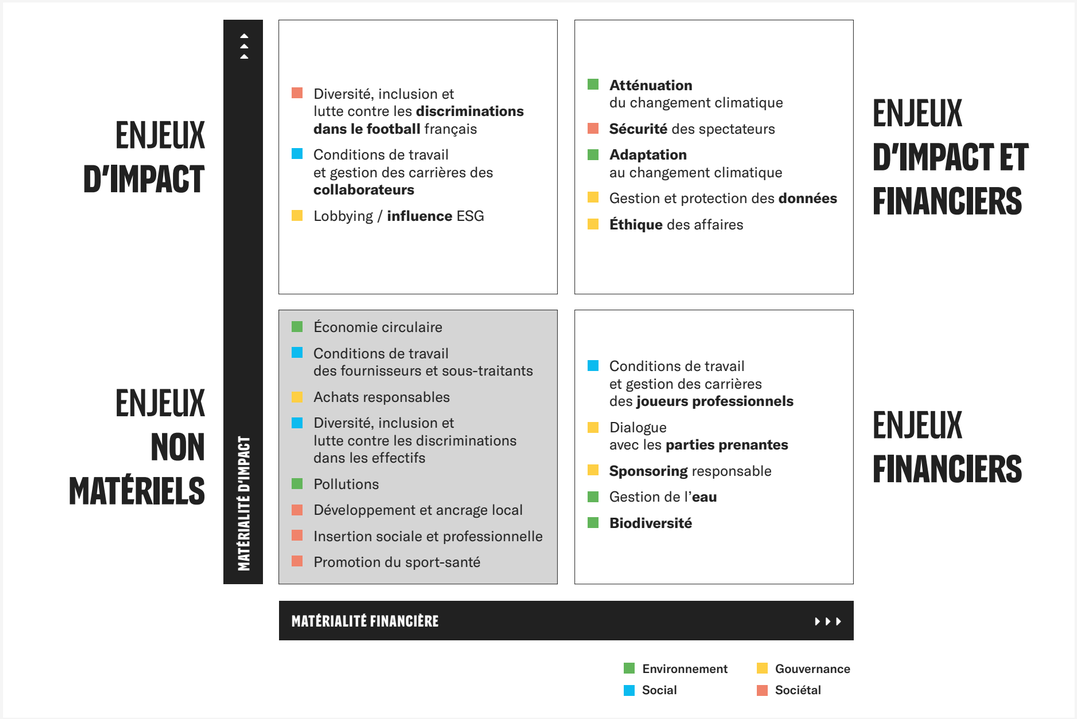
LE PROJET

Une première étape de revue documentaire a permis d'identifier les enjeux RSE les plus significatifs de la LFP et des clubs, à partir de l'analyse de leur chaîne de valeur. Ces enjeux ont été qualifiés au regard de la matérialité d'impact (impacts positifs et négatifs de nos activités sur les enjeux) et de la matérialité financière (risques et opportunités de ces enjeux vis-à-vis de nos activités).

Pour approfondir l'analyse de la matérialité financière, 20 entretiens ont été menés auprès de parties prenantes internes et externes (dirigeants de la LFP, dirigeants des clubs, partenaires, investisseurs et prestataires). Parallèlement, UTOPIES a procédé à une cotation des impacts sur la base d'études publiques et de documents internes transmis.

Ces travaux ont conduit à l'élaboration de deux matrices de double matérialité consolidées, discutées ensuite avec les clubs d'un côté et la direction de la LFP de l'autre. L'ensemble a enfin été restitué aux directions des clubs et de la LFP, marquant une étape structurante dans la démarche RSE du football professionnel.

Finalisée en septembre 2025, cette analyse menée avec l'agence de conseil UTOPIES a servi à restructurer la politique environnementale de la LFP et sera à la base d'une refonte plus complète de sa politique RSE.



FOCUS ÉTHIQUE DES AFFAIRES

Avec la loi Sapin 2 pour la transparence, l'action contre la corruption et la modernisation de la vie économique, la France s'est dotée en 2016 d'outils nouveaux permettant de lutter contre la corruption et le trafic d'influence. Dans ce cadre, souhaitant promouvoir sa culture de l'intégrité et le principe de la tolérance zéro en matière de fraude et de corruption, la LFP a décidé de créer une « cellule intégrité », dont l'objectif est de coordonner et accompagner au plus haut niveau de l'organisation les plans d'action déployés pour assurer le respect des normes juridiques et éthiques applicables à ses dirigeants, salariés et bénévoles. Par ailleurs, elle déploie des moyens de prévention et de surveillance pour lutter contre la manipulation des rencontres sportives et les trucages de match. En outre, en application des dispositions légales en vigueur, la LFP a choisi de mettre en place :

- Un dispositif d'alerte, afin de permettre le signalement de bonne foi, notamment d'un ou plusieurs manquement(s) aux règles du Code de conduite éthique et conformité, mais aussi plus généralement de tout manquement à la loi ou au règlement ;
- Une politique cadeaux et invitations ;
- Une procédure en matière de lutte contre le favoritisme à l'embauche ;
- Une politique d'achat ;
- Un questionnaire d'évaluation des tiers.

JUILLET 2026

Contrôle interne – Procédures probité

FÉVRIER 2025

Cartographie des risques de corruption mise à jour

JANVIER 2025

Procédure de déclaration des situations de conflit d'intérêts

SEPTEMBRE 2024

Formation intégrité et probité

NOVEMBRE 2022

Code de conduite contre les risques de corruption adopté par le Conseil d'Administration

FÉVRIER 2022

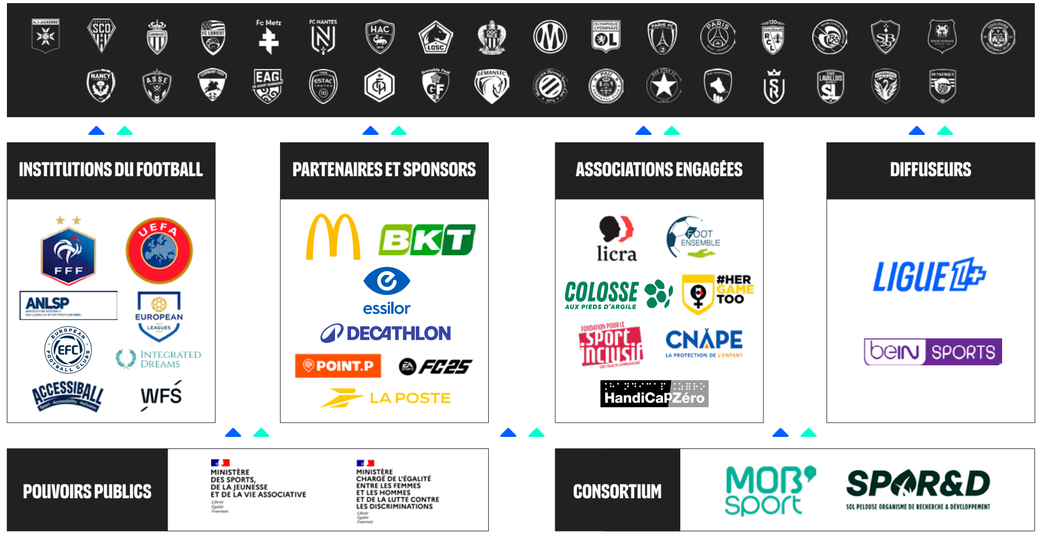
Cartographie des risques de corruption

AVRIL 2021

Création de la cellule intégrité de la LFP

CARTOGRAPHIE DES PARTIES PRENANTES 2025-2026

La LFP peut par ailleurs s'appuyer sur tout son **écosystème de parties prenantes** pour déployer sa stratégie RSE.



DES ENGAGEMENTS PARTAGÉS PAR NOS PARTENAIRES

EA SPORTS

EA SPORTS poursuit son engagement aux côtés de la LFP et de la LICRA pour lutter contre toutes les formes de discrimination. À travers l'intégration du badge 1TEAM sur les maillots des clubs présents dans EA SPORTS FC, ainsi que le **déploiement d'un maillot collector et de contenus dédiés dans Ultimate Team**, l'initiative sensibilise des millions de joueurs à travers le monde.

DECATHLON

Partenaire majeur des Défenseurs de l'Enfance pour la 4ème édition consécutive, Decathlon a fourni **près de 1000 ballons pour le tournoi et la journée de championnat dédiée** aux côtés de la LFP et de la CNAPE. Une partie a été offerte aux enfants. La marque a aussi proposé une **journée au Kipstadium, des animations et offert un kit complet** à chaque participant.

LA POSTE

Depuis plus de 20 ans, La Poste et les clubs de Ligue 1 McDonald's et Ligue 2 BKT **soutiennent et promeuvent l'arbitrage** à travers les Journées de l'Arbitrage. Lors du week-end du 11 octobre, 18 protocoles d'avant-match ont sensibilisé le public à l'importance des arbitres. Dix-neuf jeunes arbitres amateurs ont également vécu une immersion aux côtés d'arbitres professionnels.

ESSILOR

Partenaire majeur de la Ligue 1 McDonald's et de la Ligue 2 BKT et acteur historique de l'optique ophtalmique, Essilor a **sensibilisé le grand public à l'importance d'une bonne santé visuelle**. Avec l'AJ Auxerre et la LFP, Essilor a apporté son savoir-faire **pour transformer le football en un véritable test de vue géant**, rendant ce sujet accessible à tous.

MCDONALD'S

Partenaire titre de la Ligue 1, McDonald's a pu **faire bénéficier la Maison Ronald McDonald France de deux visites d'anciens joueurs professionnels** : Pedro Miguel Pauleta a rendu visite aux encadrants et aux familles accueillies à la Maison de Villejuif tandis que Benoit Cheyrou est allé à la Maison de Marseille. Des moments remplis d'émotions et de partage !

BKT

Partenaire titre de Ligue 2, BKT a soutenu la campagne Défenseurs de l'Enfance en adaptant son logo aux couleurs de l'opération. Ce geste a permis de renforcer la visibilité du message auprès du grand public tout au long des rencontres de championnat. Par ailleurs, BKT a **invité 500 enfants de la CNAPE** dans les stades afin de leur faire vivre des émotions pour Noël.

E-LIGUE 1 MCDONALD'S

Tout au long de la saison, l'eLigue 1 McDonald's **a relayé les principales campagnes RSE portées par la LFP auprès de la communauté esport.** Grâce à sa présence sur des plateformes de diffusion gratuites et particulièrement plébiscitées par les jeunes générations, telles que Twitch, YouTube et TikTok, la compétition a permis de toucher une audience complémentaire à celle des compétitions de football professionnel. Cette visibilité contribue à **amplifier la portée des messages et des engagements de la LFP en matière de responsabilité sociétale**, tout en sensibilisant des communautés parfois moins exposées aux dispositifs déployés autour de la Ligue 1 McDonald's et de la Ligue 2 BKT.

ET PAR LES DIFFUSEURS OFFICIELS (SAISON 2025-2026)

BEIN SPORTS

Diffuseur officiel de la Ligue 2 BKT lors de la saison 2025-2026, beIN SPORTS a joué un rôle clé dans la promotion des engagements sociétaux de la LFP. La chaîne a relayé la collecte nationale de denrées alimentaires destinée aux étudiants en situation de précarité lors de ses avant-matchs. Elle a également soutenu la campagne de lutte contre les discriminations en donnant de la visibilité aux associations Her Game Too, Foot Ensemble et la LICRA, tout en expliquant la signification du flocage dédié et l'engagement commun des clubs et de la LFP. Enfin, beIN SPORTS a renforcé la visibilité de l'opération « Les Défenseurs de l'Enfance » grâce à l'affichage du logo de la campagne pendant les rencontres.

LIGUE 1+

Diffuseur officiel de la Ligue 1 McDonald's lors de la saison 2025-2026, Ligue 1+ a relayé plusieurs campagnes sociétales de la LFP. La chaîne a soutenu la collecte alimentaire pour les étudiants précaires lors de ses avant-matchs. Pour le « Match le plus inclusif », elle a mis en lumière les actions du Toulouse FC, dont sa salle sensorielle, et sensibilisé à l'accessibilité dans les stades. Elle a aussi valorisé les représentants de Her Game Too, Foot Ensemble et la LICRA lors de la campagne contre les discriminations. Enfin, Ligue 1+ a présenté le flocage de la Journée mondiale de la vue, organisé un jeu-concours pour gagner un maillot dédicacé et diffusé le clip « Nous ne vendrons jamais ces bonnets ».

LA LFP COMME PARTENAIRE

À travers ces partenariats avec des acteurs du monde sportif français, la LFP souhaite faire rayonner les actions d'engagement des clubs professionnels.

LES TROPHÉES SPORT ET MANAGEMENT

Partenaire depuis 2022, la LFP accompagne les Trophées Sport & Management pour **valoriser les projets des clubs professionnels**. Lors de l'édition 2026, le **Paris FC a été récompensé pour la VINCI Mixed Cup**, tournoi favorisant mixité et égalité des chances, tandis que **l'Olympique de Marseille a reçu le trophée Sport Santé** pour son programme OM Foot Amputés. Le **Stade Rennais FC figurait également parmi les nommés** avec son projet FEZOU.

LE FONDACTION DU FOOTBALL

Créés en 2008, les Trophées Philippe Séguin valorisent les initiatives citoyennes dans le football amateur et professionnel, autour de l'éducation, de la mixité, de la solidarité et de la santé. En 2026, **le FC Metz a été récompensé pour « L'expérience FC Metz pour tous »**. La LFP soutient aussi Open Football Club, un programme d'ouverture civique et culturelle pour les jeunes footballeurs, avec 57 ateliers préparant à l'engagement citoyen et à la reconversion professionnelle pour la saison 2025/2026.

→ Organisatrice des compétitions de Ligue 1 McDonald's et de Ligue 2 BKT, la Ligue de Football Professionnel a pour mission d'impulser une dynamique responsable autour des enjeux sociaux, environnementaux et de gouvernance. Tout au long de la saison, elle collabore avec les clubs afin de réduire les impacts négatifs et maximiser les impacts positifs du football professionnel. Pour garantir l'intégration des enjeux RSE, la LFP s'appuie sur un réseau de 36 référents RSE avec lequel elle travaille selon une méthodologie commune reposant sur trois piliers : mesurer, inciter et accompagner.

MESURER

La mesure des actions RSE constitue un **prérequis essentiel** : elle permet de **construire une stratégie pertinente**, d'orienter les décisions en s'appuyant sur des données objectives, de piloter les engagements dans la durée, et de **rendre compte avec transparence des progrès accomplis**. C'est pourquoi la LFP travaille activement à améliorer ses propres capacités mais également celles des clubs à mesurer leurs résultats en la matière.

FOCUS SUR LA SAISON 2025-2026

DES RAPPORTS DE PERFORMANCE INDIVIDUALISÉS

LE CONSTAT

- Un contexte de reporting ESG (Environnement, Social et Gouvernance) de plus en plus exigeant engendrant un accroissement des demandes de données envers les clubs
- Une absence de centralisation et de suivi des données collectées au long des saisons
- Un manque d'usage stratégique des données ESG pourtant collectées par les clubs et remontées à la LFP

LES OBJECTIFS

- Accompagner les clubs dans le **suivi et l'évaluation de leur performance RSE**
- Permettre aux clubs de se positionner par rapport à leur division

LE PROJET

La LFP a développé et mis à disposition de chaque club un rapport individuel de performance RSE.

Celle-ci permet ainsi :

- Les **derniers résultats du club aux critères RSE de la Licence Club** ainsi que leur évolution au fur et à mesure des saisons
- Les **données de consommation des ressources** de l'ensemble des infrastructures du club qui ont été reportées
- L'**empreinte carbone du club** s'il a réalisé un Bilan Carbone

Chacune des données du club est **mise en miroir des moyennes des clubs de la même division**.

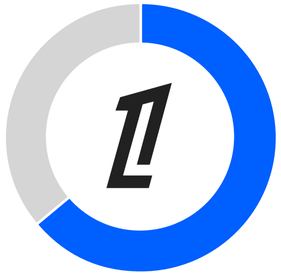


INCITER VIA LA LICENCE CLUB

UN OUTIL CLÉ

Les dispositifs réglementaires jouent un rôle structurant dans l'intégration des enjeux RSE **en orientant les priorités d'action** des clubs et **en encourageant leur engagement** notamment **via des contreparties financières**. La Licence Club, **outil phare d'accompagnement de la professionnalisation des clubs** grâce à un système de notation basé sur un cahier des charges évolutif, comporte depuis trois saisons **une famille RSE comptant pour 10 % du total**. Cette décision forte a placé les enjeux sociétaux et environnementaux au même rang d'importance que les autres grandes thématiques : « Valorisation du produit », « Expérience spectateurs », et « Clubs ». En outre, d'autres critères RSE sont incorporés dans d'autres familles, ce qui permet d'une part la généralisation de ces sujets, et d'autre part l'augmentation du nombre de points qui y sont attribués.

TAUX D'OBTENTION MOYEN DES CRITÈRES RSE



64 %

(- 1pt vs saison 24-25)



62 %

(+7 pts vs saison 24-25)

ACCOMPAGNER

Au-delà d'inciter les clubs à agir, la LFP œuvre à les **soutenir dans le déploiement de leur stratégie RSE** via l'animation du réseau de référents RSE, leur formation pour les faire monter en compétences sur des sujets techniques, la mise à disposition d'outils ajustés à leur activité, la mise en relation avec des associations expertes ou des prestataires identifiés comme pertinents, etc.

ANIMATION DE RÉSEAU

- **Séminaires RSE :** depuis 8 ans, la LFP convie deux fois par saison les référents RSE pour faire le bilan sur les projets passés, présenter les actions et enjeux à venir mais surtout créer un moment important d'échange et de partage de bonnes pratiques entre les clubs. En janvier 2026, nous avons eu le plaisir d'accueillir **l'UEFA et l'EFC afin d'échanger sur la structuration des stratégies RSE des clubs**.
- **Rencontres 1TEAM :** depuis la saison 23-24, la LFP et les clubs se retrouvent une fois par mois à l'occasion de rencontres en ligne adressant des thématiques spécifiques dans le champ de la RSE.
- **Sessions d'intégration :** depuis la saison 24-25, chaque nouveau référent RSE d'un club est convié à un échange d'une heure afin que lui soient présentées toutes les ressources à sa disposition pour l'accompagner mais également les rendez-vous clés de la saison et les principales attentes.

MISE À DISPOSITION DE RESSOURCES

Une **boîte à outils partagée** en ligne met à disposition des clubs :

- Des guides
- Des répertoires de prestataires
- Des supports de formation
- De la veille sectorielle et réglementaire

17 **séminaires depuis 8 ans**

12 **clubs impliqués dans un groupe de travail ou un atelier**

UN FONCTIONNEMENT EN GROUPES DE TRAVAIL

Les groupes de travail mis en place par la Ligue de Football Professionnel réunissent des clubs en nombre restreint avec l'objectif de **traiter de manière spécifique un sujet avant généralisation auprès de tous les clubs**. Leur composition est toujours réfléchie sur la base d'un **équilibre entre les niveaux de maturité des clubs représentés et le volontariat**. En 2025-2026, un groupe de travail a été piloté par la LFP sur la thématique de l'accessibilité pour les personnes en situation de handicap et un atelier a été mené sur la feuille de route décarbonation.

POUR UN FOOTBALL INCLUSIF

1TEAM

LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS

La Ligue de Football Professionnel poursuit son engagement contre toute forme de discrimination mené depuis 2019. Pour cela, elle collabore avec des associations expertes qui l'accompagnent dans la mise en œuvre de sa stratégie (Foot ensemble, la Fondation pour le Sport Inclusif, la Ligue Internationale contre le Racisme et l'Antisémitisme). Nos actions s'articulent autour de trois piliers :

SENSIBILISER L'ÉCOSYSTÈME DU FOOTBALL PROFESSIONNEL

Dans la continuité des travaux réalisés depuis 2021, la Ligue de Football professionnel poursuit son travail de prévention et de sensibilisation de l'écosystème à la lutte contre toute forme de discrimination au sein du football professionnel. La régularité et la constance sont clés dans la stratégie de sensibilisation de la Ligue de Football Professionnel. De ce fait, les modules de sensibilisation utilisés sont constamment mis à jour afin de conserver l'intérêt et l'utilité pour les participants. Ces mises à jour permettent également d'intégrer des cas pratiques d'actualité et de sensibiliser sur les bonnes pratiques à mettre en place lorsque ce type de fait survient.

Au cours de la saison 2025-2026, 29 ateliers de sensibilisation ont été réalisés au sein de 11 clubs de Ligue 1 et de Ligue 2 BKT en partenariat avec la Licra, Football Ensemble, la Fondation pour le Sport Inclusif et l'UNFP. Lors de ces journées d'intervention, les associations interviennent auprès des joueurs professionnels, du top management des clubs, ainsi que des supporters, sous la forme de cas pratiques et de débats ouverts sur les discriminations dans le cadre du football professionnel. Elles visent aussi bien à accompagner victimes ou témoins qu'à prévenir les potentiels auteurs de discriminations.

COMMUNIQUER AUPRÈS DU GRAND PUBLIC

« 34 prénoms, 34 histoires, une même réalité »

Dans la continuité de son engagement contre toutes les formes de discrimination, la Ligue de Football Professionnel a déployé la campagne **« 34 prénoms, 34 histoires, une même réalité »**, destinée à sensibiliser le grand public en mettant en lumière, à travers des histoires individuelles vécues, la réalité des discriminations et la nécessité de les combattre collectivement. À cette occasion, l'ensemble des joueurs de Ligue 1 McDonald's et de Ligue 2 BKT ont porté à la place de leur nom, des prénoms de supporters de football victimes de discriminations.

En donnant une dimension concrète et humaine à ces situations, cette campagne entend interpeller l'ensemble de l'écosystème du football professionnel et rappeler que derrière chaque fait discriminatoire se trouve une personne directement concernée. Elle vient compléter le travail de prévention réalisé tout au long de la saison auprès des joueurs professionnels, dirigeants et supporters, dans le cadre de la stratégie de lutte contre les discriminations portée par la LFP.

IDENTIFIER ET SANCTIONNER LES COMPORTEMENTS DISCRIMINANTS

Afin de contribuer à l'identification des comportements discriminatoires, la LFP a mis en place depuis plusieurs saisons un dispositif de signalement permettant de signaler les incidents ayant lieu au stade (www.licra.org/lfp). Il permet à toute personne au stade, témoin ou victime, de signaler un incident à caractère discriminatoire (raciste, antisémite, homophobe, sexiste, ou autre). Sur le plan judiciaire, depuis 2020, la LFP a inscrit la lutte contre les discriminations dans ses statuts, ce qui lui donne une meilleure assise pour se constituer partie civile devant les tribunaux.

La commission de discipline, en adéquation avec les statuts de la LFP et les règlements des compétitions, sanctionne quant à elle les incidents à caractère discriminatoire se produisant dans les stades (amende, fermeture de tribune, match à huis clos, retrait de point au classement...). Lors de la saison 2025-2026, elle a prononcé 101 amendes pour un montant total de 212 500 euros et dix fermetures de tribunes liées aux discriminations (6 matchs fermes, 4 avec sursis).

FOCUS SUR LA SAISON 2025-2026



29

ateliers de sensibilisation

249

dossiers traités par la commission de discipline liés aux discriminations

POUR UN FOOTBALL INCLUSIF

LUTTER CONTRE LES VIOLENCES SEXISTES ET SEXUELLES

En collaboration avec les parties prenantes de son écosystème, la LFP poursuit son travail en faveur de l'éradication des violences sexistes et sexuelles au sein du football professionnel. Pour réaliser cela, la Ligue de Football Professionnel met en œuvre un plan d'action structuré en quatre piliers.

LA SENSIBILISATION DE L'ÉCOSYSTÈME

- Joueurs professionnels
- Salariés administratifs
- Personnel de stade
- Supporters

SÉCURITÉ AU STADE

- Dispositif de signalement
- Procédure de prise en charge
- Suivi post-incident
- Confort au stade

POLITIQUE INTERNE

À l'image des travaux réalisés au sein des compétitions qu'elle organise, la LFP a l'ambition de fournir un lieu de travail sûr et inclusif à ses salariés. De ce fait sont mis en place en interne des référents, un dispositif de signalement, des activités de sensibilisation ou ateliers de formation réalisés en collaboration avec l'association partenaire Colosse aux pieds d'Argile.





FOCUS SUR LA SAISON 2025-2026

GÉNÉRALISATION DES BONNES PRATIQUES ET RECOMMANDATIONS

À l'issue des travaux menés au cours de la saison 2024-2025 par le groupe de travail piloté par la Ligue de Football Professionnel, plusieurs outils opérationnels ont été élaborés avec les clubs et associations expertes. Pensés pour accompagner les clubs dans la prévention des violences sexistes et sexuelles et la prise en charge des situations susceptibles de survenir au stade, ces outils ont été diffusé pour généralisation à l'ensemble des clubs lors de la saison 2025-2026.

La Ligue de Football Professionnel a ainsi mis à disposition des clubs un guide de bonnes pratiques contre les VSS au stade, ainsi que différents supports opérationnels, (fiche d'accueil des signalements, procédures de prise en charge...). Des ateliers de sensibilisation à destination des différents publics de l'écosystème complètent ce dispositif. La diffusion de ces ressources a notamment été accompagnée par l'organisation d'un webinaire à destination des clubs.

En complément de la mise à disposition de ces outils, la Ligue de Football Professionnel a intégré de premiers critères liés à la lutte contre les violences sexistes et sexuelles au sein de la Licence Club. Cette évolution s'inscrit dans la logique déjà engagée par la LFP, qui utilise la Licence Club comme un levier pour structurer progressivement la prise en compte des enjeux RSE par les clubs. Ces critères ont vocation à devenir progressivement plus exigeants à compter de la saison 2026-2027

Enfin, ce travail de prévention s'est également poursuivi en interne auprès des acteurs opérationnels des rencontres. L'ensemble des délégués de match a suivi une journée de formation obligatoire dispensée par Colosse aux pieds d'argile, visant à renforcer leur capacité à identifier et prévenir les comportements à caractère sexiste ou sexuel, mais également à adopter les bons réflexes lorsqu'une situation survient.





POUR UN FOOTBALL INCLUSIF

DÉVELOPPER L'ACCESSIBILITÉ DES COMPÉTITIONS

L'amélioration de l'accessibilité des compétitions pour les personnes en situation de handicap est l'une des priorités de la stratégie RSE de la LFP depuis plusieurs saisons. À ce titre, la LFP impulse la dynamique en collaboration avec différents acteurs de son écosystème.

ACCOMPAGNER

Tout au long de la saison, la LFP collabore avec les clubs afin de leur fournir des recommandations adaptées et concrètes. La Ligue de Football Professionnel délivre ainsi des documents opérationnels (Guide de l'accueil des spectateurs en situation de handicap, fiche de poste pour agent d'accueil…), organise des webinaires à destination des référents handicap, effectue la mise en relation entre des prestataires et les clubs, organise des webinaires thématiques et facilite le dialogue avec l'écosystème.

INCITER

En 2024-2025, la LFP a intégré à la Licence Club un critère sur la présence d'un référent handicap au sein des clubs, marquant ainsi une étape importante dans les travaux pour l'accessibilité. En outre, l'accessibilité de la billetterie en ligne et la présence des informations d'accessibilité y sont évaluées. Le label accueil contient lui aussi des critères en faveur de l'accessibilité : politique d'accueil dédiées aux SSH, accessibilité des infrastructures, mise à disposition de services d'accessibilité.

MESURER

La Ligue de Football Professionnel collecte régulièrement des données opérationnelles qui lui permettent une analyse objective des bonnes pratiques et l'identification d'axes d'amélioration. Trois types d'études sont menées : un état des lieux auprès des clubs pour analyser tous les ans le niveau d'accessibilité des compétitions, une enquête auprès des ligues européennes pour étudier tous les deux ans notre positionnement vis-à-vis des championnats européens et une enquête auprès des spectateurs en situation de handicap (SSH) servant à mesurer la satisfaction des spectateurs tous les deux ans.

HANDICAPZÉRO

Fort de son partenariat avec HandiCapZéro, la LFP a publié pour la 13ème année consécutive une version adaptée des guides des compétitions pour les supporters déficients visuels. Accessibles à tous les supporters aveugles ou malvoyants, ils sont disponibles en quatre versions : un format en braille, une version en caractères agrandis, un format audio et une version web. Ces guides regroupent l'ensemble des informations nécessaires pour se plonger pleinement au cœur du jeu : présentation de la saison et mode d'emploi, calendriers, historiques, statistiques, introduction des 36 équipes et des effectifs.

FOCUS SUR LA SAISON 2025-2026

LE MATCH LE PLUS INCLUSIF

À l'occasion de la **27e journée de Ligue 1 McDonald's**, la LFP et le Toulouse FC, en association avec World Football Summit et Integrated Dreams, ont coorganisé le « **Match le plus inclusif** », qui vise à mettre en lumière et à développer les dispositifs d'accueil au stade à destination des personnes en situation de handicap.

Après trois éditions organisées en Espagne le Toulouse FC fut le premier club français à accueillir cet événement. Son organisation a permis à la LFP de répondre à plusieurs objectifs, notamment de laisser un héritage opérationnel au club hôte et de valoriser les actions mises en place en Ligue 1 McDonald's en faveur de l'inclusion des personnes en situation de handicap.

En amont de la rencontre, le club a mobilisé son écosystème local à travers différentes actions. **Ont notamment été organisés** : une session de sensibilisation au handicap à destination des joueurs professionnels, un dispositif de job dating en collaboration avec France Travail, une conférence de presse d'avant-match traduite en langue des signes, des tables rondes à destination des partenaires locaux et des étudiants, ainsi qu'une visite des dispositifs d'accessibilité du stade à destination des associations locales.

Le jour du match, le club a déployé **un dispositif d'accueil adapté aux personnes en situation de handicap** : service de navette accessible, service d'audiodescription, dispositif d'aide à la vue, espaces pensés pour les personnes atteintes de troubles sensoriels et autistiques, équipe dédiée et actions de sensibilisation auprès du grand public sur le parvis.

À l'occasion de ce match particulier, les joueurs du Toulouse FC et du FC Lorient ont porté un maillot au flocage inédit : leurs noms ont été retirés pour laisser place à sept pictogrammes représentant les différentes familles de handicap : visuel, cognitif, auditif, mental, maladies invalidantes, moteur et psychique.

L'organisation de cet événement s'inscrit dans la volonté de la LFP de rendre les compétitions de Ligue 1 McDonald's et de Ligue 2 BKT toujours plus inclusives.

PROJET ERASMUS + ELEVATE SS : FORMER LES PERSONNELS DE STADE POUR RENFORCER L'ACCESSIBILITÉ

Dans la continuité de ses travaux visant à rendre les compétitions plus accessibles aux personnes en situation de handicap, la Ligue de Football Professionnel s'engage dans le projet européen **ELEVATE-SS** (« Experiential Learning for Enhanced Venue Accessibility via AI-Empowered Training for Stadium Staff »). Soutenu dans le cadre du programme **Erasmus+ Sport**, ce projet d'une durée de 24 mois réunit sept organisations européennes, sous la coordination de la Fédération Roumaine de Football. La LFP y participe aux côtés notamment d'Integrated Dreams, LTT Sports, CampusAI, Stichting AccessibAll et du ministère des Sports de Macédoine du Nord.

L'objectif du projet est de **développer un programme de formation numérique et interactif consacré à l'accueil et à l'accessibilité des personnes en situation de handicap dans les stades**. Quatre parcours seront spécifiquement développés pour les métiers directement mobilisés dans l'expérience spectateur : **agents d'accueil, personnels de sécurité, personnels de billetterie et personnes en charge de l'expérience spectateur**. À partir d'une analyse des besoins, les partenaires construiront des contenus communs avant de les décliner sous la forme d'une expérience de formation immersive intégrant notamment un environnement de stade en 3D, des séries vidéo et des avatars numériques.

La participation de la Ligue de Football Professionnel s'inscrit ainsi dans la continuité de sa stratégie en matière d'accessibilité des compétitions, qui repose notamment sur l'accompagnement des clubs, la professionnalisation de l'accueil et le développement de services adaptés aux spectateurs en situation de handicap.

POUR UN FOOTBALL SOLIDAIRE

1TEAM

PROTECTION DE L'ENFANCE

Depuis 5 saisons, l'écosystème du football professionnel français se mobilise auprès du collectif des Défenseurs de l'Enfance qui rassemble la CNAPE (Convention Nationale des Associations de Protection de l'Enfant), le Secrétariat d'Etat à l'enfance, Decathlon, ainsi que l'ambassadeur Mohamed Bouhafsi.

Pour cette nouvelle édition, **les enfants ont vécu l'habituel 'Train Like a Pro'** dans les clubs de Ligue 1 McDonald's, l'occasion de découvrir le centre d'entraînement, de rencontrer les joueurs et de récupérer les tenues des clubs représentés avant de prendre la route de la Decathlon Arena, à Lille afin de participer au Tournoi des Défenseurs de l'Enfance. Pendant ce tournoi remporté par le Racing Club Strasbourg Alsace, les enfants ont également eu l'occasion de participer à de nombreuses animations mises en place par les organisateurs et partenaires de la LFP (Decathlon). La journée a enfin été marquée par la présence de joueurs du LOSC Ethan Mbappé et Alexsandro et du parrain de cette édition : Michou.

À la suite du Tournoi, la LFP a poursuivi son engagement et a dédié la 16ème journée de Ligue 1 McDonald's et la 17ème journée de Ligue 2 BKT à la protection de l'enfance. Pour faire de cet événement une fête, la LFP a baptisé la campagne « **Les Défenseurs illuminent les fêtes** ». Dans chaque stade de Ligue 1 McDonald's, huit enfants accompagnés par la CNAPE ont été invités à vivre **une expérience privilégiée au bord du terrain**. Accueillis autour d'un sapin aux couleurs du club, chaque enfant a reçu un maillot du club, une gourde, un ballon offert par Decathlon, un album Panini ainsi qu'un cadeau complémentaire du club remis par des joueurs ou des personnalités des clubs, faisant de cette opération un temps fort de solidarité et de magie à l'approche des fêtes. En fin de rencontre, un enfant par stade a été invité à remettre le Trophée d'Homme du Match.



216
enfants au Tournoi de l'Enfance

500
enfants invités aux matchs par BKT

900
ballons collectors redistribués

120 M
d'impressions sur les réseaux sociaux

SOUTIEN AUX ÉTUDIANTS EN SITUATION DE PRÉCARITÉ



En 2025, la LFP s'est associée à **Équipage Solidaire et son initiative Delivraide** à l'occasion de la 8ème journée de Ligue 1 McDonald's et de la 10ème journée de Ligue 2 BKT afin de lutter contre la précarité étudiante. **Face à une situation préoccupante, clubs, supporters et collaborateurs se sont mobilisés autour de collectes de denrées alimentaires, d'actions de sensibilisation et d'appels aux dons**. Plusieurs clubs, dont le Toulouse FC, le Paris FC, l'AS Saint-Étienne et le FC Nantes, ont déployé des dispositifs spécifiques associant bénévoles, étudiants et supporters. Des places de matchs ont également été offertes à des étudiants bénéficiaires dans plusieurs villes. Cette mobilisation nationale illustre la capacité du football professionnel à mettre sa notoriété, ses infrastructures et sa communauté au service de la solidarité et du lien social, en soutien aux jeunes en situation de précarité. Le partenariat avec Delivraide, présent dans plus de 13 villes françaises grâce à l'engagement de plus de 2 300 bénévoles, a permis de renforcer l'impact de cette opération solidaire portée par l'ensemble de l'écosystème du football professionnel.

+2
tonnes de denrées collectées



SENSIBILISATION À LA SANTÉ VISUELLE

À l'occasion de la Journée mondiale de la vue, la LFP s'est associée à Essilor et à l'AJ Auxerre pour sensibiliser le grand public à l'importance d'un contrôle régulier de la vue. L'opération véhicule un message de prévention simple : prendre le temps de faire tester sa vue auprès d'un professionnel de santé.

Cette campagne répond à un enjeu de santé publique souvent sous-estimé. Selon l'Organisation mondiale de la Santé, près d'un jeune sur trois pourrait souffrir de myopie d'ici 2050. La santé visuelle influence directement la qualité de vie, le bien-être et la performance sportive.

À l'occasion de la 7ème journée de Ligue 1 McDonald's, l'AJ Auxerre, aux côtés de la LFP et d'Essilor a organisé une opération en prenant les codes de la célèbre échelle de Monoyer. Celle-ci est utilisée pour mesurer l'acuité visuelle et a été détournée pour devenir un élément central du match : les lettres du flocage des maillots apparaissaient en tailles décroissantes. Des messages de sensibilisation ont également été diffusés dans le stade, sur les plateformes digitales et via des influenceurs.

Les maillots portés par les joueurs ont ensuite été mis aux enchères, au profit de la fondation Horizon AJA. Cette initiative illustre la capacité du football à transformer un enjeu médical en expérience collective, accessible et mobilisatrice, tout en soutenant une cause d'intérêt général.

60
flocages maillots avec l'échelle de Monoyer



ACCOMPAGNEMENT DES SUPPORTERS ATTEINTS DE CANCER



À l'occasion de la **Journée mondiale contre le cancer, la LFP et les clubs, aux côtés de l'Institut Rafaël, ont lancé une initiative solidaire pour offrir aux supporters atteints de cancer des bonnets oncologiques aux couleurs de leur club**.

Spécialement conçus pour les patients en cours de traitement, ces bonnets répondent à une réalité souvent invisible : quand un supporter est touché par le cancer, le traitement ne provoque pas seulement la perte des cheveux, il peut mettre à distance ce qui faisait partie du quotidien, y compris le sentiment d'appartenir à un collectif. C'est un produit unique, pensé comme un objet de soutien plutôt que de vente, le premier article de merchandising entièrement offert par la Ligue et les clubs qui sera ensuite remis en main propre aux supporters tout au long de la saison.

Au-delà de l'accompagnement matériel, la campagne vise à **lutter contre l'isolement, la stigmatisation liée à la perte de cheveux et la perte d'estime de soi**. Elle illustre le rôle du football comme vecteur de lien social et de solidarité, en plaçant le bien-être global des personnes au cœur de la démarche.

Cette action s'inscrit dans un engagement plus large et durable des clubs professionnels en faveur de la prévention et de l'accompagnement des personnes touchées par le cancer. Des distributions sont notamment prévues dans les hôpitaux et établissements de santé des territoires tout au long de la saison.

+ 3 000
bonnets oncologiques distribués





POUR UN FOOTBALL DURABLE

Conscients d'une part de l'empreinte environnementale de nos activités, et d'autre part des pressions liées aux enjeux climatiques et de ressources qui s'exercent sur notre écosystème, la LFP et les clubs professionnels se mobilisent pour réduire leur impact mais également pour adapter au mieux leur industrie.

ATTÉNUER NOTRE IMPACT

1 - RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE CARBONE

MESURER

Pour harmoniser la mesure de l'empreinte carbone dans le football professionnel, la LFP a développé un **protocole méthodologique commun** pendant la saison 24-25 avec un groupe de travail de 7 clubs, basé sur le GHG Protocol et aligné avec l'UEFA. Ce référentiel fournit un cadre partagé pour la collecte des données et le calcul des émissions, garantissant des **résultats fiables et exploitables pour définir des trajectoires de réduction**.

INCITER LES CLUBS

Depuis 2022, la Licence Club intègre un critère relatif à la réalisation d'un Bilan Carbone et à la mise en œuvre d'une stratégie bas carbone. Valorisé à 100 points depuis 2023, ce critère a fait l'objet d'une évolution pour la campagne 25-26, prévoyant désormais une **mesure annuelle de l'empreinte carbone des clubs selon la méthodologie commune**.

Mesure et réduction de l'empreinte carbone

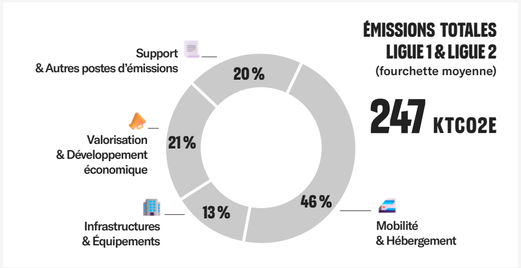
14

clubs ont mesuré leur empreinte carbone sur la saison 25-26 selon la méthodologie commune

ACCOMPAGNER LES CLUBS

Depuis cette saison, la LFP met à disposition une **solution gratuite de calcul intégrée à sa plateforme de reporting extra-financier**. Les clubs ont également la possibilité de faire appel à l'un des **deux prestataires référencés par la LFP à des conditions tarifaires négociées**.

FOCUS SUR LA SAISON 2025-2026

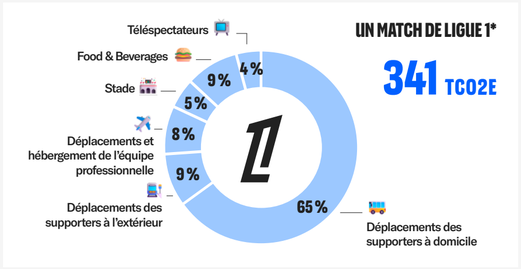


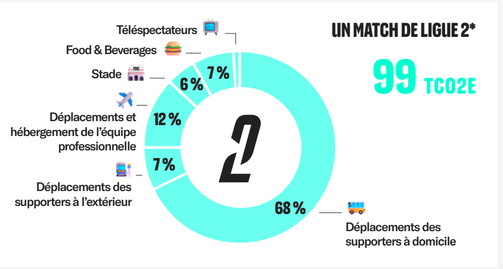
400 TCO2E

intensité carbone par rencontre

22 KGCO2E

intensité carbone par spectateur





Données issues des mesures d'empreinte carbone de 14 clubs sur la saison 25-26 complétées par une extrapolation pour les autres clubs

* Périmètre match = ensemble des postes mentionnés ci-dessus / nombre de rencontres

POUR UN FOOTBALL DURABLE

1TEAM

LA STRUCTURATION DE NOTRE STRATÉGIE CARBONE

DÉFINITION DES OBJECTIFS

Sur la base des résultats obtenus et l'initiative Science Based Target, des objectifs de réduction à court et moyen-terme ont été fixés en absolu et en intensité.

- 42 %
d'ici 2035

40 actions cocréées

CO-CONSTRUCTION D'UNE FEUILLE DE ROUTE 2030

Afin de définir les actions de décarbonation à mener sur les 5 saisons à venir, **10 clubs de Ligue 1 et Ligue 2 ont été réunis lors d'un atelier de travail**. Plusieurs scénarios de décarbonation ont été modélisés afin d'évaluer la contribution de ces actions à nos objectifs de réduction. Ces derniers seront **atteints pour 2030** si nous parvenons à couvrir 95 % des émissions de la Ligue 1 et 93 % de celles de la Ligue 2.

MISE EN ŒUVRE DE LA FEUILLE DE ROUTE

Chaque action est testée lors d'une phase pilote avec un groupe restreint de clubs volontaires, qui bénéficient d'un accompagnement renforcé de la LFP et contribuent à la création d'outils et de bonnes pratiques destinés à faciliter son déploiement pour l'ensemble des clubs cibles. Les rôles de chacun ont été identifiés à la suite d'un **questionnaire adressé aux 36 clubs de Ligue 1 et Ligue 2**. Un **plan d'action commun** a été établi sur la base de leurs réponses et **décliné pour chacun d'entre eux**.

31
clubs ont complété le questionnaire

30
clubs se sont positionnés comme cibles sur au moins une action

24
clubs se sont proposés comme pilotes sur au moins une action

MOBILITÉ & HÉBERGEMENT

INCITER VIA LA LICENCE CLUB

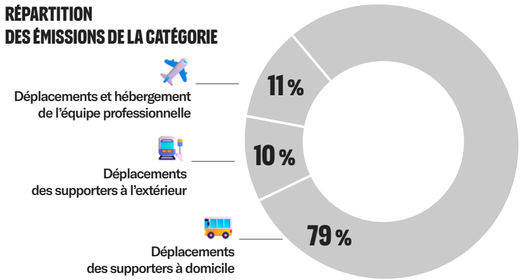
Depuis 2016, la LFP encourage l'action des clubs en faveur de la mobilité durable de leurs spectateurs via des **critères dédiés** dans la Licence Club. Ces derniers ont été complété au fur et à mesure, notamment en ce qui concerne les équipes sportives : en 2023, un critère exigeant que les déplacements répondant à certaines conditions de faisabilité (durée inférieure à 5 heures, pas de correspondance pour le train, retour avant 2 heure du matin au centre d'entrainement, contexte sécuritaire favorable) soient réalisés en bus ou en train a été intégré.

Transport des joueurs professionnels
Mise en place d'un système de covoiturage avec incitation
Présence de transports en commun avec incitation
Présence d'un parking vélo ou mobilité douce
Offre de transports en commun adaptée

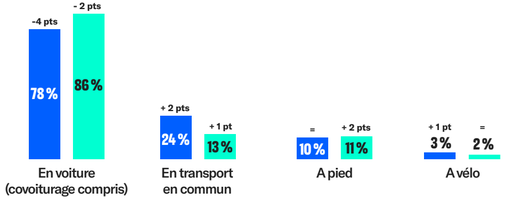
ACCOMPAGNER LES CLUBS

En chaque début de saison depuis 2023, la LFP transmet à l'ensemble des clubs une **liste de trajets réalisables en bus ou en train par les équipes sportives**. Celle-ci est réalisée depuis 2025 avec l'aide de la SNCF.

RÉPARTITION DES ÉMISSIONS DE LA CATÉGORIE



MOBILITÉS DES SPECTATEURS À DOMICILE* (2025)



* Enquête spectateurs 2025, comparaison avec les données de 2022

FOCUS SUR LA SAISON 2025-2026

34 clubs ont un **parking vélo/mobilité douce** (+ 4 vs saison 24-25)

22 clubs ont mis en place une **offre couplée billets de stade/transports en commun/mobilités douces** (+ 5 vs saison 24-25), dont 63 % avec une gratuité du titre de transport

25 clubs ont mis en place un **système de covoiturage** (-2 vs saison 24-25), dont 60 % avec un système incitatif (place de parking offerte par exemple)

28 clubs ont mis en place une **offre de transport en commun adaptée en fonction de l'heure de la fin de rencontre** (+ 7 vs saison 24-25)

30 % des **trajets des équipes professionnelles ont été réalisés en bus ou en train** (+ 5 points vs saison 24-25), représentant 20 % de la distance parcourue

LA SUITE DU PROGRAMME MOB'SPORT

Cette saison, les huit clubs sélectionnés par Mob'Sport ont bénéficié de diagnostics établis selon une méthode en six étapes combinant analyse territoriale, collecte de données, enquêtes spectateurs et concertation locale afin d'identifier des leviers concrets, prioriser les actions et construire un plan de mobilité durable partagé.

Dans le cadre du programme, des actions concrètes ont déjà été menées :

- Par l'AS Saint-Étienne qui teste un parking vélo gratuit et sécurisé à Geoffroy-Guichard, avec diagnostic mécanique offert aux 50 premiers supporters cyclistes ;
- Par l'AJ Auxerre qui a dédié son Fiest'AJA aux mobilités douces, proposant animations ludiques, sensibilisation et parking vélo gratuit sécurisé pour encourager les mobilités durables.

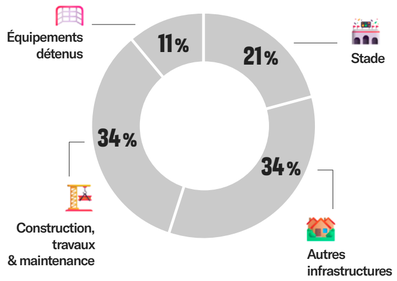


POUR UN FOOTBALL DURABLE

1TEAM

INFRASTRUCTURES & ÉQUIPEMENTS

RÉPARTITION DES ÉMISSIONS DE LA CATÉGORIE

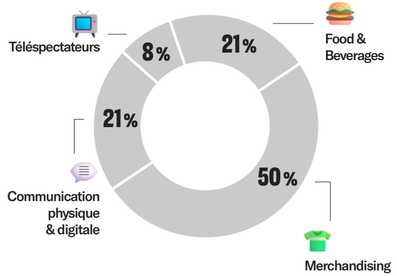


ACCOMPAGNER LES CLUBS

En complément des travaux menés sur l'axe « Consommation des ressources », qui contribuent également à la réduction de ces émissions, **sept actions de la feuille de route 2030 ciblent ces différents postes**. Parmi elles, cinq seront expérimentées dès la saison 2026-2027, notamment l'électrification des bâtiments, le déploiement de solutions de domotique et la mise en place d'une charte interne des écogestes.

VALORISATION & DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

RÉPARTITION DES ÉMISSIONS DE LA CATÉGORIE



18

clubs proposent des produits locaux et/ou artisanaux (-1 vs saison 24-25)

INCITER VIA LA LICENCE CLUB

Seuls les enjeux environnementaux liés au Food & Beverages sont actuellement traités dans la Licence Club.

Viandes d'origine française
Produits locaux et artisanaux
Produits labellisés et/ou bio
Existence d'au moins un sandwich végétarien
Lutte contre le gaspillage alimentaire
Suppression des emballages et contenants en plastique à usage unique
Produits de nettoyage naturel disposant d'un écolabel

24

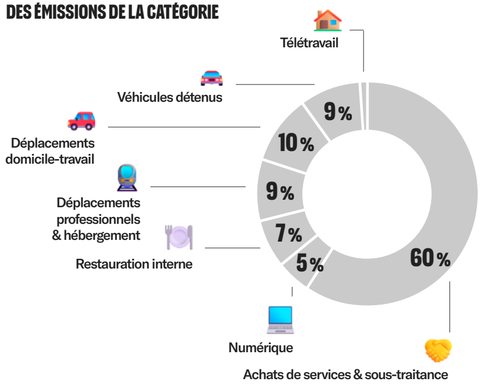
clubs proposent au moins une option végétarienne (-1 vs saison 24-25)

22

clubs ont mis en place des systèmes de lutte contre le gaspillage alimentaire (+3 vs saison 24-25)

SUPPORT & AUTRES POSTES D'ÉMISSIONS

RÉPARTITION DES ÉMISSIONS DE LA CATÉGORIE



ACCOMPAGNER LES CLUBS

Neuf actions de la feuille de route 2030 couvrent ces différents postes d'émissions. Parmi elles, cinq entreront en phase pilote dès la saison 2026-2027, notamment les achats responsables, le forfait mobilités durables et la végétalisation des repas internes.

POUR UN FOOTBALL DURABLE

2 - AMÉLIORER LA GESTION DE LA CONSOMMATION DE NOS RESSOURCES

MESURER & INCITER VIA LA LICENCE CLUB

Lors de la saison 24-25, la LFP a mis en place un **guide de mesure afin de fiabiliser et centraliser les données de consommation des clubs**, tout en tenant compte de leurs différents niveaux d'accès à l'information. Ce reporting est annuellement réalisé via la plateforme Zei.

Reporting des consommations d'énergie, d'eau, de production de déchets et des taux de recyclage de l'ensemble des infrastructures utilisées par le club

ÉNERGIE

INCITER VIA LA LICENCE CLUB

Système de régulation thermique comprenant une gestion raisonnée
Dispositif de luminothérapie comprenant une gestion raisonnée
Audit énergétique sur l'ensemble des infrastructures utilisées par les clubs
Éclairage LED

ACCOMPAGNER LES CLUBS

Afin d'aider les clubs dans leurs audits énergétiques, la LFP leur met **à disposition répertoire de prestataires référencés à tarifs négociés** et un **cadre méthodologique commun**. Un référentiel détaille également l'ensemble des données à collecter pour réaliser un diagnostic énergétique complet des infrastructures.

EAU

INCITER VIA LA LICENCE CLUB

Récupération des eaux de pluie pour une utilisation raisonnée
Dispositif d'économie d'eau au stade (bonus pour l'utilisation d'eaux alternatives)
Dispositif d'économie d'eau au centre d'entraînement (bonus pour l'utilisation d'eaux alternatives)

ACCOMPAGNER LES CLUBS

En 2023, la LFP a créé avec les clubs un **guide de gestion raisonnée des pelouses sportives** fondé sur les bilans hydriques, la récupération des eaux de pluie, le suivi météorologique, l'automatisation de l'irrigation et le recours aux eaux alternatives. Plusieurs clubs déploient également des technologies innovantes comme AquaFlow et Aqua4D, tandis que d'autres expérimentent des variétés de gazon plus résistantes et moins consommatrices en eau. Les retours d'expérience sont régulièrement partagés lors des séminaires techniques de la LFP afin d'accompagner l'amélioration continue des pratiques.

BIODIVERSITÉ

INCITER VIA LA LICENCE CLUB

Programme de fertilisation annuel raisonné
Traçabilité des intrants et solutions alternatives aux produits phytosanitaires
Dispositif d'atténuation du transfert d'effluents vers le milieu naturel

ACCOMPAGNER LES CLUBS

La LFP a continué cette année à participer très activement, impliquant experts et référents pelouse, aux **avancées du consortium Spor&D** (Sol Pelouse Organisme de Recherche & Développement) créé en 2023. Par ailleurs, l'**expérimentation zéro phyto** lancée avec cinq clubs est toujours en cours : chacun d'entre eux met à disposition un terrain d'entrainement sur lequel aucun produit phyto-sanitaire n'est appliqué, même en cas de maladie. La LFP s'est également associée au laboratoire IAGE pour **déployer un programme de diagnostic biologique** des pelouses. Des analyses microbiologiques sont réalisées dans les stades et centres d'entraînement pilotes, accompagnées d'un suivi personnalisé. Grâce à des outils de biologie moléculaire, les clubs peuvent ainsi détecter précocement les pathogènes, évaluer les risques et mettre en place des stratégies préventives adaptées, afin **d'accompagner la transition vers des pelouses sans produits phytosanitaires de synthèse**.

ÉCONOMIE CIRCULAIRE

INCITER VIA LA LICENCE CLUB

Seul le sujet de la suppression des emballages plastiques à usage unique est actuellement traité dans la Licence Club.

Zéro gobelet plastique à usage unique
Zéro bouteille plastique (espaces réceptifs, buvettes, organisation, joueurs)

POUR UN FOOTBALL DURABLE

FOCUS SUR LA SAISON 2025-2026

LA CONSOMMATION DES RESSOURCES DU FOOTBALL PROFESSIONNEL FRANÇAIS*

3 188 MWH
CONSOMMATION MOYENNE D'ÉNERGIE PAR STADE EN L1

84 % de la consommation d'énergie totale est en électricité

1 349 MWH
CONSOMMATION MOYENNE D'ÉNERGIE PAR STADE EN L2

88 % de la consommation d'énergie totale est en électricité

13 543 M³
CONSOMMATION MOYENNE D'EAU PAR STADE EN L1

12 531 M³
CONSOMMATION MOYENNE D'EAU PAR STADE EN L2

* La méthode de comptabilisation ayant évolué en 25-26, la comparaison avec la saison précédente n'est pas possible.

195 T
PRODUCTION MOYENNE DE DÉCHETS PAR STADE EN L1

139 T
PRODUCTION MOYENNE DE DÉCHETS PAR STADE EN L2

42 %
TAUX DE RECYCLAGE MOYEN DES DÉCHETS PRODUITS PAR STADE EN L1

36 %
TAUX DE RECYCLAGE MOYEN DES DÉCHETS PRODUITS PAR STADE EN L2

18 clubs ont déjà mené des **audits énergétiques** sur leurs infrastructures (+6 vs saison 24-25)

30 clubs ont équipé le stade en **éclairage sportif de sources LED** (+6 vs saison 24-25)

20 clubs ont des dispositifs de **récupération des eaux de pluie** (= vs saison 24-25)

16 clubs ont un dispositif d'**économie d'eau pour l'arrosage de la pelouse du stade***

17 clubs font usage **d'eaux alternatives** ou d'agents mouillants pour la pelouse du stade*

27 clubs ont **supprimé toute bouteille plastique de leurs espaces de réceptifs** (+5 vs saison 24-25)

5 clubs ont **supprimé toute bouteille plastique de leurs buvettes** (= vs saison 24-25)

LFP LIGUE DE FOOTBALL PROFESSIONNEL

210 MWH
(- 20 % vs saison 24-25)

1 441 M³
(+ 25 % vs saison 24-25)

16 T
déchets
(- 20 % vs saison 24-25)

58 %
taux de recyclage
(+ 19 points vs saison 24-25)

* La méthode de comptabilisation ayant évolué en 25-26, la comparaison avec la saison précédente n'est pas possible.

ADAPTER NOS ACTIVITÉS

Le sujet de l'adaptation au changement climatique a été identifié comme critique au regard de nos activités via l'analyse de double-matérialité menée en 2025 (cf. p. 11) et rejoint les enjeux d'atténuation évoqués précédemment.

MESURER

La LFP a lancé cette saison, avec le cabinet UTOPIES, une **première analyse exhaustive des risques climatiques pesant sur ses activités**.

La première étape de cette étude a été de **mesurer l'exposition des infrastructures des 36 clubs de Ligue 1 et Ligue 2 aux aléas climatiques**. Elle couvre les stades, centres d'entraînement, centres de formation et bureaux administratifs, avec une analyse des phénomènes climatiques actuels et futurs jusqu'en 2050, voire 2100 selon les projections disponibles.

Le cadrage s'est appuyé sur des entretiens avec la LFP et des clubs, complétés par une analyse documentaire fondée sur des données climatiques reconnues. **Un groupe de travail de cinq clubs, sélectionnés selon leur profil d'exposition et leur volontariat**, approfondira l'analyse en début de saison 2026-2027 afin d'évaluer leur vulnérabilité réelle. Chaque club y sera représenté par des référents RSE, infrastructures et finance. L'étude sera complétée par une **estimation du coût de l'inaction**.

CLERMONT FOOT 63 · FC NANTES · OLYMPIQUE DE MARSEILLE · TOULOUSE FC · USL DUNKERQUE

LES ALÉAS ÉTUDIÉS

- CHALEUR
- SÉCHERESSE
- INCENDIES
- INONDATIONS & PLUIES INTENSES
- RETRAIT-GONFLEMENT DES ARGILES
- GEL

ACCOMPAGNER LES CLUBS

Au cours de la saison 2026-2027, les résultats de l'analyse d'exposition de l'ensemble des clubs seront mis à leur disposition via une plateforme de datavisualisation dédiée. Les clubs volontaires pourront également s'appuyer sur la méthodologie développée pour évaluer leur vulnérabilité face aux différents risques climatiques, identifier leurs risques résiduels et les hiérarchiser.

Enfin, une bibliothèque de mesures d'adaptation, coconstruite avec le groupe de travail, sera élaborée puis diffusée auprès de l'ensemble des clubs afin de les accompagner dans la mise en œuvre d'actions adaptées.

100 %

des infrastructures des clubs couvertes par la mesure d'exposition aux aléas



02

L'ENGAGEMENT DES CLUBS DE FOOTBALL PROFESSIONNEL

→ **Pour en savoir plus sur l'ensemble des actions RSE menées par les clubs tout au long de la saison, n'hésitez pas à scanner les QR codes présents sur leurs pages !**

LES CHIFFRES CLÉS

19
CLUBS ONT UNE STRUCTURE DÉDIÉE AUX PROJETS RSE

14
FONDS DE DOTATION

142 587 €
BUDGET MOYEN DE CES STRUCTURES

3
FONDATIONS

5
ASSOCIATIONS

LA RSE DANS LES CLUBS
LIGUE 1 MC DONALD'S



→ Articulée autour de trois piliers, la stratégie de durabilité de l'AJ Auxerre vise à renforcer son impact social et environnemental en s'appuyant sur les actions menées par le club et sa Fondation Horizon AJA.

ÉDUCATION & INSERTION

- L'AJ Auxerre s'attache à fédérer les acteurs du territoire autour de projets concrets et durables, créant des passerelles entre le monde du sport, de l'éducation et de l'emploi. Grâce à un accompagnement individualisé et à des partenariats qui ont du sens, nous offrons notamment à nos jeunes du centre de formation AJA Academia, un environnement propice à l'épanouissement personnel, scolaire et citoyen.

CITOYENNETÉ & SOLIDARITÉ

- Engagée au service de son territoire, l'AJA place l'humain et la solidarité au cœur de son action. Ce pilier incarne notre volonté de construire une société plus juste, inclusive et solidaire, en agissant auprès de tous les publics. Par des projets collectifs, nous sensibilisons aux grands enjeux citoyens et renforçons les liens entre les générations, les milieux sociaux et les cultures. Car le football est un moteur de cohésion et d'engagement.

JEUNESSE & SPORT

- Être moteur en accompagnant, développant et valorisant des actions et des projets innovants destinés aux générations futures. Éduquer par le sport et transmettre l'histoire et les valeurs de notre club.

50
places de parking à vélo ajoutées

1600
kits naissance distribués

+ 70 000 €
récoltés pour des projets solidaires

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

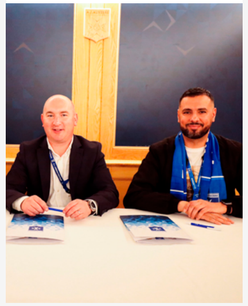
GÉNÉRATION AJA

L'AJ Auxerre et sa Fondation Horizon AJA, en partenariat avec le Département de l'Yonne, ont lancé l'opération « Génération AJA » afin de souhaiter la bienvenue aux nouveau-nés du Centre Hospitalier d'Auxerre. Chaque année, près de 1 600 bébés recevront un kit naissance composé d'un maillot et d'un short aux couleurs du club, accompagné de documents d'accueil du Département et d'un message personnalisé. Cette initiative vise à accompagner les familles dans ce moment important de leur vie tout en créant un premier lien entre les enfants, leur territoire et l'AJA. Le Département s'associe à cette démarche pour valoriser l'accueil des jeunes familles et renforcer l'attractivité de l'Yonne.



REDISTRIBUTION DES INVENDUS

L'AJ Auxerre, sa Fondation Horizon AJA, le prestataire Eat is Family et l'association Auxerrevice des démunis se mobilisent pour lutter contre le gaspillage alimentaire. Grâce à un partenariat dédié, les invendus des buvettes des soirs de match sont récupérés dans le respect des règles sanitaires puis redistribués lors de maraudes auprès des personnes en situation de précarité. Une initiative solidaire qui allie réduction des déchets et soutien aux plus démunis.



ENFILEZ VOTRE MAILLOT BLANC... POUR VENIR À L'ABBÉ-DESCHAMPS !

Afin de promouvoir les mobilités douces et de faciliter l'accès au stade, l'AJ Auxerre a mis en place, grâce au programme Mob'Sport, un parking à vélos éphémère et gratuit aux abords de l'Abbé-Deschamps. Ce dispositif offre une cinquantaine de places supplémentaires sécurisées et surveillées les jours de match, en complément des équipements déjà existants. Les supporters peuvent ainsi rejoindre le stade à vélo en toute sérénité, qu'ils utilisent leur propre bicyclette ou les vélos électriques AuxR_M Le Vélo. Une initiative concrète qui encourage des modes de déplacement plus durables tout en améliorant l'expérience des spectateurs.



PREMIÈRE ÉDITION « EMPLOI & SPORT »

L'AJ Auxerre et le Département de l'Yonne ont organisé la première édition de la journée « Emploi & Sport » au Stade Abbé-Deschamps, à destination d'une quarantaine de bénéficiaires du RSA. Cette initiative innovante visait à favoriser le retour à l'emploi grâce à une approche mêlant accompagnement professionnel, activités sportives et échanges avec des entreprises partenaires. Les participants ont bénéficié d'ateliers de coaching, de conseils en prise de parole et de temps d'échange avec les joueuses de l'AJA Féminines. La journée s'est poursuivie par des activités conviviales, avant de permettre à chacun de rencontrer des recruteurs et de valoriser son parcours lors de sessions de job dating.



ANGERS SCO

→ Angers SCO porte sa stratégie RSE à travers son fonds de dotation SCO Fonds De Dotation, créé en 2018 et son association loi 1901 reconnue d'intérêt général l'École Noir & Blanc. Cette stratégie s'inscrit dans une volonté forte d'engagement sur le territoire angevin, avec un accent mis sur l'humain, la solidarité et l'ouverture. Le programme s'articule autour de trois axes principaux :

SANTÉ & HANDICAP

- Apporter du réconfort aux enfants malades ou en situation de handicap.
- Soutenir les soignants.
- Développer le sport santé et l'accessibilité au football.

ÉDUCATION, INCLUSION & CITOYENNETÉ

- Favoriser l'égalité des chances.
- Renforcer le lien social et l'engagement des jeunes de quartiers.
- Inclure les publics fragilisés dans les projets du club.

ÉCOLOGIE

- Encourager les gestes éco-responsables.
- Favoriser la seconde vie des objets.
- Sensibiliser les publics à l'impact environnemental.

+100

enfants du quartier prioritaire de la Roseraie bénéficient chaque semaine d'activités ludiques, sportives et culturelles au sein de l'Ecole Noir&Blanc

600

enfants de 3 à 14 ans, dont 30 en situation de handicap au sein de l'académie de foot en salle

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

L'ÉCOLE NOIR&BLANC

Plus de 100 enfants scolarisés du CE1 au CM2 dans des écoles du quartier de La Roseraie sont accueillis chaque semaine au sein de l'Ecole Noir&Blanc à Salpinte. Chaque jour, des éducateurs vont chercher les enfants dans les écoles et les mènent au sein de l'École, tout en adoptant un geste citoyen. Par exemple, ils ramassent et trient les déchets sur le trajet. À leur arrivée, tous les enfants se rassemblent au vestiaire et, comme les pros, ils enfilent le maillot du club. Ensuite, nous leur offrons un goûter. Et c'est parti pour des activités artistiques, culturelles ou sportives. Nous avons passé un contrat de confiance avec chaque enfant et chaque parent via la signature d'une charte. Nous abordons différents thèmes à travers toutes les activités proposées : la relation avec l'adulte, le mieux-vivre ensemble, la citoyenneté...



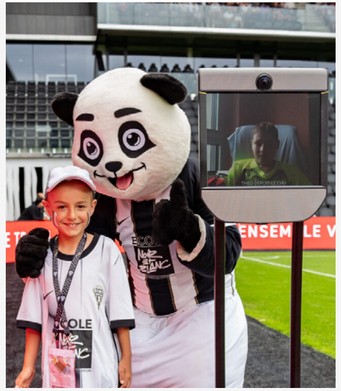
ENFANTS DE LA BALLE

Angers SCO a ouvert une académie de foot en salle en 2019 qui accueille aujourd'hui 600 enfants de 3 à 14 ans, dont 30 en situation de handicap. L'objectif, c'est de leur faire découvrir le foot en salle en inclusion avec des enfants "valides" et surtout pas de créer des séances spécifiques. Ils sont donc intégrés dans des groupes collectifs et avec l'aide d'un éducateur spécialisé, ils font parties intégrantes du collectif. L'inclusion apporte un combo gagnant pour tous les jeunes de l'académie. Les progrès des enfants en situation de handicap sont fantastiques, tant sur le plan moteur que relationnel. Ils sont totalement intégrés, comme n'importe quel enfant. Il n'y a aucune distinction dans l'approche éducative et sportive.



ROBOT CONNECTÉ

Ce programme permet à des enfants malades et isolés dans leur parcours de soins de vivre à distance le match, grâce à un robot connecté présent au stade qu'ils dirigent à distance. Ils peuvent ainsi échanger avec les joueurs en avant-match et discuter avec SCOTY en bord pelouse. C'est une parenthèse enchantée dans le quotidien des enfants malades et leurs familles !



AS MONACOEUR

AS MONACO

LIGUE 1 McDONALD'S

→ Créé en 2017, le programme ASMonacoeur œuvre pour la jeunesse du territoire azuréen à travers quatre piliers d'actions : la Proximité, l'Éducation, la Santé et l'Environnement.

PROXIMITÉ

- Alors que traditionnellement les rencontres avec le public se font au stade lors des matchs, l'AS Monaco souhaite, à travers ce pilier incarné par le Kids Tour, se rapprocher de la jeunesse du territoire, en recherchant la simplicité et la proximité, tout en consolidant son lien avec les communes et les clubs amateurs de la région.

ÉDUCATION

- Parce que la jeunesse représente l'avenir, l'AS Monaco cherche à transmettre aux nouvelles générations les valeurs telles que le dépassement de soi, la solidarité, le goût de l'effort, tout en promouvant la pratique d'une activité sportive, ce que le club fait chaque année à travers la Munegu Cup et l'ÜNSEME Cup.

SANTÉ

- L'AS Monaco œuvre auprès des institutions et des associations locales afin de les soutenir, à son niveau, dans leurs actions pour le réconfort des jeunes patients et de leurs familles (opérations My Wish, initiatives conjointes avec le Centre Hospitalier Princesse Grace de Monaco) et pour la recherche médicale (dons). Le club, à travers ses collaborateurs, participe également chaque année à des opérations de don du sang.

ENVIRONNEMENT

- L'AS Monaco ambitionne de sensibiliser ses supporters et ses joueurs aux grands enjeux environnements de demain, comme en témoigne le programme des Ruches Rouge & Blanches, à travers lequel le club agit, humblement mais concrètement, pour la biodiversité tout en sensibilisant les plus jeunes à cette cause.

24
étapes réalisées cette saison par l'AS Monaco Kids Tour, soit 108 depuis son lancement en 2022

+ 420
écoliers ont participé la 4ème édition de la Munegu Cup

+ 100
actions solidaires ou de proximité menées cette saison

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

3E ÉDITION DE LA ÜNSEME CUP

Créé à l'initiative du Président Dmitry Rybolovlev, cet événement, organisé le 20 avril et pour la troisième année consécutive, a permis à plus d'une centaine de jeunes âgés de 14 à 15 ans de défendre au cours d'un tournoi regroupant 8 équipes les couleurs de leur commune, française ou italienne, toutes membres du programme ÜNSEME - qui a pour objectif de renforcer le lien entre l'AS Monaco et ses communes & clubs partenaires -, sous les encouragement du speaker de l'AS Monaco et de Bouba, la mascotte du Club. Le président Dmitry Rybolovlev, le directeur général Thiago Scuro et le champion du monde 2018 Paul Pogba ont assisté à la finale puis procédé à la remise des prix.



AU TABLEAU !

Le 17 mars, en collaboration avec la Direction de l'Éducation Nationale, de la Jeunesse et des Sports (DENJS), Denis Zakaria, Mamadou Coulibaly et Aladji Bamba ont pris part à un temps d'échange pédagogique et convivial avec une classe de 3ème d'un collège de la Principauté. Ce moment privilégié et enrichissant avait pour objectif de permettre au capitaine et aux deux jeunes joueurs formés à l'Academy de partager leur expérience et leur parcours auprès de leurs jeunes interlocuteurs, qui ont pu poser toutes les questions qu'ils souhaitaient aux joueurs. Cet après-midi inspirant s'est conclu dans le gymnase de l'établissement où joueurs et élèves ont partagé un match de football dans une atmosphère chaleureuse.



PROJET ULIS

Dans le cadre de sa collaboration avec la Direction de l'Education Nationale, de la Jeunesse et des Sports, l'AS Monaco est engagé pour l'inclusion à travers le sport. Le 14 novembre, le Club a accueilli au sein de son Centre de Performance les élèves en situation de handicap du dispositif ULIS d'un collège monégasque afin de leur faire vivre une expérience inoubliable aux côtés des Rouge & Blanc : observation de l'entraînement, petits matchs avec les joueurs du groupe professionnel et conférence de presse comme de vrais journalistes avec deux joueurs monégasques. Des sourires, des rires, de la joie, de la bienveillance et beaucoup d'émotions…voici le cocktail détonnant de cette journée qui a vocation à être inscrite dans la durée.



TOUS AU STADE !

En partenariat avec la Ligue Méditerranée, le District Côte d'Azur et les clubs italiens limitrophes, l'AS Monaco a invité les jeunes licenciés des clubs amateurs de la région à venir encourager les Rouge & Blanc lors de plusieurs matchs à domicile. Plus de 6000 d'entre eux ont répondu à l'appel, portant le total à plus de 25 000 footballeurs amateurs ayant bénéficié de ce dispositif depuis son lancement en 2021. Le club du Rocher a également accueilli au sein de son Centre de Performance, comme chaque année depuis 2021, la cérémonie annuelle de remise des prix du dispositif « Carton Vert », mis en place par la Ligue Méditerranée afin d'encourager et valoriser les bonnes attitudes sur le terrain et le fair-play des joueurs amateurs de la région.



FC LORIENT

LIGUE 1

→ **Le FC Lorient mène de nombreuses actions à impact sur son territoire. Le club s'engage régulièrement aux côtés d'associations et d'organismes caritatifs de l'agglomération lorientaise, à travers des initiatives solidaires, des opérations de sensibilisation et des actions en faveur des publics les plus fragiles :**

- **Programme Socio-éducatif de l'Armada ;**
- **GHBS ;**
- **Restos du Coeur ;**
- **Mob'Sport ;**
- **Nettoyage des plages du littoral lorientais.**

105

de nouvelles places de parking à vélo (+60 par rapport à la saison passée)

84 KG

de déchets ramassés sur une plage lorientaise avec l'association «Les Mains dans le Sable»

ORGANISATION D'UNE JOURNÉE DE DON DU SANG

au stade du Moustoir avec l'Etablissement Français du Sang (EFS). Une centaine de personnes y a participé.

LABELS ET CERTIFICATIONS

Label «Club Ami de l'UNICEF» depuis janvier 2014

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

PROGRAMME SOCIO-ÉDUCATIF DE L'ARMADA

Programme visant à sensibiliser les jeunes U10-11 (800 enfants) des clubs amateurs locaux participants aux mercredis de l'Armada par des bénévoles de l'UNICEF, dix fois dans l'année. Présentation suivi d'un débat mouvant.



RESTOS DU COEUR

Visites mensuelles faites par deux joueurs professionnels, accompagnés par un bénévole de l'association, au sein de la maison de la solidarité de Lorient. Le club participe et informe ses supporters de la collecte nationale durant le mois de mars. Les salariés (joueurs compris) sont sensibilisés à des dons lorsque les Restos du Coeurs ont des besoins particuliers (produits d'hygiènes et/ou de premières nécessités).

GHBS

Deux visites annuelles auprès des urgences pédiatrique et du service pédiatrie de l'hopital de Lorient effectué d'une part par des joueurs professionnels (volontaires) et d'autre part par des joueurs de l'équipe réserve. L'occasion d'échanger avec les enfants hospitalisés et de leur offrir des goodies aux couleurs du club. Le partenariat existe depuis plus de 10 ans.



MOB'SPORT

Participation au développement de la mobilité douce pour nos supporters les jours de match. Actions visant les cyclistes, les transports en commun et le covoiturage.

NETTOYAGE DES PLAGES DU LITTORAL LORIENTAIS

Dans le cadre de la semaine du développement durable, en partenariat avec l'association locale «Les Mains dans le Sable», nous avons sollicité nos supporters pour participer à un grand nettoyage des plages du littoral lorientais. 84kg de déchets, en une matinée, ont été ramassés.

FC METZ

Fc Metz

LIGUE 1

→ Le Football Club de Metz, club emblématique du paysage sportif français, poursuit avec ferveur son ambitieuse politique RSE. Témoignant de son respect pour la société et l'environnement dans lesquels il évolue, le FC Metz aspire à être bien plus qu'une simple entité sportive. Dans cette optique, et afin de promouvoir des valeurs fortes qui lui sont chères, le club à la Croix de Lorraine a initié différentes actions concrètes valorisant l'inclusion, la solidarité et la citoyenneté. Pour le cycle de 2026-2028, la stratégie RSE du FC Metz s'articule autour de trois piliers :

ENFANCE

- Le FC Metz place l'enfance au centre de sa responsabilité sociale. Le club grenat accompagne l'épanouissement des jeunes, sans distinction de condition. Chaque saison, des actions variées sont notamment mises en place pour offrir aux enfants en difficulté des instants uniques, privilégiés au cœur du club, leur permettant de découvrir son univers et de partager des moments forts avec ses acteurs.

INCLUSION

- Le FC Metz fait de l'inclusion un engagement prioritaire. Le club développe une politique d'accessibilité ambitieuse, afin que chacun puisse vivre pleinement sa venue à Saint-Symphorien, sans barrière ni exclusion. Par des actions régulières de sensibilisation auprès de ses différents publics, il lutte activement contre toutes formes de discriminations et promeut la diversité, l'égalité et le respect au cœur de sa communauté.

ENVIRONNEMENT

- Conscient de son rôle dans la préservation de la planète, le FC Metz agit concrètement pour l'environnement. Au sein de son centre d'entraînement, le club a installé une chaudière biomasse, réduisant significativement sa consommation énergétique. Cette démarche s'accompagne d'un plan de rénovation d'infrastructures plus durables, pensées pour limiter l'empreinte carbone.

1ÈRE

salle sensorielle dans un stade en France

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

LE FC METZ RÉCOMPENSÉ POUR SA SALLE SENSORIELLE AUX TROPHÉES PHILIPPE SÉGUIN

Le FC Metz a reçu le Trophée Philippe Séguin dans la catégorie des clubs professionnels, une distinction décernée par Fondaction du Football pour récompenser les initiatives citoyennes et sociétales des clubs. Le jury a notamment salué la création de la salle sensorielle du stade Saint-Symphorien. Première du genre dans un stade de football en France, cet espace est conçu pour permettre à des personnes atteintes de troubles du spectre de l'autisme ou présentant des hypersensibilités sensorielles de vivre un match dans un environnement adapté. Cette salle s'inscrit dans le dispositif « L'expérience FC Metz pour tous », qui regroupe plusieurs actions destinées à améliorer l'accessibilité du stade pour les personnes en situation de handicap.



VIVEST X FC METZ : LA NUTRITION

Dans le cadre de leur partenariat, le FC Metz et Vivest ont proposé cette saison deux rendez-vous consacrés à la nutrition à des jeunes issus de plusieurs structures locales. Le premier s'est déroulé au Stade Saint-Symphorien sous la forme d'un échange avec les joueurs Michel Mboula et Ismaël Guerti. Les participants ont pu les interroger sur leurs habitudes alimentaires, la récupération, la prévention des blessures ou encore l'alimentation les jours de match. Laurie Perez, nutritionniste du FC Metz, est également intervenue pour répondre aux questions les plus spécifiques. Le second rendez-vous a conduit les jeunes à la Cueillette de Peltre. Entre récolte de fraises, plantation d'un fraisier et découverte de la production locale, cette sortie a permis d'aborder de manière ludique les thèmes de l'alimentation, de la saisonnalité et de l'origine des produits.



LE CHALLENGE GRENAT A RÉUNI PLUS DE 300 ÉCOLIERS POUR SA 16ÈME ÉDITION

Le FC Metz a organisé cette saison la 16ème édition du Challenge Grenat, une opération destinée aux écoles primaires de l'agglomération messine mêlant sport, éducation et citoyenneté.Tout au long de l'année scolaire, des représentant(e)s du FC Metz sont intervenus dans plusieurs établissements afin d'échanger avec les élèves autour de valeurs telles que le respect, la solidarité, la mixité et l'hygiène de vie. Les classes participantes ont également été invitées à assister à une rencontre de Ligue 1 Mc Donald's au Stade Saint-Symphorien. La journée de clôture, organisée au Stade Saint-Symphorien et à la Plaine de Jeux, a rassemblé plus de 300 enfants. Au programme : visite des coulisses du stade, découverte des métiers du club lors d'un échange en salle de conférence de presse, puis tournoi de football placé sous le signe du fair-play et de l'esprit d'équipe. Cette opération est menée avec le concours du District Mosellan de Football, de l'Académie de Nancy-Metz et de l'USEP, partenaires historiques du Challenge Grenat.



FC NANTES

FONDS DE DOTATION

FC NANTES

FC NANTES

LIGUE 1

INCLUSION & MIXITÉ

- Le Fonds de dotation FC Nantes intègre diversité et mixité au cœur de ses engagements, développant des actions d'insertion par le football dans les quartiers prioritaires de Nantes. Il œuvre pour un football inclusif, accessible et citoyen et soutient le handisport, notamment via sa section Cécifoot et sa valorisation des athlètes régionaux.

SPORT-SANTÉ

- **Proposer une parenthèse joyeuse aux patients des hôpitaux nantais :**
Parce qu'un sourire peut tout changer, le fonds de dotation FC Nantes crée des moments de joie et de partage menés en lien avec les structures de santé locales.

- **Sensibiliser nos supporters contre la maladie** :
A travers des campagnes de sensibilisation menées lors de ses événements, le FC Nantes mobilise ses supporters autour des grandes causes de santé publique.

- **Être un acteur du sport santé et sport adapté sur le territoitre** :
Convaincu que le sport est un formidable vecteur de bien-être pour tous, le FC Nantes développe un programme autour du sport santé et du sport adapté.

LES CLUBS DU TERRITOIRE

- Agir pour les clubs du territoire via un programme dédié, en collaboration avec les instances de football locales. Notre volonté est de recréer du lien avec les clubs grâce à nos actions de proximité.

CULTURE & PATRIMOINE

- Nos deux missions : intégrer l'art et la culture au cœur des tribunes nantaises et préserver l'histoire du FC Nantes pour nos fans en célébrant les figures emblématiques et les récits les plus marquants de la Maison Jaune.

PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

- Réduire notre impact sur l'environnement en mesurant notre empreinte carbone et suivre notre plan d'action responsable.

+2 500
bénéficiaires des actions du Fonds de Dotation

+5 000
places à la Beaujoire offertes à des structures locales

900
donneurs de sang se sont présentés à la Beaujoire depuis l'édition 2022

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

CANARIS TOUR

Le FC Nantes a lancé le Canaris Tour, une tournée visant à renforcer les liens avec les clubs de son territoire. Au cours de deux éditions organisées durant la saison 2025-2026, des joueurs, joueuses et membres du staff professionnel sont allés à la rencontre de jeunes licenciés lors de leurs entraînements. Ces moments d'échange, de partage et de transmission ont permis à plus de 500 jeunes de vivre une expérience privilégiée au contact de leurs idoles. Au total, 10 clubs de la région ont été visités, avec la mobilisation de 40 joueurs et joueuses professionnels et 10 membres du staff technique.



PROGRAMME JOLIE LA CITOYEN

Le FC Nantes a poursuivi son engagement en faveur de la jeunesse issue des quartiers prioritaires et de milieux défavorisés à travers plusieurs actions éducatives et sportives. Deux stages « foot et citoyenneté » ont été organisés pendant les vacances scolaires, associant pratique sportive, sensibilisation au vivre-ensemble et découverte des infrastructures du club. Un événement réunissant 200 collégiens a également été proposé au cœur d'un quartier nantais, combinant tournoi de football mixte et ateliers pédagogiques animés par des associations locales. Au total, 350 jeunes bénéficiaires ont participé à ces initiatives, dont 150 enfants issus de quartiers prioritaires, du Secours Populaire ou de la protection de l'enfance.



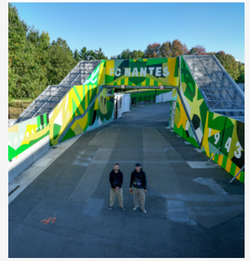
PROGRAMME CAP'FOOT

Convaincu des bienfaits du sport pour tous, le FC Nantes a renforcé ses actions en faveur du sport adapté et de l'inclusion des personnes en situation de handicap. Au cours de la saison, le club a permis à 23 jeunes de vivre l'expérience Escort Kids lors d'un match de Ligue 1 et a intégré 20 jeunes bénévoles à l'organisation des rencontres de son équipe féminine. Des séances de football adapté ont également réuni 80 bénéficiaires issus de structures médico-sociales et hospitalières. Enfin, un événement organisé à la Beaujoire a rassemblé plus de 250 jeunes en situation de handicap autour d'activités sportives, artistiques et sensorielles favorisant la participation et le vivre-ensemble.



PROGRAMME DESSINE NANTES

Après l'inauguration de la tribune des légendes la saison dernière, le club présente un nouveau projet artistique d'envergure au stade de la Beaujoire et plus particulièrement sur la passerelle visiteur. 226 m² de street art explosent à la Beaujoire, portés par trois artistes nantais, fans du FC Nantes et fiers de leurs racines : The Feebles & Supa Smoka. Comme un symbole, les artistes locaux se sont approprié l'univers FC Nantes. Par leur touche, on retrouve des éléments forts du club : l'Hermine, les 8 titres de champion de France, le stade, le canari.



HAVRE AC

→ Depuis plus de 25 ans le HAC mène des opérations d'ancrage territorial et utilise le football comme vecteur de solidarité, d'insertion et d'éducation.

FOOTBALL AMATEUR

- Le Collectif Ciel&Marine permet de créer des temps de rencontre entre les Ciel&Marine et les clubs amateurs locaux : ateliers foot, séance de dédicaces, échanges techniques. Les clubs amateurs qui intègrent le Collectif Ciel&Marine participent également aux animations jour de match.

VIE DE QUARTIER

- Faire du football un vecteur d'échanges entre les habitants des quartiers populaires : actions parents-enfants, échanges avec les acteurs locaux (transport public, bailleur social, ...). A travers le programme « Journées Ciel&Marine » le HAC participe au cœur des centres de loisirs de la Ville du Havre, à l'animation des vacances des jeunes de quartiers.

SCOLARITÉ

- Génération Stade Océane a pour but de faire entrer le HAC dans les écoles primaires et de permettre à nos éducateurs de faire passer des messages liés à la pratique de l'activité physique, aux valeurs du sport et à l'histoire du HAC. La visite du Stade Océane représente un temps fort du programme et illustre les messages passés dans les classes.

HANDICAP

- Grâce à l'énergie de la section Cécifoot du club (une nouvelle fois championne de France !), le HAC met en place de nombreux ateliers de sensibilisation autour des matchs autant que sur les différents programmes citoyens.

CARITATIF

- Le HAC poursuit ses actions en collaboration avec des associations ou antennes locales : Secours Populaires, Groupe Hospitalier Havrais, Association les Etoiles Filantes, l'Amazone et la lutte contre les cancers.

ENVIRONNEMENT

- Le programme Vents d'Energie se poursuit et la planification des actions permettant au HAC et à ses publics d'être plus vertueux reste une priorité à tous les étages du club.

7
centres de loisirs

211
enfants participants + 100 parents

17
actions et ateliers

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

JOURNÉES CIEL ET MARINE

Lancée à la suite de l'opération « HAC Mon Parrain », l'action « Journées Ciel et Marine » s'adresse aux enfants des quartiers du Havre avec un objectif clair : promouvoir le civisme dans la pratique sportive, les transports en commun et les enceintes sportives. Menée en partenariat avec la Ville du Havre, la LIA (Transdev) et les équipes du HAC, elle sensibilise les jeunes au respect de l'autre, aux règles de vie collective et à l'inclusion.

Au programme :

- Découverte sportive et sensibilisation au handicap visuel ;
- Sensibilisation au civisme et à la sécurité dans les transports en commun ;
- Visite du Stade Océane et découverte des bonnes pratiques dans une enceinte sportive.

En 2025, six journées ont été organisées pendant les vacances de printemps, réunissant plus de 160 enfants issus des centres de loisirs havrais. L'opération s'est conclue par une invitation à assister, en formule « 1 parent / 1 enfant », à une rencontre de l'équipe féminine du HAC, offrant à 360 participants un moment de partage et une mise en pratique des valeurs transmises tout au long du programme.





LABELS ET CERTIFICATIONS
Label Fair Play For Planet

Fair Play For Planet

LOSC FONDS DE DOTATION

LOSC

LIGUE 1 McDonald's

AGIR POUR LA SANTÉ ET L'ENFANCE

- Accompagner et améliorer le quotidien des patients et enfants hospitalisés, exaucer les rêves d'enfants malades ou en situation de handicap, sensibiliser la communauté lilloise à la nécessité des dons, participer à la recherche.

AGIR POUR L'ÉCORESPONSABILITÉ

- Engager une démarche éco-responsable dans tous les secteurs d'activité du club, réduire et compenser les consommations d'énergie, recycler, collecter, redistribuer les denrées alimentaires…

AGIR POUR L'ÉDUCATION

- Sensibiliser les jeunes aux métiers du sport, des médias et de l'événementiel, stimuler leur curiosité, créer des vocations, visiter des écoles.

AGIR POUR L'INCLUSION

- Favoriser l'intégration sociale et l'insertion professionnelle par le sport, donner accès à la pratique et au spectacle sportif aux publics les plus défavorisés, œuvrer au développement du football amateur, développer le lien entre les communautés du club, le lien avec le territoire, mener des actions de lutte contre racisme, homophobie, sexisme et toutes formes de discriminations.

Près de 30 000 €
de dons à nos associations partenaires

Près de 15 000
bénéficiaires de nos actions cette saison

Plus de 30
opérations RSE mises en place

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

UNE COLO AU LOSC

Le LOSC a organisé une nouvelle édition de son séjour de vacances au coeur du Domaine de Luchin, pour 15 enfants de la Métropole lilloise qui vivent des situations difficiles et qui n'ont pas la chance de partir en vacances. Un projet en collaboration avec notre association partenaire, l'AGSS de l'UDAF, ainsi que le Département du Nord, qui s'inscrit dans notre engagement en faveur de la protection de l'enfance et qui a permis de faire vivre à ces enfants une expérience unique.



« JE ME TÂTE »

Pour lever le tabou sur les cancers masculins, le LOSC s'est cette année encore associé au CHU de Lille et à une entreprise locale dans la création d'un boxer, commercialisé en boutique. 100% des bénéfices sont reversés au Fonds de Dotation du CHU de Lille pour la recherche contre les cancers masculins, soit 3 000 € cette année.



LOSC RUN SOLIDAIRE

Pour la 3ème fois, le LOSC Run Solidaire s'est déroulé au Domaine de Luchin. Au total, ce sont près de 3 000 coureurs qui se sont rassemblés au centre d'entraînement du LOSC, afin de courir pour la bonne cause. 20 000 € ont en effet récoltés et reversés au Centre Oscar Lambret de Lille, afin de soutenir la recherche contre les cancers pédiatriques.



TOURNOI DES DÉFENSEURS DE L'ENFANCE

Le LOSC, en partenariat avec la LFP, Decathlon et la CNAPE, a organisé la cinquième édition du Tournoi des Défenseurs de l'Enfance. Au total, ce sont 216 enfants suivis par la protection de l'enfance qui ont pu passer un week-end à Lille et s'affronter sur la pelouse du Stade Pierre Mauroy, en défendant les couleurs de leur club de cœur. Une belle parenthèse pour eux, alors qu'ils vivent toutes et tous un quotidien qui peut être très difficile.



FONDS DE DOTATION

OGC NICE

LIGUE 1

→ Mobilisé dès le début des années 2000, l'OGC Nice a intensifié et structuré son action citoyenne avant de fonder son Fonds de Dotation en 2018. Le Club pilote ses initiatives autour de deux axes majeurs : « l'Enfance » et la « Proximité », chaque axe disposant de programmes phares.

L'ENFANCE

Soutenir et accompagner au quotidien les enfants en difficulté et leurs familles. Les programmes phares :

- Les Mercredis de Lenval
- Enfants sans Douleur
- Toi+Moi=OGC Nice

LA PROXIMITÉ

Agir auprès des personnes en situation de précarité financière, sociale ou professionnelle. Les programmes phares :

- Gym Solidaire
- Forum de l'Emploi
- Don du sang Rouge & Noir

+ 10 000 €
reversés à des micros-associations oeuvrant pour l'Enfance

+ 500
actions de solidarité durant la saison

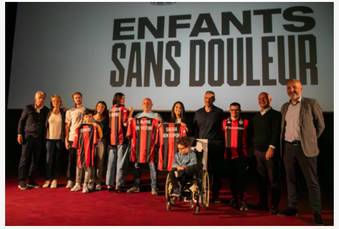
520
nouveaux donneurs de sang mobilisés grâce aux éditions du Don de sang Rouge et noir, parmi les 1 300 donneurs présentés

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

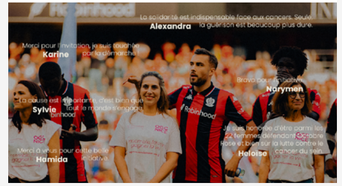
UNE JOURNÉE SOLIDAIRE AU CŒUR DE L'ENGAGEMENT DU CLUB

Au-delà de son soutien financier, le programme Enfants Sans Douleur poursuit une ambition forte : offrir aux associations accompagnées une visibilité leur permettant de développer leurs actions et de mobiliser de nouveaux soutiens. Organisée autour de la remise officielle des chèques à la nouvelle promotion, cette journée solidaire a réuni près de 200 enfants, familles et représentants associatifs, en présence de Jean-Pierre Rivère et du capitaine Dante. 10 000€ ont été reversés aux associations afin de financer des projets améliorant le quotidien d'enfants gravement malades ou en situation de handicap, qu'il s'agisse de matériel adapté, d'activités thérapeutiques, de soutien à la recherche ou d'accompagnement des familles. Largement relayé par les médias locaux, cet événement a également permis de mettre en lumière les structures bénéficiaires et de renforcer leur capacité à collecter de nouveaux fonds, au cœur de la mission du programme.



MAIN DANS LA MAIN AVEC LES FEMMES DU CENTRE LACASSAGNE

Partenaire historique du Centre Antoine Lacassagne, l'OGC Nice poursuit depuis de nombreuses années son engagement en faveur de la lutte contre le cancer à travers des actions de sensibilisation, des visites auprès des patientes, des invitations à l'Allianz Riviera et un soutien financier régulier à la recherche. À l'occasion d'Octobre Rose, le Club a souhaité franchir une nouvelle étape en invitant 22 femmes soignées ou en rémission d'un cancer du sein à entrer sur la pelouse aux côtés des joueurs, en remplacement exceptionnel des escort-kids, lors de la rencontre face à l'Olympique Lyonnais. Cette initiative inédite a permis de mettre en lumière non pas la maladie, mais la force, le courage et le parcours de ces femmes, chaleureusement applaudies par tout un stade. Très largement relayée sur les antennes de Ligue 1+, dans les médias nationaux et sur les réseaux sociaux, cette séquence a donné un écho supplémentaire à cette approche profondément humaine, contribuant, à son échelle, à sensibiliser le grand public à l'importance du dépistage du cancer du sein.



UNE SOLIDARITÉ QUI RASSEMBLE

Gym Solidaire incarne l'engagement de l'OGC Nice auprès des personnes les plus fragiles à travers plusieurs actions menées tout au long de la saison, comme le Noël Solidaire ou les maraudes mensuelles, actions menées par les Aiglons et jeunes aiglons. Cette année, le Club a choisi de raconter cet engagement en mettant à l'honneur deux bénévoles, Jean-Pierre Coulin, chef pâtissier du Forum Jorge François, et Alex, bénévole des Anges de la Baie de Nice. Réalisés avec le créateur de contenu niçois BenzProd, ces deux portraits ont dépassé le million de vues cumulées, offrant une visibilité inédite à celles et ceux qui agissent quotidiennement dans l'ombre et contribuant à susciter de nouveaux élans de solidarité. Une manière d'utiliser la force du football pour valoriser tout un écosystème engagé au service des plus fragiles.



TREIZIÈME HOMME

OLYMPIQUE DE MARSEILLE

LIGUE 1

→ La politique RSE de l'Olympique de Marseille est portée par l'organisation Treizième Homme (fonds de dotation + fondation d'entreprise) qui développe les programmes structurants du club et à fort impact dans les domaines suivants :

ÉDUCATION

- Treizième Homme s'implique aux côtés des Marseillais et des Marseillaises tout au long de leur parcours scolaire et professionnel.

PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

- Treizième Homme souhaite réduire l'impact environnemental du club, promouvoir des comportements responsables et s'engager dans la lutte contre le réchauffement climatique.

SOLIDARITÉ

- Treizième Homme s'engage pour une communauté OM plus solidaire en aidant les personnes en situation de fragilité et en œuvrant pour réduire les inégalités sociales.

PRATIQUE SPORTIVE

- Treizième Homme œuvre pour rendre le sport accessible à toutes et tous, tout en véhiculant les valeurs du vivre ensemble.

CERTIFICATION ISO 20 121

- Certification en cours de validité depuis 2021, seul club de football professionnel en France.

+ 70 %
Taux moyen de valorisation des déchets

70 %
Taux moyen de réutilisation des gobelets réutilisables

10 000
Cahiers des Olympiens distribués gratuitement aux élèves de CE2 de Marseille

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

FC LA CASTELLANE

7e saison pour le FC La Castellane (250 licencié.e.s), lauréat du trophée du « Club engagé » au SportMed Summit 2026.



CAPITALE DU FOOT

Rénovation artistique de terrains de proximité à Marseille, pour les rendre plus attractifs et encourager la pratique sportive pour toutes et tous (inauguration en collaboration avec la Fondation CMA CGM d'un 4e terrain au stade Weygand et d'un 5e à Peyssonnel).



EQUIPE OM DE FOOTBALL POUR AMPUTÉS

2e saison de l'équipe de football pour amputés, composée de 11 joueurs et 4 staffs. 1re participation à l'Europa League à Ankara, en avril 2026.



PROJET TRÈS SÉLECTIF

Extension du Projet Très Sélectif, avec la mise à disposition de gobelets réutilisables dans l'ensemble des buvettes du CEPAC Vélodrome.

PROJET TRÈS SÉLECTIF

AVENIR OLYMPIEN

2e édition du forum dédié à l'orientation et à l'insertion professionnelle dans les métiers du sport.

AVENIR OLYMPIEN | Des valeurs, Des métiers, Des ambitions

FONDATION
SOLIDAIRE SUR TOUS LES TERRAINS

OLYMPIQUE LYONNAIS

LIGUE 1

→ Le principe de responsabilité de l'entreprise s'applique à toutes les activités de l'Olympique Lyonnais, avec des modalités et des objectifs selon plusieurs dimensions :

POLITIQUE ENVIRONNEMENTALE

- En tant que club de football professionnel, gestionnaire d'infrastructures majeures (Groupama Stadium, Groupama OL Training Center et OL Academy) et organisateur de grands évènements, l'Olympique Lyonnais se doit d'intégrer une démarche ambitieuse pour limiter les impacts négatifs de ses activités sur l'environnement.

DÉMARCHE EMPLOYEUR

- Dans le cadre de sa démarche employeur, l'Olympique Lyonnais s'applique à déployer des politiques RH qui visent à aligner les besoins de ses 500 collaborateurs avec les exigences et les objectifs de son activité sportive et événementielle.

ACTIONS SOCIÉTALES DE LA FONDATION OL

- Symbole de l'attachement du club à des valeurs de respect et de solidarité, la Fondation OL porte des engagements sociétaux. Depuis 2007, de nombreuses structures ont bénéficié d'un accompagnement fort de l'Olympique Lyonnais grâce à l'ensemble des moyens mis à disposition par le club. Sur la saison 2025-2026, la Fondation OL a poursuivi ses engagements avec des structures d'intérêt général agissant sur le territoire de la métropole de Lyon, selon les 3 piliers majeurs de sa stratégie : offrir espoir et émotion grâce au football, favoriser l'égalité des chances et sensibiliser à l'environnement.

FONCTIONNEMENT & PHILOSOPHIE DU CENTRE DE FORMATION

- L'Academy continue sa vocation de formation, d'innovation et d'exploration tout en conservant des valeurs transmises de génération en génération.

161
personnes sensibilisées aux violences sexuelles, au harcèlement et au bizutage avec l'association Colosse aux Pieds d'Argile

12 000
places de matchs de l'Olympique Lyonnais et de l'OL Lyonnes offertes

50
personnes ont été accueillies au Groupama OL Training Center pour assister à l'entraînement et rencontrer les joueurs, les joueuses et le staff

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

PROTECTION ET SENSIBILISATION À LA BIODIVERSITÉ

Depuis la saison 2018/2019, l'Olympique Lyonnais dispose de 12 ruches au Groupama Stadium. Au-delà de la production de miel, l'engagement de l'Olympique Lyonnais envers la protection de la biodiversité se manifeste aussi à travers des ateliers pédagogiques. Tout au long de l'année, un apiculteur anime des ateliers de sensibilisation aux abeilles, destinés aux écoles maternelles et élémentaires de la métropole lyonnaise, ainsi qu'aux collaborateurs du club. Ces ateliers, entièrement financés par la Fondation OL, sont gratuits pour les établissements scolaires. Cette saison, près de 210 enfants ont participé à ces animations.



DÉCOUVERTE DU MÉTIER DE JOURNALISTE SPORTIF

À l'occasion de la rencontre entre l'Olympique Lyonnais et l'AJ Auxerre, plusieurs jeunes de l'association Sport dans la Ville ont vécu une immersion dans les coulisses du journalisme sportif. Ils ont d'abord assisté à la réunion d'organisation du match afin de découvrir la préparation d'une rencontre vue par les médias. Ils ont ensuite échangé avec Edouard Jay, un journaliste de RMC Sport, qui leur a présenté les différentes facettes de son métier avant de répondre à leurs nombreuses questions. Par la suite, ils ont suivi la rencontre depuis la tribune de presse, avant de rejoindre la zone mixte à l'issue du match pour observer la préparation des journalistes avant l'arrivée des joueurs. L'immersion s'est conclue par leur présence aux conférences de presse d'après-match. Cette expérience a permis à ces jeunes de découvrir les exigences et les coulisses de ce métier.



DANS LES COULISSES DU STADE

Depuis 2018, la Fondation OL soutient les actions de l'Hôpital Femme Mère Enfant auprès des enfants et adolescents atteints de maladies chroniques. À chaque match de l'Olympique Lyonnais à domicile, un jeune hospitalisé peut vivre une immersion dans les coulisses du Groupama Stadium grâce au robot AWABOT. Piloté à distance par l'enfant, le robot lui permet de visiter les vestiaires, de fouler le bord de la pelouse, de découvrir la loge présidentielle et la zone mixte. Ce dispositif lui offre également un moment privilégié lors de l'arrivée des joueurs, ainsi que des échanges avec plusieurs collaborateurs de l'Olympique Lyonnais, qui viennent présenter leur rôle et leur métier au sein du club. L'immersion se poursuit avec les échauffements d'avant-match et l'entrée des joueurs sur la pelouse jusqu'au coup d'envoi.



LE PARIS DU CŒUR

PARIS FC

LIGUE 1

→ Le Paris FC ouvre un nouveau chapitre de son histoire. Porté par les ambitions de ses équipes féminine et masculine, le club affirme une vision qui dépasse la seule performance sportive : construire un projet durable, ancré dans son territoire et utile à celles et ceux qui le font vivre. Dans une ville comme Paris, diverse, exigeante et en constante transformation, le football a un rôle à jouer. Le Paris FC fait le choix d'assumer pleinement cette responsabilité. Au Paris FC, la performance sportive est indissociable de l'impact que le club génère sur son territoire. Notre ambition est d'être à la fois performant sur le terrain, engagé dans nos actions et utile pour la société. La RSE n'est pas un engagement périphérique : elle constitue l'un des piliers du projet du club.

Cette ambition se traduit à travers quatre piliers stratégiques, qui structurent l'ensemble de nos engagements :

FORMER

- Transmettre les valeurs du sport et éduquer la jeunesse.

REPRÉSENTER

- Faire du Paris FC un club ouvert à tous, reflet de la diversité parisienne.

INCLURE

- Garantir l'accès au stade et à la pratique sportive pour chacun.

PRÉSERVER

- Agir pour limiter notre empreinte environnementale et construire un modèle plus durable.

35 000
places offertes cette saison pour les matchs au Stade Jean Bouin, soit 10 % de la capacité du stade

200
bénéficiaires de la Sensory Room ont pu assister aux matchs disputés au Stade Jean Bouin

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

ATELIER GIVE ME FIVE

Depuis maintenant deux saisons, VINCI et Give Me Five suivent nos jeunes joueuses et joueurs en classe de première à travers des ateliers de professionnalisation. Une fois par mois, ils participent à des ateliers qui varient entre l'art oratoire, la Fresque du Climat, l'IA dans le sport, la sécurité routière, ou encore une visite de chantier.



HER GAME TOO

Pour lutter contre les VSS (violences sexistes et sexuelles) dans les stades, le Paris FC est accompagné par Her Game Too et une ambassadrice. L'objectif est de proposer un parcours de signalement pour toute personne victime ou témoin, et de former en interne pour savoir réagir face à ces situations. Her Game Too a par exemple pu former nos différents prestataires de sécurité et leur rappeler les étapes à suivre. Cela permet d'offrir un stade plus sûr pour tous.

SENSORY ROOM

Lors de l'arrivée du Paris FC au stade Jean-Bouin, le club a rapidement décidé de conserver une loge pour y installer une Sensory Room, qui permet à 12 personnes — 6 jeunes neuroatypiques et 6 accompagnants — d'assister aux matchs dans des conditions adaptées à leurs besoins. Pour cela, le club est accompagné par plusieurs associations (Naked Heart, Autistes Sans Frontières, Maia Autisme et Café Joyeux). Il a également créé une vidéo pour préparer les jeunes au parcours, aménagé un espace de préparation avec poufs, jeux et casques anti-bruit, et réservé une tribune dédiée.



AQUAFLOW ET LED

Le club a la volonté de faire mieux sur les sujets liés à l'environnement. Pour cela, le Paris FC a décidé d'investir dans des technologies adaptées à ces enjeux, avec Aquaflow et le passage aux lumières LED. Concernant Aquaflow, ce système innovant fonctionne en circuit fermé : l'eau de pluie est stockée puis réinjectée directement au niveau des racines par capillarité, sans aucun rejet en eaux usées. Concrètement, cette technologie permet de réduire la consommation d'eau de 50 à 100 % par rapport à un arrosage traditionnel, tout en garantissant l'autonomie du terrain en cas de restriction d'eau. Elle limite aussi le recours aux produits phytosanitaires, en réduisant l'humidité de surface propice aux maladies du gazon.



PARIS FOR THE FUTURE

PARIS SAINT-GERMAIN

LIGUE 1

→ **Construite en cohérence avec la stratégie du Paris Saint-Germain, la stratégie RSE vise à améliorer la performance globale du Club et à favoriser le changement vers un modèle plus durable. Elle est structurée autour de 11 enjeux représentant une équipe au complet sur le terrain et se décline en engagements précis et mesurables. Intégrant les attentes de parties prenantes internes et externes, la stratégie RSE du Paris Saint-Germain est le fruit d'une méthodologie collaborative et engage toutes les équipes du Club dans cette démarche ambitieuse.**



300
places de vélo disponible pour les supporters tous les soirs de match

8 628
tonnes de fruits et légumes produits au potager bio du Campus PSG (données année civile 2025) pour nourrir les athlètes au centre d'entraînement du club, et 1400 litres de jus de poires

140
managers (tous) ont participé à une formation sur les biais inconscients pour des pratiques de recrutement et de management plus inclusives

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

LANCEMENT DU SERVICE D'AUDIODESCRIPTION AU PARC DES PRINCES

À l'occasion de la rencontre face à Toulouse, le Paris Saint-Germain a lancé un service d'audiodescription en direct permettant aux personnes aveugles et malvoyantes de vivre pleinement l'expérience du match. Déployé sur toutes les rencontres de Ligue 1 au Parc des Princes, ce dispositif est accessible gratuitement depuis un smartphone, sans équipement spécifique. Développé avec le soutien d'Orange, Odiho et ASA, ce service renforce l'accessibilité du stade, garantit une expérience plus inclusive pour tous les supporters et illustre l'engagement du club en faveur de l'inclusion et de la diversité.



ORGANISATION DES « GREEN DAYS » AU PARC DES PRINCES

Au cours de la saison 2025-2026, le Paris Saint-Germain a organisé huit journées « Green Days » afin de sensibiliser les jeunes générations aux enjeux de la biodiversité. Au total, 158 enfants ont participé à cette initiative, réunissant des classes de Boulogne-Billancourt et de Saint-Cloud, des jeunes de l'association Sine Qua Non et des enfants de salariés. Au programme : initiation à l'apiculture, découverte du potager du Parc des Princes et de sa biodiversité, ainsi qu'une visite des coulisses du stade. À travers cette opération, le club réaffirme son engagement en faveur de la protection de la biodiversité et de l'éducation à l'environnement.



EXPOSITION «PASSEPORT POUR LA FRATERNITÉ»

Dans le cadre de son engagement en faveur de l'égalité des chances et de la lutte contre les discriminations, le Paris Saint-Germain a accueilli l'exposition « Passeport pour la fraternité » au Campus PSG puis à la Factory PSG, en partenariat avec SOS Racisme et Sportitude. Composée de portraits réalisés par Bettina Rheims et enrichie de textes écrits par les jeunes du Centre de formation, cette exposition sensibilise les différentes communautés du club aux valeurs de respect, d'ouverture et de diversité, tout en réaffirmant l'engagement du PSG en faveur de l'inclusion.



MOBILISATION DES COLLABORATEURS À TRAVERS UN CHALLENGE SPORTIF SOLIDAIRE

En juin 2026, le Paris Saint-Germain a organisé un challenge sportif connecté afin d'encourager l'activité physique et le bien-être de ses collaborateurs. Via une application dédiée, les salariés cumulaient des points en pratiquant différentes activités sportives. Au-delà de son objectif de santé, ce défi avait une dimension solidaire : les points collectés permettaient de déclencher un don en faveur de l'association Sine Qua Non, engagée pour l'égalité et l'inclusion par le sport. Une initiative qui associe bien-être au travail, engagement collectif et solidarité.



RACING CŒUR DE LENS

RC LENS

120

LIGUE 1

→ La stratégie RSE du Racing Club de Lens est portée par son fonds de dotation, le Racing Cœur de Lens. Attaché aux valeurs d'entraide et de solidarité qui caractérisent le club, le fonds de dotation agit depuis 2021 autour de 5 piliers : l'enfance, l'accessibilité au sport, l'insertion sociale et professionnelle, l'environnement et la sauvegarde du patrimoine.

ACCESSIBILITÉ AU SPORT POUR TOUS

- Rendre accessibles ses structures pour celles et ceux qui éprouvent des difficultés à se déplacer ou à obtenir des accès au stade.

ENFANCE

- Aider, accompagner et rendre le quotidien plus supportable des enfants malades, en situation de handicap ou vivant dans la précarité.

SAUVEGARDE DU PATRIMOINE

- Sauvegarder le patrimoine du club et de la région à travers des initiatives visant à transmettre cet héritage aux nouvelles générations.

ENVIRONNEMENT

- Mener des projets qui permettent de développer l'éco-responsabilité de chacun.

INSERTION SOCIALE ET PROFESSIONNELLE

- Aider les personnes en difficultés et accompagner les demandeurs d'emploi.

1 906
coureurs au Racing Cross de Lens, record de participants

3 900
élèves du territoire ont reçu le livret pédagogique RC Lens

539
donneurs de sang, un record pour la 5ème édition de la collecte « Notre Sang est Or »

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

3ÈME ÉDITION DU RACING CROSS DE LENS

La 3ème édition du Racing Cross de Lens a affiché complet, le samedi 11 octobre, atteignant son objectif de 1906 participants. Entre sourires et tuniques sang et or, les coureurs ont parcouru une boucle autour du stade Bollaert-Delelis. Soutenu par Assifep, Groupe Kyrielys, France Travail et la Communauté d'Agglomération Lens-Liévin (CALL), l'événement a également été l'occasion pour les participants de visiter les coulisses de Bollaert-Delelis avant de rallier le Village de l'Emploi. En plus des coureurs, 766 demandeurs d'emploi se sont joints à ce temps fort : ainsi, 300 postes étaient à pourvoir au sein des 29 entreprises partenaires ou structures de formation présentes. Dix maillots 2025/26 du Racing ont été mis en jeu pour clore cette matinée qui alliait activité sportive, insertion professionnelle, bonne humeur et convivialité.



LE MATCH DE +: 5ÈME ÉDITION DE L'OPÉRATION « NOTRE SANG EST OR »

Pour la 5ème édition de l'opération « Notre Sang est Or » en collaboration avec l'EFS -service public du don de sang en France- et Players for Society -programme solidaire de l'UNFP-, l'objectif du « Match de + » était de battre un nouveau record d'affluence en dépassant la barre symbolique des 500 donneurs en une journée. Acteurs majeurs de ce Match de +, les donneurs se sont mis dans la peau des Sang et Or à travers un parcours immersif unique : entre autres, reconnaissance pelouse en longeant le terrain à leur arrivée au stade et passage par le vestiaire de l'équipe professionnelle. 539 donneurs se sont déplacés à Bollaert-Delelis pour donner leur sang lors de cette journée qui a mobilisé 40 professionnels de santé, avec l'aide des bénévoles du Lycée Robespierre de Lens et de l'IME Louis Flahaut de Liévin.



LE MATCH DE LA MÉMOIRE

Dans le cadre de ses 120 ans, le Racing instaure le « Match de la mémoire », nouveau rendez-vous annuel qui vise à honorer la mémoire de l'ensemble des supporters, anciens joueurs et sympathisants du club. Le samedi 22 novembre, face au RC Strasbourg Alsace, les Sang et Or fouleront la pelouse du Bollaert-Delelis avec badge spécial et des flocages uniques, rendant hommage à d'anciens joueurs disparus.

LIVRET PÉDAGOGIQUE RC LENS

À l'initiative du Racing Cœur De Lens et de Pass Éducation, 3900 exemplaires d'un livret pédagogique explorant 6 matières à travers l'histoire du club ont été distribués aux élèves de la Communauté d'Agglomération de Lens-Liévin ainsi qu'à des enfants du Centre Hospitalier de Lens. Une manière de transmettre l'histoire du club aux plus jeunes, le tout en s'amusant et en révisant.



RC STRASBOURG ALSACE

LIGUE 1

→ La stratégie RSE du club est structurée autour de 3 piliers :

SOLIDARITÉ

Engagé aux côtés des associations locales et des plus fragiles, le club agit concrètement pour soutenir ceux qui en ont le plus besoin. Grâce à l'Association Femmes de Foot, pilier de notre démarche solidaire, nous mettons notre visibilité, notre énergie et nos ressources au service d'initiatives de santé et de générosité.

INCLUSION & TERRITORIALITÉ

Notre club est à l'image de son territoire : riche de sa diversité, fier de ses racines et tourné vers l'avenir. Le Racing s'engage pour un football plus ouvert, plus accessible, plus local. Cela passe par la féminisation des tribunes, la valorisation du football amateur, le soutien aux personnes en situation de handicap, et la mise en lumière de celles et ceux qui font vivre l'Alsace au quotidien.

ENVIRONNEMENT

Le Racing fait le choix d'intégrer pleinement les enjeux environnementaux dans son fonctionnement, ses infrastructures et son quotidien. Du tri des déchets à la mobilité douce, de la rénovation durable du stade à la sensibilisation de notre public, chaque geste compte pour faire de la Meinau un modèle de transition écologique dans le sport.

1,6 M €
de dons par Femmes de Foot à des associations

180
clubs partenaires dans le cadre du programme «Un seul football»

860 M²
de panneaux photovoltaïques installés au niveau de la toiture de la nouvelle tribune Sud de la Meinau

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

VIVRE LE STADE, ENSEMBLE, ET S'ENGAGER CONCRÈTEMENT

Depuis sa création en 2017, Femmes de Foot a reversé plus de 1,6 million d'euros, soutenu plus de 130 structures et contribué à des actions qui touchent chaque année des milliers de personnes. Les actions menées permettent de financer ou d'accompagner des projets de santé et de prévention, des structures associatives locales, des initiatives en faveur de publics fragilisés, et des dispositifs liés au handicap, à l'inclusion et à l'accompagnement des familles. En mai 2025, Femmes de Foot a lancé son tout premier appel à projets. 9 initiatives soutenues. 13 000 € engagés. Des enfants malades, des aînés, des personnes en situation de handicap, des femmes touchées par la maladie, des projets humanitaires. Le Grand Prix a été remis à Christine Fuchs pour « Les Yeux de Sainte Odile », une association qui aide les personnes malvoyantes à gagner en autonomie grâce aux chiens guides.



AVEC HAGER, LES DÉCIBELS DE LA MEINEAU DEVIENNENT SOLIDAIRES

Cette saison, chaque chant, chaque encouragement et chaque explosion de joie dans les tribunes ont eu un impact bien au-delà du terrain. Grâce au décibelomètre mis en place par Hager au stade de la Meinau, l'énergie des supporters du Racing s'est transformée en un engagement concret au profit de Femmes de Foot. Résultat : 17 000 € reversés à l'association pour soutenir ses actions et projets solidaires sur le territoire. Cette belle opération est aussi le reflet d'une collaboration forte entre Hager, le Racing Club de Strasbourg Alsace et Femmes de Foot, construite autour de valeurs communes : l'engagement, l'inclusion et l'impact humain.

LE RÉEMPLOI DE FUSELAGES D'AVIONS

Au cœur de Strasbourg, la rénovation du stade de la Meinau est un modèle en matière d'initiatives écologiques et de développement durable. Le projet propose notamment une solution innovante pour la façade principale de la tribune sud du stade : en effet, des fuselages d'anciens avions Airbus A340 sont réemployés en tant que parement de façade. Cette démarche exemplaire en matière d'économie circulaire permet de réutiliser à grande échelle des matériaux existants, qui pourront être valorisés en l'état, évitant ainsi une dépense d'énergie et donc de CO_2 très importante pour leur transformation.

BON AIR DE BREST

STADE BRESTOIS 29

LIGUE 1

→ Le Stade Brestois 29 a mis en place une stratégie RSE nommée « Bon Air de Brest » à l'aube de la saison 2022-2023. Cette stratégie s'appuie sur 3 axes principaux :

ENTRE TERRE & MER

- Attachés à notre environnement naturel, nous agissons pour préserver le « bon air de Brest ». Cet axe rassemble nos actions concrètes pour mesurer notre impact, optimiser nos ressources et sensibiliser notre communauté.

JOUONS LOCAL

- Plus qu'une devise, c'est une véritable culture d'entreprise. Cet axe concrétise notre ancrage territorial à travers le soutien actif à l'économie locale, la création de lien social et la solidarité envers les publics vulnérables

AU CŒUR DU JEU

- Le football est notre meilleur outil éducatif, solidaire et inclusif. Cet axe déploie notre impact social par le soutien au monde amateur, la formation citoyenne de nos jeunes et l'accessibilité de la pratique au plus grand nombre.

3 000
cahiers des Ty-Zefs distribués aux U9-U10 des clubs affiliés au programme Le Football à La Pointe

250
jeunes bénéficiaires de l'opération « Le SB29 dans ton quartier »

+ 30
actions socio-éducatives réalisées avec les jeunes du Centre de Formation

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

TOMBOLA SOLIDAIRE : DÉMOCRATISER L'ENGAGEMENT POUR LA SANTÉ LOCALE

Afin de rendre la solidarité accessible à l'ensemble de ses supporters, le club a fait le choix stratégique des tombolas solidaires pour ses levées de fonds, via son partenaire Featuring. Ce format inclusif, véritable alternative aux ventes aux enchères, permet à chacun de s'engager selon ses moyens en tentant de remporter des lots portés et dédicacés. En offrant à toute notre communauté le pouvoir d'agir, cette mécanique a transformé le don en un véritable élan collectif. Deux actions majeures ont été menées cette saison : 2 197 € ont été reversés à la Ligue contre le cancer du Finistère, et 4 330 € au projet We Care du CHU de Brest, pour le financement d'un futur centre de prévention des cancers.



CLUB STRAVA : PROMOUVOIR LA PRATIQUE SPORTIVE AU QUOTIDIEN

Encourager notre communauté à bouger au quotidien pour son bien-être : c'est toute l'ambition du club Strava du SB29. Le club réunit aujourd'hui plus de 3 700 membres et transforme la ferveur autour du club en motivation à la pratique sportive. Cette saison, la mobilisation s'est traduite par 8 défis organisés en partenariat avec la Marine Nationale. Ce canal de communication ciblé auprès des sportifs est pertinent pour diffuser des messages de prévention et de sensibilisation autour de thématiques clés comme l'hydratation ou la nutrition sportive.



LE FOOTBALL À LA POINTE

Le Football à la Pointe accompagne le développement du football amateur sur le territoire en structurant un partenariat inédit entre le monde professionnel et les clubs locaux. Le programme, soutenu par le fonds de dotation du club et plus de 100 mécènes, s'articule autour de trois piliers :

- Le terrain : aider les clubs à mieux former leurs jeunes et leur faire vivre l'expérience Stade Brestois 29 ;
- Éducation et durabilité : transmettre les bons comportements sur et en dehors du terrain ;
- Nutrition et vitalité : encourager de meilleures habitudes de vie chez les jeunes licenciés.

75 clubs y sont déjà affiliés après seulement une saison de lancement !



LABELS ET CERTIFICATIONS
Label Fair Play For Planet

Fair Play For Planet

STADE RENNAIS F.C.

→ Depuis plusieurs saisons, le Stade Rennais F.C. inscrit son action globale dans une démarche sociétale et environnementale responsable. Conscient de l'impact d'un club de football professionnel sur son territoire et au-delà, le SRFC s'impose comme un acteur engagé, exemplaire et durable. La stratégie RSE du club s'appuie sur les directives et recommandations émises par la LFP et l'UEFA, et sur la vision portée par notre propriétaire, très engagé en faveur d'un développement respectueux de l'humain et de l'environnement. Elle vise à promouvoir l'inclusion, lutter contre les discriminations, œuvrer pour la santé des plus jeunes, rendre le football accessible à tous, et préserver l'environnement.

EGALITÉ & INCLUSION

- Le Stade Rennais FC s'engage à garantir à ses supporters un environnement respectueux, équitable et ouvert à tous, quels que soient le genre, l'origine, la religion, la couleur de peau ou le lieu de naissance, et s'attache à promouvoir des valeurs d'égalité, de mixité et d'inclusion, aussi bien dans la pratique du football que dans l'ensemble de ses activités.

LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS

- Le football, sport universel et fédérateur, ne saurait tolérer aucune forme de discrimination. Le Stade Rennais F.C. s'engage fermement à combattre toute manifestation de haine, sur et en dehors du terrain. En interne, le code éthique du club garantit ces dispositions.

FOOTBALL POUR TOUS

- Parce que le football est un vecteur de lien social, le Stade Rennais FC s'engage à en faciliter l'accès au plus grand nombre. Enfants défavorisés, personnes en situation de handicap, publics éloignés de la pratique sportive : le club soutient activement les projets d'inclusion par le sport, aussi bien en tant qu'activité physique qu'en tant que spectacle.

BIEN-ÊTRE & SANTÉ DES PLUS JELINES

- Depuis 2021, le SRFC s'attache à lutter activement contre la sédentarité et l'inactivité physique des enfants, un enjeu de santé publique majeur, grâce notamment à son programme phare Bouge !

PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

- Conscient de son impact écologique, le Stade Rennais F.C. inscrit la transition environnementale dans son projet global et met en œuvre plusieurs actions visant à réduire son empreinte et à encourager des comportements plus durables.

Près de 350
invitations ont été attribuées à une vingtaine d'organismes du territoire, afin de permettre au plus grand nombre d'assister aux rencontres des Rouge et Noir

89 %
des parents ont un avis positif sur le programme Bouge !

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

LA DICTÉE D'ELA AVEC QUENTIN MERLIN

Partenaire historique de l'Association ELA, le Stade Rennais F.C. a participé à la traditionnelle dictée d'ELA, organisée dans le cadre de la campagne « Mets tes baskets et bats la maladie ». Cette initiative sensibilise les élèves à la lutte contre les leucodystrophies, des maladies génétiques rares qui touchent principalement les enfants. Cette année, Quentin Merlin a endossé le rôle de professeur en lisant la dictée devant deux classes de 5e du Collège Notre-Dame du Vieux Cours, à Rennes. Une action qui illustre l'engagement du club en faveur de la solidarité et de la sensibilisation des plus jeunes.



UN ACCUEIL RENFORCÉ POUR LES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Le Stade Rennais F.C. poursuit son engagement en faveur de l'inclusion en développant un dispositif complet destiné à améliorer l'expérience des personnes en situation de handicap les jours de match. Parmi les principales mesures mises en place :

- Un système d'audiodescription permettant aux supporters non-voyants et malvoyants de vivre pleinement la rencontre ;
- Une équipe de stadiers dédiée, identifiable par une tenue verte, pour accompagner les spectateurs dès leur arrivée au stade ;
- Un service de restauration à la place, permettant de commander boissons et encas sans avoir à se déplacer.

À travers ces initiatives, le club réaffirme sa volonté de garantir un accès égalitaire à l'expérience du Roazhon Park.

BOUGE ! TA CLASSE : UNE NOUVELLE SAISON POUR CONTINUER À FAIRE BOUGER LES ÉCOLIERS

Depuis 2021, le Stade Rennais F.C. déploie le programme Bouge !, une initiative visant à lutter contre la sédentarité et à replacer l'activité physique au cœur du quotidien des enfants. Grâce à Bouge ! ta classe, des centaines d'élèves du primaire débutent leurs journées par des séances d'activités imaginées par les élèves eux-mêmes, favorisant le mouvement, la créativité et la concentration.



RENCONTRE SRFC X SECTION+ US VERN : LE SPORT COMME VECTEUR D'INCLUSION

Dans le cadre de son engagement en faveur de l'inclusion sociale et du programme Bouge !, le Stade Rennais F.C. a accueilli la Section+ de l'US Vern Football, qui permet à des enfants et adolescents en situation de handicap mental, psychique ou cognitif de pratiquer le football dans un environnement adapté. Cette rencontre a réuni une vingtaine de jeunes de la génération 2010 du Stade Rennais F.C. et autant de membres de la Section+, âgés de 5 à 16 ans. Au-delà de la pratique sportive, cette journée a favorisé le partage, la découverte de l'autre et la sensibilisation au handicap, dans un esprit de respect et de convivialité.



TOULOUSE FC

→ La politique RSE du Toulouse Football Club est portée par sa fondation qui s'appuie aussi sur un fonds de dotation, Toulouse Football Cœur, avec comme leitmotiv « pour un football citoyen ». Le club se positionne comme un acteur engagé et qui rassemble sur des problématiques concrètes et actuelles, pour avoir un impact durable sur le territoire. Le tout est soutenu par une politique de mécénat dynamique permettant de créer un cercle d'entraide et de générosité pour contribuer ensemble à l'intérêt général.

Trois piliers se dégagent :

DIVERSITÉ, ÉGALITÉ & INCLUSION

Un Club pour toutes et tous :
- Politique handicap et lutte contre les VSS ;
- Supportrices.

TERRITOIRE

Contribuer activement à la communauté et soutenir les plus fragiles :
- Programme « Dribblons les discriminations » en écoles et collèges ;
- Actions dans les quartiers prioritaires de la ville ;
- Soutien à des projets locaux et précarité.

ENVIRONNEMENT

Vers un club plus durable :
- Mesurer nos émissions de GES ;
- Agir concrètement.

56 000 €
collectés par Toulouse Football Coeur pour soutenir nos projets et des causes solidaires sur notre territoire

+1 000
places offertes à des publics fragilisés

+550
enfants rencontrés dans le cadre de «Dribblons les discriminations»

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

GALA CARITATIF

À l'occasion de la 5ème édition de son Gala Caritatif hivernal, le Toulouse Football Club a organisé une soirée placée sous le signe de la solidarité, réunissant environ 130 invités au Stadium autour d'un format ludique et convivial. La soirée a notamment été rythmée par des enchères solidaires autour de boîtes mystères, permettant de collecter près de 23 700 € grâce à l'ensemble des acquéreurs. Cette somme a permis de déployer les projets du fonds de dotation Toulouse Football Cœur et de soutenir des actions locales dans les domaines de la lutte contre la précarité et de la promotion de la santé.



LE MATCH LE PLUS INCLUSIF

À l'occasion de la réception du FC Lorient le 21 mars 2026, le Toulouse FC a accueilli la première édition en France du « Match le plus Inclusif », un événement co-organisé avec la LFP imaginé pour favoriser l'inclusion des supporters en situation de handicap et la diversité au Stadium. La rencontre a notamment été rythmée par des animations de sensibilisation au handicap, un protocole d'avant-match en mixité handi-valide avec 47 enfants et adolescents porteurs de handicap, l'accueil de jeunes souffrant de troubles autistiques dans une salle sensorielle, le renforcement des dispositifs d'accessibilité, ainsi que plus de 200 invitations offertes à différentes associations locales.



DRIBBLONS LES DISCRIMINATIONS

À l'occasion de la rencontre entre le Toulouse FC Féminines et le FC Metz le 14 mars 2026, le programme éducatif du Club a permis de sensibiliser 550 écoliers et collégiens à la lutte contre les discriminations et les stéréotypes de genre dans le sport. À travers des ateliers, des échanges et des moments forts, les jeunes ont pu aborder le respect, l'écoute et le vivre-ensemble, notamment lors d'actions menées dans les écoles et collèges avec des joueurs, des joueuses et la Maison du Sport au Féminin. Ils ont également pu visiter le Stadium, assister à un match des féminines et mettre à l'honneur leurs banderoles de supporters citoyens.



PROGRAMME SPORT-SANTÉ

Tout au long de la saison 2025-2026, le Toulouse FC a poursuivi son engagement en faveur de l'inclusion sociale à travers le déploiement de son programme Foot Santé, 100 % gratuit et à destination des seniors. Depuis janvier 2026, des seniors âgés de 57 à 85 ans ont participé chaque semaine à des séances de FitFoot adaptées, encadrées par un éducateur de la Fondation TFC. L'objectif : favoriser le maintien de la condition physique dans l'avancée en âge, le lien social et la lutte contre l'isolement. Le programme a également permis aux participants de prendre part à des sorties culturelles et d'assister à plusieurs rencontres du club.



LA RSE DANS LES CLUBS
LIGUE 2 BKT



AS NANCY LORRAINE

LIGUE 2 BKT

→ L'AS Nancy Lorraine a formalisé une stratégie RSSEE pour la première fois cette saison, afin de structurer les actions menées depuis plusieurs saisons et de leur donner davantage de cohérence, de lisibilité et d'impact. La stratégie poursuit un objectif d'amélioration continue, avec la volonté de mieux suivre et évaluer les actions engagées en mobilisant d'avantage l'ensemble du club dans ces actions.

SOCIAL

- Accompagnement global des joueurs et salariés, avec une attention particulière portée au centre de formation à travers des actions de prévention, de santé, d'éducation, de citoyenneté et d'insertion.

SOCIÉTAL

- Renforcement de l'ancrage territorial du club grâce à des partenariats avec les acteurs locaux, des campagnes solidaires, des actions en faveur de l'accessibilité, des programmes éducatifs et des sensibilisations afin de lutter contre toutes les formes de discrimination.

ENVIRONNEMENTAL

- Réduction progressive de l'empreinte environnementale du club à travers l'optimisation des déplacements, le développement des mobilités durables, la maîtrise des consommations et l'intégration de critères environnementaux dans ses pratiques.

ÉCONOMIQUE

- Développement d'un modèle économique responsable, fondé sur une gestion maîtrisée, des partenariats de proximité et la pérennité du club.

1 250
jeunes sensibilisés via les Trophées du Fair-Play

+ 60
interventions éducatives auprès des jeunes du centre de formation sur les trois dernières saisons

12 380 KM
parcourus en mobilité durable (bus + train) par le groupe professionnel sur 18 232 km de déplacements lors de la saison 2025/2026, soit près de 68 % des kilomètres effectués

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

LES TROPHÉES DU FAIR-PLAY

Depuis 18 éditions, les Trophées du Fair-Play constituent l'action sociétale emblématique de l'AS Nancy Lorraine. Ce programme utilise le football comme un levier d'éducation et de citoyenneté en organisant 5 étapes, principalement dans des quartiers prioritaires et des communes de la banlieue nancéienne, avant une finale au Stade Marcel Picot. À chaque date, près de 250 enfants participent à des rencontres où le comportement citoyen est valorisé au même titre que la performance sportive. Chaque étape est également accompagnée d'un Village Citoyen, réunissant des associations locales autour des thématiques de santé, de solidarité, d'environnement et de lutte contre les discriminations.



CHARTE ONE TEAM

Depuis 2025, l'AS Nancy Lorraine est engagée dans le programme One Team, porté avec la Métropole du Grand Nancy, les clubs sportifs professionnels du territoire et SOS Racisme. La signature de cette charte commune illustre l'engagement des acteurs sportifs métropolitains en faveur de l'égalité des chances, de l'inclusion et de la lutte contre toutes les formes de discrimination. Ce partenariat se traduit par des actions de sensibilisation menées auprès des jeunes du territoire, des actions de sensibilisation plusieurs fois dans les tribunes du stade.



SENSIBILISATION DES JEUNES DU CENTRE DE FORMATION

Tout au long de la saison, l'AS Nancy Lorraine poursuit un programme d'accompagnement éducatif destiné aux joueurs de son centre de formation. En complément des nombreuses interventions réalisées avec des associations, des institutions et des experts sur des sujets tels que la santé mentale, les discriminations, le consentement, le cyberharcèlement ou les conduites à risque, le club organise également des actions de terrain comme une journée de sensibilisation en Forêt de Haye, consacrée à la découverte de la biodiversité et à la préservation de l'environnement. Cette démarche vise à former des sportifs responsables, conscients des enjeux citoyens, sociaux et environnementaux, au-delà de leur parcours sportif.



AS SAINT-ÉTIENNE

LIGUE 2 BKT

→ Vert l'Avenir, Notre But ? Faire de notre club une source d'engagement, à domicile comme à l'extérieur.

MOBILISER TOUTES NOS ÉNERGIES POUR RÉPONDRE À L'URGENCE CLIMATIQUE

- Limiter l'empreinte environnementale du club et de ses activités.
- Sensibiliser et former nos équipes sur les enjeux environnementaux.
- Contribuer à préserver la biodiversité de notre territoire.

NOURRIR TOUTES LES ENVIES D'AGIR

- Placer nos supporters au cœur de notre transformation.
- Inspirer une alimentation plus saine et respectueuse du vivant.
- Nouer des partenariats innovants, créateurs de valeurs responsables.

JOUER COLLECTIF AU NOM DE LA SANTÉ, DE LA SOLIDARITÉ ET DE L'INCLUSION

- Rassembler autour du foot pour vivre et grandir ensemble.
- Mener des actions citoyennes porteuses de sens.
- Encourager la solidarité face à la maladie.

LABELS ET CERTIFICATIONS — Label Fair Play For Planet

113 831 €
Somme reversée à l'institut de Myologie de l'hôpital de la Pitié Salpêtrière de Paris suite au Match des Héros organisé à Geoffroy-Guichard le 31 mai 2026

3
Nombre d'équipes de foot fauteuil au sein de la section (le seul club professionnel français à avoir une section foot fauteuil pleinement intégrée au sein du club)

1ÈRE MONDIALE
Une enfant handicapée joue "Allez les Vert" l'hymne du club en direct devant 38 000 spectateurs grâce au Maestro

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

FOOT FAUTEUIL

Depuis sa création en 2016, la section Foot Fauteuil de l'ASSE Cœur-Vert AÉSIO mutuelle poursuit son développement et confirme son ambition sportive. Aujourd'hui, trois équipes portent les couleurs du club dans les championnats de France de 1ère, 2ème et 4ème division. Discipline unique pratiquée à l'aide de fauteuils électriques, elle permet à des personnes en situation de handicap très lourd d'accéder à une pratique compétitive de haut niveau. Avec trois joueurs devenus internationaux sous les couleurs stéphanoises, dont deux en équipe de France et un en équipe d'Espagne, et un budget annuel de 90 000 €, la section s'affirme comme une référence du foot fauteuil tout en portant les valeurs d'inclusion et d'accessibilité du club.



MATCH DES HÉROS

Le 31 mai 2026, le stade Geoffroy-Guichard a accueilli le Match des Héros, un événement caritatif organisé au profit de la lutte contre la maladie de Charcot. Devant près de 20 000 spectateurs, personnalités du sport et célébrités se sont mobilisées pour sensibiliser le grand public à cette maladie neurodégénérative et soutenir la recherche. Grâce à l'engagement des participants, des partenaires et du public, 113 831 € ont été reversés au Téléthon au bénéfice de l'Institut de Myologie de l'hôpital de la Pitié-Salpêtrière à Paris. Une belle démonstration de solidarité portée par les valeurs du club.



OCTOBRE ROSE

Chaque année, l'ASSE et ASSE Cœur-Vert se mobilisent à l'occasion d'Octobre Rose afin de sensibiliser au dépistage et de soutenir la lutte contre le cancer. Parmi les temps forts, l'événement « Plus fortes ensemble » a permis de mettre en lumière cette cause essentielle auprès des supporters et du grand public. Tout au long du mois d'octobre, des maillots spécifiques portés par les équipes masculine et féminine ont été vendus aux enchères, tandis qu'une gamme dédiée était proposée en boutique, avec l'intégralité des recettes reversée à la Ligue contre le Cancer. Cette mobilisation collective a permis de remettre plus de 30 000 € à l'association à l'occasion de la rencontre ASSE-ASNL, illustrant l'engagement solidaire du club au-delà du terrain.



MAESTRO : LA MUSIQUE COMME VECTEUR D'INCLUSION ET DE PARTAGE

À travers le projet Maestro, ASSE Cœur-Vert place la musique au service de l'inclusion. Grâce au financement d'un dispositif remis à un Institut Médico-Éducatif (IME), des personnes en situation de handicap ou atteintes de troubles cognitifs peuvent créer facilement leurs propres compositions musicales en associant sons, accords, instruments et rythmes. Cette initiative a donné lieu à un moment fort lorsque l'un des jeunes bénéficiaires a interprété sa propre version de l'hymne des Verts devant près de 38 000 spectateurs à Geoffroy-Guichard, lors de l'entrée des joueurs du match ASSE-Troyes. Une démonstration inspirante du pouvoir de la musique comme vecteur de partage, d'expression et d'inclusion.



CLERMONT FOOT 63

LIGUE 2 BKT

→ Depuis plusieurs saisons, le Clermont Foot 63 s'inscrit dans une dynamique d'engagement fort sur le territoire et parvient à se placer comme un acteur impliqué au service de l'inclusion, de la jeunesse, de l'environnement et du lien social. Cette saison, chaque action RSE du club a porté le label Cœur Rouge & Bleu, la marque d'engagement du Clermont Foot 63.

SANTÉ & SOLIDARITÉ

- Utiliser la notoriété du club pour soutenir les causes de santé publique du territoire.

INCLUSION & HANDICAP

- Faire du Clermont Foot 63 le club de référence de l'inclusion sur le territoire auvergnat.

TERRITOIRE & PARTAGE

- Renforcer le lien entre le club, les habitants et les passionnés de football en Auvergne.

900

contacts générés lors de la 5ème édition du Forum de l'Emploi, donnée record

40

entreprises issues de secteurs d'activité variés présentes au Forum de l'Emploi

1

match dédié à la sensibilisation à l'autisme en association avec la Fondation Jacques Chirac

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

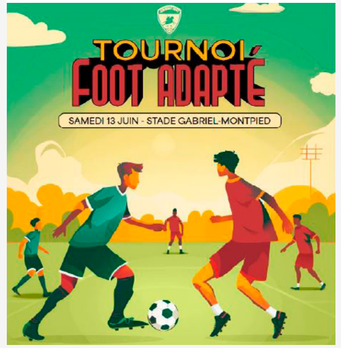
NOTRE BUT, LEUR RENDRE L'AUDITION

À l'occasion de la 28ème journée de Ligue 2 BKT, le Clermont Foot 63 s'est associé au CHU de Clermont-Ferrand pour soutenir une cause majeure : redonner l'audition aux enfants atteints de surdité sévère ou profonde. Le club a choisi d'accompagner le projet innovant Robotol, dédié à l'implantation cochléaire robotisée, afin de contribuer à l'amélioration de la prise en charge de ces jeunes patients et à leur intégration sociale. Pour sensibiliser le public et soutenir financièrement cette initiative, les joueurs ont porté un maillot collector lors du match face au Red Star. L'ensemble des bénéfices issus de sa mise aux enchères a été reversé au projet, au bénéfice des enfants et de leurs familles.



TOURNOI DE FOOT ADAPTÉ

Le Clermont Foot 63 a organisé au stade Gabriel-Montpied une journée dédiée au Para Foot Adapté, réunissant huit équipes issues du Puy-de-Dôme, de la Corrèze et de la Creuse. À travers un tournoi et plusieurs animations, l'événement a permis de promouvoir une pratique du football accessible aux personnes en situation de handicap ou à mobilité réduite. Cette initiative a offert aux participants l'opportunité de vivre leur passion dans un cadre professionnel tout en sensibilisant le public aux enjeux de l'inclusion par le sport.



L'ÉCOLE DES CHAMPIONS

Le Clermont Foot 63 adhère depuis plusieurs saisons au programme « L'École des Champions » mené par Clermont Auvergne Métropole, permettant à ses joueurs d'aller à la rencontre des élèves du territoire. Ces échanges offrent aux enfants l'opportunité de découvrir le quotidien de sportifs professionnels, de poser leurs questions et de partager un moment privilégié avec eux. Pour prolonger l'expérience, les classes participantes sont invitées à assister à un match au Stade Gabriel-Montpied. Une initiative qui favorise la transmission de valeurs positives, le dialogue et l'inspiration des plus jeunes à travers le sport.



EA GUINGAMP

LIGUE 2 BKT

→ L'En Avant Guingamp avance pas à pas vers une stratégie RSE à long terme. Cette année a été marquée par des échanges avec plusieurs parties prenantes (partenaires, institutions, Région) afin de poser les bases de la démarche et d'initier une première phase de sensibilisation interne, notamment auprès des équipes administratives. Ce processus est encore en construction et évoluera au fil des saisons : l'objectif est de structurer notre engagement pour qu'il ait encore plus d'impact, au service de notre territoire et de nos valeurs.

ENVIRONNEMENT

- Le club cherche à réduire son impact écologique en privilégiant des solutions durables, telles que : la promotion du covoiturage l'utilisation des gourdes au centre d'entraînement, l'amélioration de la biodiversité au centre d'entraînement avec affichage informatif, l'amélioration de la performance énergétique de ses infrastructures avec le développement de l'éclairage LED, des mesures de sobriété énergétique ou encore le choix d'un fournisseur d'électricité verte...

ÉDUCATION

- Convaincu que le sport est un vecteur d'apprentissage et d'épanouissement, EAG accompagne la formation des jeunes à travers son fonds de dotation KAP La Vie (avec newsletter pour diffusion, du projet de mise en place d'une filière dans un lycée (BPJEPS) en lien avec le club, de formation premier secours, à la nutrition, à la biodiversité..., et l'aide à la construction d'un parcours professionnel.

INCLUSION / SPORT POUR TOUS

- Fidèle à ses valeurs de solidarité et d'ouverture, le club œuvre pour rendre le football accessible à tous et renforcer les liens sociaux : remise à jour des informations PMR/PSH et de la signalétique, sensibilisation VSS, soutien aux associations via l'association de supporter des Kalon, soutien des banques alimentaires via les jeunes du club, ...

+ 150 H
de soutien scolaire

Près de 10
acteurs internes et externes mobilisés autour d'un même événement

10
partenaires et collaborateurs ayant participé au marathon/semi-marathon

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

KAP LA VIE
DU LANCEMENT À LA CONSOLIDATION

Après une première saison consacrée à sa création et à la mise en place du KapKorner, Kap La Vie a franchi une nouvelle étape dans son développement. Le fonds dispose désormais d'une organisation dédiée et d'un programme d'actions régulier pour accompagner les jeunes dans toutes les dimensions de leur parcours. Au cours de l'année, plus de 150 heures de soutien scolaire ont été dispensées, avec 100 % de réussite aux examens de fin d'année, tandis que plus de 20 sessions de sensibilisation ont été organisées. Nutrition, gestion du budget, préparation à la vie professionnelle, premiers secours, gestion de l'image ou découverte de nouvelles pratiques sportives viennent désormais compléter l'accompagnement proposé. Cette montée en puissance repose également sur un réseau de 35 partenaires, dont plusieurs participent directement aux actions menées auprès des jeunes. Enfin, Kap La Vie commence à élargir son champ d'action au territoire, à travers des projets liés à l'emploi, à l'aide à l'enfance ou au soutien d'initiatives sportives locales.



UN MATCH RSE
POUR FÉDÉRER LES ACTEURS DU TERRITOIRE

L'organisation d'un match dédié à la RSE autour de la section féminine a constitué l'un des temps forts de la saison. Cet événement a permis de réunir une dizaine d'acteurs internes et externes autour de différentes thématiques liées à l'engagement du club : environnement, inclusion, sport pour tous, solidarité et sensibilisation. Associations, partenaires, acteurs sportifs et structures du territoire ont ainsi été mobilisés afin de proposer des animations et de valoriser leurs actions auprès du public. Au-delà de l'événement lui-même, cette initiative marque une nouvelle étape dans le déploiement de la démarche RSE du club, avec la volonté de renforcer progressivement l'implication des parties prenantes externes. Elle illustre également le rôle que peut jouer le football professionnel comme point de rencontre entre les acteurs d'un territoire et comme vecteur de sensibilisation auprès d'un large public.



SPORT-SANTÉ
FAVORISER L'ACTIVITÉ PHYSIQUE ET LE BIEN-ÊTRE DES COLLABORATEURS

La promotion de l'activité physique et du bien-être constitue un nouvel axe de travail au sein du club. Après la participation de plusieurs collaborateurs au Marathon Centre Bretagne, cette dynamique va se poursuivre avec l'ouverture de la salle de sport du club aux équipes administratives et la mise en place de cours de yoga. Ces actions visent à faciliter l'accès à une pratique physique régulière, à favoriser le bien-être au travail et à renforcer la cohésion entre les salariés. Elles permettent également de prolonger l'engagement du club autour du sport-santé au-delà des événements ponctuels, en l'intégrant davantage au quotidien des collaborateurs. À travers ces initiatives, En Avant Guingamp souhaite faire de l'activité physique un véritable levier de santé, de qualité de vie au travail et de dynamique collective.



ESTAC TROYES

LIGUE 2 BKT

→ Depuis l'été 2026, l'ESTAC a repensé sa stratégie RSE. Cette démarche est désormais portée par le programme « ESTAC Responsable », qui constitue la feuille de route RSE du Club. Ce programme s'articule autour de trois piliers, sur lesquels sont répartis un total de 10 engagements :

TERRAIN DURABLE

- Réduire l'empreinte environnementale du Club ;
- Développer une économie plus circulaire ;
- Maîtriser les consommations d'eau et d'énergie ;
- Favoriser la biodiversité locale.

TOUS SUR LE MÊME TERRAIN

- Renforcer notre impact territorial ;
- Promouvoir l'inclusion et l'accessibilité ;
- Développer les actions solidaires et assurer la protection des publics.

AGIR DURABLEMENT

- Développer le potentiel humain ;
- Promouvoir une culture responsable ;
- Renforcer une gouvernance exemplaire et transparente.

Ces engagements sont déclinés en actions opérationnelles, plans d'action et indicateurs de performance permettant de mesurer l'avancement du programme et d'en assurer le pilotage dans le temps. À travers ESTAC Responsable, le Club affirme sa volonté d'agir durablement au service de son territoire, de ses collaborateurs, de ses supporters, de ses partenaires et de l'ensemble de ses parties prenantes.

LABELS ET CERTIFICATIONS

Label Employeur Handi-Engagé

Label Fair Play For Planet

4 001
contrats de vacation conclus pour les jours de match, dont 99% pour des citoyens de l'Aube

3 242
enfants ont partagé un moment avec nos joueurs

2ÈME FOIS
Lauréat du Grand Prix de l'Open Football Club

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

FEMMES DE MARS

Menée par l'ESTAC, avec le District Aube de Football et la Ligue Grand Est de Football, l'opération Femmes de Mars a valorisé la place des femmes dans le sport à travers la mise en lumière de 24 femmes inspirantes auboises et une journée de match dédiée au Stade de l'Aube. Licenciées, supportrices, bénévoles et partenaires y ont été réunis autour de temps forts symboliques, illustrant la place des femmes à tous les niveaux du football. L'initiative a également bénéficié d'une forte visibilité, avec plus de 100 000 vues sur les réseaux sociaux et une importante couverture médiatique.



GRAND PRIX DE L'OPEN FOOTBALL CLUB

Organisé par la Fondation du Football, le Festival Open Football Club récompense chaque année les initiatives citoyennes et artistiques menées par les centres de formation et les Pôles Espoirs français. À l'occasion de la 4ème édition, le Centre de Formation de l'ESTAC a remporté le Grand Prix, saluant la qualité du projet porté par ses jeunes joueurs.

Accompagnés par l'équipe socio-éducative du Centre de Formation, 13 joueurs U16-U17 ont imaginé, conçu et réalisé un clip de sensibilisation contre les violences faites aux femmes. De l'écriture au tournage, ils se sont pleinement investis dans ce projet, portant un message fort autour du respect, de l'égalité et de la lutte contre les violences.

Ce succès, décerné par un jury national réunissant la Fondation du Football et les Pôles Espoirs français, illustre la volonté de l'ESTAC de faire de son Centre de Formation un lieu où l'on forme des citoyens responsables autant que des sportifs de haut niveau.

Découvrez le clip réalisé par les jeunes du Centre de Formation.

UNE JOURNÉE INOUBLIABLE POUR LOUIS

À l'occasion de la réception de Rodez, l'ESTAC a offert une journée exceptionnelle à Louis, 6 ans, atteint d'épidermolyse bulleuse. Après avoir découvert les coulisses du Club et partagé un moment privilégié avec les joueurs et le staff, il a eu l'honneur de donner le coup d'envoi fictif de la rencontre aux côtés de sa mère, fondatrice de l'association « Louis, l'Enfant Papillon ». En parallèle, une tombola solidaire, organisée avec le Téléthon et les joueurs du Centre de Formation, a permis de récolter plus de 1 000 € au profit de la recherche sur les maladies rares. Bien plus qu'une simple journée, cette initiative témoigne de la volonté de l'ESTAC de mettre la force du collectif et les émotions du football au service de la solidarité, en apportant son soutien aux enfants malades et à leurs familles.



GRANDIR ENSEMBLE GRÂCE AU FOOTBALL

Pendant plus d'un mois, les élèves de Première du Centre de Formation de l'ESTAC ont mené un projet avec les enfants du Centre Départemental de l'Enfance (CDE), mêlant ateliers, jeux et séances de football adaptées. Cette initiative a offert aux jeunes du CDE des moments de partage et de pratique sportive dans un cadre bienveillant, tout en permettant aux joueurs de l'ESTAC de développer leur sens des responsabilités, leur empathie et leur engagement. Une action qui illustre l'ambition du club de former des citoyens autant que des footballeurs.



Ça joue !

FC ANNECY

LIGUE 2 BKT

→ Une phrase magique, une singularité linguistique… aux 4 coins de notre territoire résonne cette petite musique. Un territoire historique, unique, à l'identité forte, préservé et dynamique. Un territoire qui nous est cher et dont le FC Annecy se fait le porte étendard, depuis son boulevard, fier. « Ça joue ! » peut prendre plusieurs sens, de « ça va ! » à « je suis d'accord ! » en passant par « ça marche ». Et ici, ça joue dans tous les sens du terme. Sur le rectangle vert évidemment, mais aussi dans les 3 piliers portés par notre démarche RSE.

PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT, ÇA JOUE VERS L'AVANT

Sauvage, préservé, majestueux… Hériter d'un territoire comme le nôtre, entre lac et montagnes, est une chance. Il s'agit également d'une responsabilité. Celle de le chérir, le protéger, le préserver tout en le partageant. Nos actions qui s'inscrivent désormais dans un cadre structuré, émanant d'une stratégie en 3 étapes destinée à les renforcer:

- Réalisation d'un bilan carbone ;
- Définition des objectifs de réduction d'impact et mise en place du plan d'actions ;
- Évaluation annuelle des actions et évolution du programme.

ÉCONOMIE LOCALE, ÇA JOUE EN ÉQUIPE

- Le FC Annecy fédère et avance en partenariat avec tous les acteurs économiques de Haute-Savoie et de Savoie. Toutes tirent vers le même but : faire gagner notre territoire. Dans le cadre de notre stratégie RSE, nous souhaitons renforcer nos liens, favoriser l'écoute et la poursuite d'objectifs communs.

ACTIONS SOLIDAIRES, ÇA JOUE COLLECTIF

- Faire circuler, faire des passes, courtes, longues, transversales. En bloc, en équipe, pour prendre du plaisir ensemble, aller de l'avant et se créer des occasions de faire société, ensemble. Le FC Annecy, c'est se réunir tous ensemble pour vibrer les soirs de match. Et c'est bien plus ! C'est aussi faire le lien entre les générations, favoriser l'intégration et lutter contre les discriminations et les inégalités. Dès 2015, de nombreuses actions ont été mises en œuvre pour lutter contre les discriminations et contribuer à une société plus inclusive : sections dédiées aux personnes en situation de handicap, Octobre Rose, soutien aux Restos du Cœur, sessions de Futsal pour les enfants des écoles et des quartiers d'Annecy.

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

50
places de parking à vélo dans l'enceinte du Stade

3 500 €
récoltés par la vente aux enchères de maillots pour le fonds de dotation

2
Collecte de dons au profit des associations Un geste, un sourire Annecy et Blouse Rose

8ÈME ÉDITION DU TOURNOI CAP O FOOT

Organisé depuis 2017 par le FCA Social Club, le fonds de dotation du FC Annecy, en partenariat avec le Comité départemental du sport adapté de Haute-Savoie, CAP O FOOT est devenu un rendez-vous incontournable du club. Cet événement célèbre un football ouvert à tous, fondé sur les valeurs d'inclusion, de partage et de solidarité.

En 2026, près de 190 joueurs et joueuses en situation de handicap psychique ou mental, venus d'établissements spécialisés de Haute-Savoie et de l'Ain, ont participé à une journée rythmée par des ateliers ludiques, des animations, des matchs et des temps de convivialité. Les participants ont également eu le plaisir de rencontrer les joueurs de l'équipe professionnelle, venus partager un moment privilégié à leurs côtés.

Mobilisant bénévoles, éducateurs, partenaires, jeunes licenciés et joueurs professionnels, cette journée illustre pleinement l'engagement du FC Annecy en faveur du sport adapté. Bien plus qu'un événement sportif, CAP O FOOT fait du football un véritable vecteur d'inclusion, de lien social et de solidarité.



GRENOBLE FOOT 38

LIGUE 2 BKT

→ **Pour la saison 2025-2026, le club a fait le choix de mettre en retrait le programme baptisé GF Engagement, pensé comme la vitrine de l'engagement responsable du club, pour se recentrer sur une logique d'action concrète et de terrain.**

Cette réorientation s'est traduite par une stratégie de durabilité sociale et environnementale formalisée, organisée autour de six piliers opérationnels directement rattachés au calendrier sportif de la saison :

- **Solidarité et lutte contre la précarité**
- **Éducation, culture et jeunesse**
- **Santé, bien-être et accompagnement des plus fragiles**
- **Sport durable et environnement**
- **Égalité, mixité et développement du sport féminin**
- **Engagement citoyen, bénévolat et intégrité**

Le club aborde cette transition avec transparence : après une saison consacrée avant tout à l'action, la structuration formelle de la gouvernance RSE, y compris la question d'un éventuel repositionnement d'une marque dédiée type GF Engagement, constitue un chantier de la saison 2026/2027, selon une logique progressive consistant à agir, puis structurer, puis mesurer.

3 300 €
récoltés par le service RSE du club et intégralement reversés à des causes solidaires

1 320
places de match offertes à des publics associatifs, hospitaliers et sensibles tout au long de la saison

58
associations, clubs et structures directement soutenus ou accompagnés par le club sur la saison

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

DÉVELOPPEMENT DU SPORT FÉMININ

Tout au long de la saison, le GF38 a multiplié les initiatives en faveur du développement du football féminin. Parmi les temps forts : une photo officielle réunissant pour la première fois les équipes premières masculine et féminine, une conférence de presse animée par les U15 féminines, ainsi qu'un match de Coupe de France disputé au Stade des Alpes. Le club a également favorisé les échanges entre sportives de différentes disciplines, impliqué régulièrement les joueuses dans ses actions RSE et organisé des événements dédiés au leadership au féminin et à la lutte contre le sexisme en entreprise, affirmant ainsi son engagement en faveur de l'égalité et de la visibilité du sport féminin.



OCTOBRE ROSE

À l'occasion d'Octobre Rose, le GF38 a mené une campagne de sensibilisation avec le Groupe Hospitalier Mutualiste, mobilisant ses équipes masculine et féminine. Maillots dédiés, vidéo de prévention, affiches et stands de sensibilisation à l'autopalpation ont rythmé les rencontres des 17 et 18 octobre 2025. Une vente et une mise aux enchères de maillots ont permis de récolter « 1 100 € », reversés au Groupe Hospitalier Mutualiste et à la Ligue contre le cancer Isère. L'opération s'est également accompagnée de l'invitation de « 250 personnes » aux rencontres, renforçant la portée solidaire de cette campagne.



PARTENARIAT ENTRE LE GF38 ET LE MUSÉE DE GRENOBLE

Le GF38 a renforcé son partenariat avec le musée de Grenoble à travers un projet mêlant football, bande dessinée et création artistique. Six joueurs de l'équipe U17 Nationale ont collaboré avec le dessinateur Nicolas Kéramidas à la réalisation d'une œuvre originale retraçant le parcours d'un jeune footballeur, présentée au Stade des Alpes puis diffusée en 450 exemplaires. Tout au long de la saison, ce partenariat s'est également traduit par des visites guidées et des ateliers au musée pour les jeunes licenciés du club, favorisant leur ouverture culturelle et leur accès au patrimoine grenoblois.



LE MANS FC

LIGUE 2 BKT

→ À travers ses différentes initiatives, Le Mans FC affirme son rôle d'acteur engagé dans la vie de son territoire. Le club développe des actions concrètes en faveur de l'inclusion, de la solidarité, de la jeunesse et du développement de la pratique sportive.

ANCRAGE TERRITORIAL

- Le club renforce ses liens avec les acteurs locaux, les clubs amateurs et les institutions pour contribuer à la dynamique du territoire sarthois.

INCLUSION & SOLIDARITÉ

- Le club s'engage auprès de publics et de causes variés, notamment en faveur des personnes en situation de handicap, des enfants hospitalisés ou encore à travers des actions de solidarité.

JEUNESSE & DÉVELOPPEMENT DU FOOTBALL

- Le club œuvre pour transmettre les valeurs du sport et favoriser l'accès à la pratique, notamment auprès des jeunes, des clubs amateurs et dans le développement du football féminin.

+2 000
participants pour la 3ème édition d'Un But pour l'Emploi !

300
jeunes joueuses sarthoises U11 et U15 réunies pour l'opération « Les Rencontres du Football Amateur »

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

3ÈME ÉDITION D'« UN BUT POUR L'EMPLOI »

Pour sa 3ème édition, « Un But pour l'Emploi » a réuni Le Mans FC, Le Mans Métropole et l'ensemble de leurs partenaires pour jouer les passeurs décisifs entre recruteurs et candidats au Stade Marie-Marvingt. Avec plus de 2 000 participants et plus de 1 000 opportunités professionnelles proposées, ce grand forum gratuit rassemble entreprises, structures de l'économie sociale et solidaire, associations, organismes de formation et chercheurs d'emploi, pour des rencontres professionnelles et humaines.



VISITE AUX ENFANTS DU CENTRE HOSPITALIER

Accompagnés par le mouvement solidaire de l'UNFP Players For Society, les groupes professionnels du Mans FC ont rendu visite aux enfants accueillis à la pédiatrie du Centre Hospitalier Le Mans. Une après-midi riche en émotions, placée sous le signe des sourires, du partage et de la complicité, autour de parties de cartes et de baby-foot. Staffs, joueurs et joueuses sont venus avec quelques cadeaux et, on l'espère, ont apporté un peu de légèreté et de joie aux jeunes patients.



LES RENCONTRES DU FOOTBALL AMATEUR

Après le succès de la précédente édition ayant permis à 2 000 jeunes licenciés U11 de fouler la pelouse du Stade Marie-Marvingt, « Les Rencontres du Football Amateur » a été reconduit en 2026 dans un format entièrement dédié au football féminin. Coorganisé par le Stade Marie-Marvingt, le District de la Sarthe de Football et Le Mans FC, l'événement à réunit 300 jeunes joueuses U11 et U15 du département. Une journée placée sous le signe du sport, du partage et de la découverte, avec une immersion au cœur de l'environnement du haut niveau.



MONTPELLIER HÉRAULT SC

LIGUE 2 BKT

INCLUSION, ÉDUCATION & ENTRAIDE

- Renforcer le rôle social du club sur son territoire.
- Organiser des opérations et favoriser l'inclusion.
- Collaborer avec les écoles, associations locales, hôpitaux, clubs amateurs pour transmettre des valeurs citoyennes par le sport.
- Favoriser l'accessibilité de nos rencontres aux SSH.
- Lutter contre toutes formes de discrimination.

GOUVERNANCE TRANSPARENTE & PARTICIPATIVE

- Impliquer les parties prenantes dans le processus décisionnel RSE et rendre les décisions plus inclusives.
- Créer un comité RSE.
- A terme, publier chaque année notre rapport RSE.
- Inscrire notre politique RSE dans les projets à venir.

DÉVELOPPEMENT LOCAL & DURABLE

- Contribuer au développement économique et au maillage territorial.
- Encourager le mécénat et les financements participatifs autour des projets du fonds de dotation.
- Etablir et mettre en place une politique d'achats responsables et engager les fournisseurs au maximum.

ÉGALITÉ, INTÉGRATION, PARCOURS PROFESSIONNELS

- Encourager l'égalité professionnelle.
- Favoriser les conditions et la qualité de vie au travail.
- Mettre en place un processus d'intégration et développer la marque employeur.
- Partager les besoins et expressions des salariés.

RÉDUIRE, REVALORISER, PROTÉGER

- Inciter l'utilisation des mobilités douces.
- Utiliser de manière raisonnée les énergies (eau, électricité, etc).
- Améliorer l'efficacité énergique de nos infrastructures et favoriser les énergies renouvelables.
- Réduire les émissions de gaz à effet de serre.
- Préserver la biodiversité à travers différentes actions.
- Diminuer le volume de déchets sur nos installations.
- Sensibiliser les parties prenantes à cette stratégie et aux enjeux du développement durable.

860
places offertes

500
enfants ont pu rencontrer les joueurs

5
matchs disponibles en audiodescription

20 000 €
remis à des associations

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

OCTOBRE ROSE

À l'occasion d'Octobre Rose, le MHSC s'est une nouvelle fois mobilisé pour soutenir la lutte contre le cancer. Les joueurs ont porté un maillot rose lors du premier match du mois d'octobre, avant que ces tenues ne soient mises aux enchères au profit de la cause. Un stand de sensibilisation a également été installé sur le parvis du stade pour informer les supporters. La campagne a été marquée par la présence d'un médecin oncologue pour le coup d'envoi symbolique de la rencontre et par la remise d'un chèque de 7 250 € destiné à soutenir les actions de prévention et d'accompagnement des patients.



BLEUETS DE FRANCE

Depuis 2013, le Bleuet de France est mis à l'honneur à chaque saison. Avant le coup d'envoi de la rencontre MHSC-Annecy, la Musique départementale et une chanteuse lyrique ont interprété La Marseillaise. Le coup d'envoi symbolique a ensuite été donné par un représentant de l'ONaCVG. Une collecte de fonds est organisée dans le stade au profit du Bleuet de France, en présence de 250 invités issus des forces de sécurité et du monde combattant. Enfin, les joueurs sont entrés sur la pelouse accompagnés des Pupilles de la Nation.

LUTTE CONTRE LE CANCER

À l'occasion de la réception de Guingamp, le 31 janvier, le MHSC s'est associé à la Ligue contre le Cancer de l'Hérault pour une action de sensibilisation. Un stand de prévention était installé sur le parvis du stade et les bénévoles de l'association étaient invités à la rencontre. Des bonnets oncologiques, fabriqués par la LFP, ont été remis à la Ligue contre le Cancer 34 pour être distribués aux personnes atteintes d'un cancer. Le président de l'antenne héraultaise a donné le coup d'envoi symbolique du match. Une activation qui s'inscrit pleinement dans les valeurs du club, puisque nous soutenons depuis de nombreuses saison Octobre Rose et la Montpellier Reine a du cœur.

TOURNOI UNITÉ FOOT

Le MHSC a organisé au centre d'entraînement Bernard-Gasset la première édition du tournoi Unité Foot, réunissant 100 enfants issus de huit établissements de Montpellier et de ses environs. Dix équipes se sont affrontées dans une ambiance conviviale et inclusive, avec la mobilisation de dix joueurs professionnels du club. Le président du MHSC a donné le coup d'envoi de l'événement, tandis que l'entraîneur a participé à la remise des récompenses. À cette occasion, 100 jeux de maillots complets ont été offerts aux participants. Une belle journée de partage et d'inclusion, remportée par le DITEP Languedoc.



PAU FC

LIGUE 2 BKT

PILIER TRANSITION ÉCOLOGIQUE

- Mise en place d'actions pour réduire notre impact écologique avec pour objectifs : 0 carbone, 0 déchet et 0 plastique.

PILIER SOCIÉTAL

- Mise en place d'actions pour lutter contre les discriminations, les violences, le harcèlement et l'exclusion, avec pour objectifs : 0 discrimination, 0 exclusion (handicap, santé, éducation et insertion) et 0 harcèlement.

PILIER PROXIMITÉ

Renforcer la valeur familiale du club en étant proche de notre public, supporters et population paloise, via les programmes :

- «De l'école au Nouste Camp» (visites du stade) et «Du Nouste Camp à l'école» (joueurs intervenant dans les écoles et centres aérés pour échanger sur la vie de footballeur professionnel) ;
- De parrainage d'enfants en difficulté ;
- De proximité pour les clubs des districts environnants.

325
enfants qui ont passé l'après-midi au club avec le programme «De l'école au Nouste Camp»

3
joueurs professionnels parrains pour 3 enfants en difficulté pendant la saison

1000
enfants de toutes les écoles de Pau ont rencontré les joueurs professionnels des équipes de football, basket, rugby, rugby féminin et hand via le Programme Pau'lympique 2025

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

DE L'ÉCOLE AU STADE

Dans le cadre de l'action citoyenne « De l'école au stade », portée par la Communauté d'Agglomération Pau Béarn Pyrénées et la Ville de Pau, 20 joueurs du Pau FC sont allés à la rencontre de 250 enfants issus de 10 écoles, 5 classes et 7 groupes périscolaires (dont un accueilli directement au Nouste Camp). Après ces temps d'échange dans les établissements, les enfants ont été invités à vivre une expérience immersive au Nouste Camp, avec notamment l'observation de l'entraînement de l'équipe professionnelle.



OPÉRATION AVEC LA SECTION PALOISE CONTRE LA MALADIE DE CHARCOT

Engagé aux côtés de la Section Paloise pour l'association Les Invincibles, le Pau FC s'est mobilisé pour sensibiliser à la lutte contre la maladie de Charcot (SLA) et soutenir la recherche. À travers une campagne de communication sur les réseaux sociaux, un coup d'envoi fictif, des invitations au stade et l'organisation d'une tombola solidaire, le club a invité ses supporters à se mobiliser aux côtés de l'association. Cette initiative, portée notamment en soutien à Alexandre Sallaberry, ancien joueur du Pau FC touché par la maladie, a permis de sensibiliser le grand public et de récolter des fonds au profit de la recherche.



UNE JOURNÉE COMME UN PRO

À l'occasion de l'opération « Une journée comme un Pro », 90 jeunes âgés de 6 à 16 ans, issus de 7 structures d'accueil, ont été invités à vivre une immersion au Nouste Camp. Au programme : découverte des coulisses du stade (vestiaires, salle de presse, salle de musculation, salle des soins, clubs house VIP, tribunes et bord de terrain), rencontre et échange avec les joueurs professionnels lors d'une séance de questions-réponses, avant de conclure par une séance de dédicaces.

→ Il y a 18 ans, le Red Star Lab était créé et devenait le fer de lance de la stratégie RSE du club. Laboratoire artistique et culturel, il a sensibilisé de nombreux licenciés du club. Néanmoins, compte tenu des enjeux de développement (stade, académie, insertion et emploi, environnement…), le club a décidé d'élargir son champ d'horizon. Notre politique en 3 piliers :

ÉGALITÉ DES CHANCES

- Le Red Star LAB met en place des ateliers culturels et artistiques gratuits pour ses licencié(e)s pendant les vacances scolaires. Ces moments ont pour objectif de connecter, par le prisme du football, les licenciés à l'art et à la culture. Encadré par des artistes et des professionnels, chaque atelier vise à la réalisation d'une œuvre collective. Les initier à la culture, attiser leur curiosité, élargir leur champ d'horizon, telles sont les ambitions du Red Star LAB. Ces ateliers visent également à renforcer le lien de cohésion et d'esprit d'équipe entre les différents licenciés. Le Red Star FC a pour vocation de former des joueurs de football, mais également d'ouvrir cette jeunesse à d'autres horizons. Le Red Star LAB constitue ainsi un véritable pilier de l'accompagnement dispensé aux jeunes, en plus du football et de l'enseignement scolaire.

MANAGEMENT RESPONSABLE

- Assurer l'épanouissement et la progression des collaborateurs et des licenciés.
- Améliorer les conditions de travail.
- Favoriser l'intégration des femmes et le développement du football féminin.

ENVIRONNEMENT

- Réduire le plastique à usage unique de toutes nos pratiques (sportif, stade…).
- Favoriser l'upcycling et l'instaurer dans toutes les stratégies du club.
- Développement de la mobilité douce pour une stratégie bas carbone.

LABELS ET CERTIFICATIONS

- Label Afnor Engagé RSE

+900
jeunes sensibilisés par Bibliothèques Sans Frontières sur l'utilisation des réseaux sociaux et l'éducation aux médias

5
collectes solidaires organisées sur la saison

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

BAUER À L'ÉCOUTE

En amont de la réception du Mans FC, du 23 au 26 février, le Red Star LAB a proposé aux joueurs U15, U15F et U16 une immersion au cœur des métiers du commentaire et du journalisme sportif. Entre découverte des coulisses de CANAL+ et mise en pratique aux côtés de Julien Brun, les jeunes audoniens ont pu se familiariser avec les techniques du commentaire et de l'audio description. De la visite des studios aux premiers exercices au micro, cette semaine d'ateliers a permis aux jeunes de se préparer à une mise en situation grandeur nature à Bauer. Le jour de la rencontre, le travail mené en amont a pris une dimension concrète à travers une journée entièrement consacrée à la sensibilisation au handicap visuel. Dans tout le stade, le Red Star FC a déployé plusieurs dispositifs pour inviter les spectateurs à appréhender le football autrement.



TRUST'HER SAISON 2

Le Red Star FC, aux côtés de son partenaire principal Trust'IT, renouvelle son engagement pour la Journée internationale des droits des femmes avec l'opération Trust'Her, après un premier lancement réussi la saison dernière. À l'occasion de la réception de Dunkerque le samedi 14 mars, le Red Star FC et Trust'IT ont créé, pour la deuxième année consécutive, une édition spéciale de son maillot TRUST'HER. Les onze joueurs présents sur le terrain ont affiché sur leur poitrine ce message fort, rappelant la nécessité de poursuivre collectivement le combat pour l'égalité entre les femmes et les hommes. Un engagement que l'Étoile Rouge choisit de porter aux côtés de la Fondation des Femmes.



FOOTWORK (LAB HIP-HOP)

À l'été 2025, le Red Star FC ouvrait un nouveau chapitre de son histoire avec le retour de son centre de formation. Pour marquer cette étape fondatrice, le Red Star LAB a initié un projet inédit : proposer aux U17 Nationaux du centre de formation audonien une résidence chorégraphique hip-hop en partenariat avec La Place. De cette expérience est né FOOTWORK, un documentaire qui retrace une aventure humaine et artistique, où les gestes du football rencontrent ceux de la danse. Pendant une semaine, les jeunes du Red Star FC ont jonglé entre les terrains du centre d'entrainement de Marville et les studios de La Place à Châtelet, explorant leur rapport au corps, au rythme, à l'espace et au collectif.



RODEZ AVEYRON FOOTBALL

LIGUE 2 BKT

ENGAGEMENT SOCIAL & TERRITORIAL

Le RAF agit concrètement en faveur de l'inclusion et du lien social. Les joueurs et joueuses participent à des actions solidaires, comme des visites dans des établissements spécialisés (IME, hôpitaux), des animations avec les jeunes, ou encore des projets avec les écoles. Ces actions visent à rapprocher le club de sa communauté et à sensibiliser les publics au vivre-ensemble.

MOBILITÉ DURABLE & ENVIRONNEMENT

Avec son partenariat avec Karos, solution de covoiturage portée par Rodez Agglomération, le club encourage ses supporters à privilégier le covoiturage pour se rendre au Stade Paul Lignon, réduisant ainsi l'empreinte carbone des déplacements. Il mène également des réflexions sur la gestion responsable des déchets et la consommation d'énergie au sein de ses installations.

CULTURE, PATRIMOINE & IDENTITÉ LOCALE

Dans une volonté d'ancrage local, le club valorise la richesse culturelle de Rodez. Les nouvelles recrues sont ainsi présentées dans des lieux emblématiques (Musée Soulages, centre historique), renforçant le lien entre sport, culture et territoire.

COHÉSION DES SECTIONS MASCULINE & FÉMININE

La stratégie RSE du RAF inclut pleinement les équipes masculine et féminine, avec une volonté affirmée de parité dans la visibilité et dans l'accès aux ressources. Les joueuses participent aux actions sociales et sont mises en avant dans la communication du club, affirmant ainsi l'égalité dans l'engagement et les valeurs véhiculées.

SOUTIEN À L'ÉCONOMIE LOCALE

Le RAF travaille avec un réseau dense de partenaires économiques aveyronnais, allant des petites entreprises aux institutions locales. Cette dynamique permet au club de jouer un rôle structurant dans le tissu économique régional, tout en soutenant l'emploi local et les savoir-faire du territoire.

2 400 €

de dons reversés à l'association Un maillot pour la Vie grâce à la victoire du RAF contre Amiens et l'action de son partenaire Via Santé

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

« 1 MATCH – 1 ASSO »

C'est la volonté du RAF d'utiliser la force du football pour mettre en lumière celles et ceux qui font vivre la solidarité sur le territoire.

À chaque rencontre à domicile, le club ouvre les portes du stade Paul-Lignon à une association ou à une structure locale. Le dispositif lui offre un espace de visibilité, la possibilité de rencontrer le public du RAF et, surtout, une tribune pour faire connaître ses missions et ses projets.

Mais l'ambition du club est d'aller plus loin qu'une simple présence lors d'un soir de match.

L'action menée avec le Fonds de dotation de l'hôpital de Rodez en est une parfaite illustration. Des joueurs du RAF se sont rendus au pôle oncologique afin de rencontrer les patients, de leur offrir des invitations pour une rencontre et de leur remettre des bonnets spécialement conçus dans une matière respirante et non irritante, proche de celle utilisée pour les maillots de football.

Le RAF a également participé à la réalisation d'une vidéo destinée à soutenir un projet de box d'inclusion aux urgences, avec pour objectif d'améliorer l'accueil et la prise en charge de certains patients.

Enfin, à l'occasion d'une rencontre au stade Paul-Lignon, le Fonds de dotation a été mis à l'honneur sur le parvis afin de présenter ses projets et de sensibiliser plusieurs milliers de supporters à son action.

Cette collaboration résume pleinement l'esprit du dispositif : mettre la notoriété du RAF, la visibilité de ses rencontres et l'engagement de ses joueurs au service d'actions concrètes, utiles et profondément locales.

Parce qu'un club de football ne doit pas seulement représenter son territoire sur le terrain. Il doit également être capable de rassembler, de créer du lien et de contribuer au quotidien de celles et ceux qui en ont besoin.



SENSIBILISATION AU DON DU SANG

Le 1er avril 2026, les jeunes joueurs U10 et U11 du RAF ont participé à une sensibilisation au don du sang organisée par le Rotary Club de Rodez. L'intervention, adaptée à leur âge, portait sur le rôle du sang, le déroulement d'un don et l'importance de la solidarité.

Quelques jours plus tard, le 4 avril, certains licenciés se sont rendus place Foch lors d'une collecte de sang. Ils ont distribué des flyers et échangé avec le public afin d'encourager de futurs donneurs. Le club remercie le Rotary Club de Rodez pour cette action citoyenne.

STADE DE REIMS

LIGUE 2 BKT

→ Club pionnier au riche héritage sportif et culturel, le Stade de Reims inscrit son action dans une démarche globale de durabilité. Fidèle à ses valeurs d'engagement, de transmission et d'ouverture, le club développe et met en œuvre des initiatives concrètes à la fois sur les plans environnemental, social et solidaire, pour un football toujours plus responsable, inclusif et ancré dans son territoire.

ENVIRONNEMENT : RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE ÉCOLOGIQUE ET VALORISER NOTRE PATRIMOINE

- **Objectif #1**

Diminuer les émissions de CO_2 du club.

- **Objectif #2**

Promouvoir l'économie circulaire et l'autosuffisance alimentaire.

- **Objectif #3**

Valoriser les ressources locales et le patrimoine naturel et culturel de la Champagne.

SOCIÉTÉ & SOLIDARITÉ : FAVORISER L'INCLUSION, LA TRANSMISSION ET L'UTILITÉ SOCIALE

- **Objectif #1**

Lutter activement contre toutes les formes de discrimination.

- **Objectif #2**

Promouvoir un « football pour tous ».

- **Objectif #3**

Agir pour l'égalité des chances, la solidarité et le bien-être.

- **Objectif #4**

Renforcer les liens intergénérationnels et territoriaux.

1500

jeunes de la région accueillis au Centre de Vie Raymond Kopa tout au long de la saison

1800

heure de présence des joueurs professionnels consacrées à des actions citoyennes tout au long de la saison

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

UN POTAGER BIO AU CŒUR DU CENTRE DE VIE RAYMOND KOPA

Un projet de maraîchage a été développé sur un ancien terrain inutilisé du Centre de Vie Raymond Kopa. Porté par un ESAT, il favorise l'insertion professionnelle de travailleurs en situation de handicap tout en produisant des légumes bio destinés aux cuisines du centre professionnel et du centre de formation. Les récoltes sont également proposées sous forme de paniers. Cette initiative conjugue alimentation locale, réduction de l'empreinte carbone et engagement en faveur de l'inclusion.



PLUS DE 20 ANS D'ENGAGEMENT AUX CÔTÉS DE LA LICRA

Depuis plus de 20 ans, le Stade de Reims est engagé aux côtés de la LICRA dans la lutte contre le racisme, l'antisémitisme et toutes les formes de discriminations. Ce partenariat est aujourd'hui le plus ancien entre un club professionnel français et la LICRA, illustrant un engagement durable en faveur du respect, de l'inclusion et de la citoyenneté. Lors de la saison 2025-2026, le logo de la LICRA était porté sur les tenues d'échauffement de l'équipe professionnelle, faisant de chaque avant-match un temps fort de sensibilisation et d'affirmation des valeurs portées par le club.



UN CLUB AU SERVICE DE SON TERRITOIRE

Tout au long de la saison, le Stade de Reims est allé à la rencontre des habitants à travers des actions concrètes : collecte de sang avec l'EFS, interventions au CHU, accueil de jeunes au Centre de Vie, opérations avec les maisons de quartier, établissements scolaires et associations locales.



STADE LAVALLOIS MFC

LIGUE 2 BKT

→ Après le projet CAP 25, le Stade Lavallois MFC a lancé en 2025 son nouveau plan stratégique CAP 30 – Vivre et rêver ensemble. Cette feuille de route à horizon 2030 renforce l'engagement du club autour de ses quatre piliers de responsabilité : social, sociétal, environnemental et économique. Construite dans une logique d'amélioration continue, elle mobilise l'ensemble des parties prenantes et s'appuie sur des objectifs concrets et des indicateurs de suivi pour mesurer les progrès réalisés.

PILIER ENVIRONNEMENTAL

Sur ce volet, la priorité du Stade Lavallois MFC est de limiter son empreinte carbone et énergétique à horizon 2030. Le club souhaite ainsi intégrer les enjeux environnementaux dans ses décisions et ses activités quotidiennes et mobiliser l'ensemble de ses parties prenantes autour de cette responsabilité commune, dans une démarche d'amélioration continue et de transition durable.

PILIER SOCIÉTAL

Le Stade Lavallois MFC définit son rôle sociétal par son implication dans la société avec des valeurs, des actions et des bénéfices, que le club peut apporter à son écosystème. Nous souhaitons véhiculer une image positive, de plaisir et de bienveillance et bannir la violence et les incivilités à tous les niveaux de notre organisation et écosystème.

PILIER SOCIAL

Les ressources humaines sont le point d'entrée indispensable à la réussite collective de notre projet, à la fois au sein de la SASP et de l'association. C'est donc au quotidien que se construit la réussite. Notre ambition : donner le temps et les moyens d'inventer la vie qui va avec, pour bâtir à la fois la performance et l'épanouissement.

PILIER ÉCONOMIQUE

Face à des variables d'ajustement complexes, notre objectif est de réinventer notre modèle économique, augmenter la part de revenus qui dépend de nous et agir auprès des instances pour stabiliser les revenus distribués.

LABELS ET CERTIFICATIONS

Label Fair Play For Planet niveau or, 1er club au palmarès français

Label CNOSF « Développement durable, le sport s'engage »

128
actions illustrant le projet global

5
associations soutenues au cours de la saison

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

BOUCHONS D'AMOUR 53

Cette saison, le club a signé une convention avec Les Bouchons d'amour 53. L'objectif : inciter les habitants à recycler leurs bouchons et couvercles usagers. Une première collecte et une remise ont eu lieu début 2026 : une fois les éléments reçus triés et revendus à un recycleur, les fonds récoltés permettront de financer des équipements à destination des personnes porteuses de handicap.



CONFÉRENCE RSSEE

Dans le cadre de sa candidature au label du CNOSF, le club a organisé une conférence à destination des partenaires et du grand public dans le but de sensibiliser et informer sur tout l'engagement du club en matière de RSSEE. Cette conférence a réuni 200 personnes qui ont pu écouter les interventions du club, de Fair Play For Planet, des collectivités locales ainsi que du prestataire de transport urbain lavallois.

NOUVEAU POTAGER

Le Stade Lavallois MFC a fait le choix de mettre en place d'un potager aux Gandonnières (siège du club) sur la fin de saison afin qu'il soit géré par les jeunes du centre de formation qui seront à l'internat dès la saison prochaine.



HOMMAGE

Inauguration d'une statue à l'effigie de Michel Le Milinaire.



1ER MATCH AUDIODÉCRIT AU STADE FRANCIS LE BASSER

Lors du match Laval x Rodez, en partenariat avec la Fondation Visio et l'association Tout Terrain, le Stade Lavallois MFC a pu proposer la toute première audiodescription pour cette rencontre. Une quinzaine de participants déficients visuels, casques sur les oreilles, ont vécu cette expérience inédite aux côtés de 7 545 spectateurs. Une réussite pour le club qui envisage donc de pérenniser ce partenariat.

US BOULOGNE CO

LIGUE 2 BKT

→ **L'USBCO souhaite inscrire durablement son développement sportif dans une démarche responsable, inclusive et citoyenne. Au-delà de la performance sportive, le club entend jouer pleinement son rôle d'acteur social, éducatif et environnemental sur le territoire boulonnais. La stratégie de durabilité du club repose sur une conviction forte : le football constitue un levier d'impact positif capable de renforcer la cohésion sociale, promouvoir l'égalité des chances et sensibiliser aux enjeux environnementaux.**

Les domaines d'action du club sont les suivants :

- **Lutte contre le racisme**
- **Sauvegarde de la l'enfance et de la jeunesse**
- **Egalité et inclusion**
- **Football pour tous**
- **Santé et bien-être**
- **Solidarité et droits**
- **Economie circulaire**
- **Climat et plaidoyer**

78
actions réalisées

8
champs d'actions RSE de l'UEFA pour l'engagement du club

72 202
personnes sensibilisés en cumulé (soit 64.20% de la population de la Communauté d'Agglomération du Boulonnais)

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

INTERVENTIONS ÉDUCATIVES DANS LES ÉCOLES DE LA CAB

En partenariat avec VEOLIA, l'USBCO organise des interventions mensuelles dans les écoles de la Communauté d'Agglomération du Boulonnais, auprès des élèves de CE1 à CM2, encadrées par des joueurs de l'Equipe Première. Ces interventions associent sport, éducation et sensibilisation autour de trois thématiques :

- Préservation de l'eau ;
- Alimentation ;
- Activité physique.

Ces actions permettent de transmettre les valeurs du sport et du fair-play, de sensibiliser les jeunes à une hygiène de vie saine et aux comportements responsables, tout en renforçant le lien entre l'USBCO et les écoles du territoire.



MATCH SUR LA THÉMATIQUE DE LA PROTECTION DE L'ENFANCE

À l'occasion de la rencontre USBCO – ESTAC du 15 décembre 2025, l'USBCO a choisi de s'associer à la LFP, en collaboration avec la CNAPE, à l'occasion de la journée dédiée à la protection de l'enfance. 120 enfants et accompagnants issus des organismes sociaux de la petite enfance ont ainsi été invités à assister à la rencontre. À la mi-temps, un lancer de peluches a été organisé afin de récolter un maximum de dons pour les enfants défavorisés du Secours Populaire et des pouponnières de la MDS du Pas-de-Calais. La rencontre a également été placée sous le signe de Noël, avec la présence du Père Noël et d'échassiers. L'objectif : créer un temps différenciant pour les enfants, valoriser les activités des organismes sociaux de la protection de l'enfance et récolter des peluches pour les enfants en situation de précarité.



ATELIERS D'INITIATION DE FOOTBALL À DESTINATION DES PERSONNES EN SITUATION D'HANDICAP

Tous les jeudis, l'USBCO propose une initiation au football aux résidents du foyer de vie Jean Marichez à Conteville, à travers différents ateliers de motricité, techniques, de découverte des règles du jeu et de gestion de l'espace. Cette action a pour objectif de créer un lien social autour d'une activité sportive, de promouvoir la pratique du sport et de faire découvrir le football. Elle permet également aux participants de découvrir l'équipe première de l'USBCO, à travers une invitation à assister à un match. Environ 16 adultes en situation de handicap participent à ces séances chaque semaine.



PROMOUVOIR LA MOBILITÉ COLLECTIVE ET LES DÉPLACEMENTS RESPONSABLES

Dans le cadre du partenariat USBCO/CAB/Marinéo, les clubs de football de la CAB ont été invités à assister à une rencontre de l'Équipe Première au Stade de la Libération. Chaque club bénéficie une fois par saison de 50 invitations pour ses jeunes licenciés, ainsi que d'un transport aller-retour en bus pris en charge par Marinéo.

Au-delà de l'accès au match, cette initiative vise à faire découvrir l'univers du football professionnel aux jeunes licenciés, à partager un moment convivial et collectif et à renforcer leur attachement au football et à ses valeurs.



USL DUNKERQUE

LIGUE 2 BKT

→ L'USL Dunkerque ne dispose pas encore d'une structure dédiée mais mène une politique active et assumée, avec une attention particulière portée à son ancrage local et à ses responsabilités sociales. Cette stratégie s'organise autour de quatre axes :

ÉGALITÉ & INCLUSION

- Le club agit pour renforcer la place des femmes dans le football. Le partenariat avec Her Game Too en est le marqueur : actions de communication, stand de sensibilisation au stade, logo porté sur le brassard du capitaine et diffusion du dispositif de signalement des violences sexuelles et sexistes sur l'écran géant. L'objectif est de faire du stade Tribut un environnement sûr et accueillant pour toutes et tous.

ÉDUCATION & JEUNESSE

- L'USLD intervient dans les écoles et les collèges pour sensibiliser aux valeurs citoyennes : respect, persévérance, santé, environnement. À travers des rencontres avec les joueurs et les membres du club, les jeunes sont invités à échanger autour du parcours des sportifs, des bienfaits de la pratique sportive et de l'importance du vivre-ensemble. Ces interventions contribuent à faire du football un véritable outil d'éducation, de transmission et de sensibilisation auprès de la jeunesse du territoire.

TRANSITION ÉCOLOGIQUE

- Le club déploie des dispositifs concrets pour réduire son empreinte les jours de match : écocups, navettes gratuites, parkings à vélo. Cette démarche s'appuie sur un Bilan Carbone et un travail de fond sur la vulnérabilité climatique du stade, mené avec Utopies dans le cadre d'un pilote Ligue 2.

SOLIDARITÉ & SANTÉ PUBLIQUE

- Le club s'engage sur des causes qui touchent directement la population locale. Il relaie les temps forts de prévention comme Septembre en Nord, Octobre Rose ou Movember et organise des collectes solidaires lors des matchs. Cette saison, les joueurs se sont notamment rendus auprès d'enfants suivis pour l'obésité dans le cadre du dispositif ANDAO à l'Hôpital maritime de Zuydcoote, et ont soutenu des personnes touchées par la maladie via la remise de bonnets oncologiques, en lien avec l'opération de la Ligue 2 BKT.

25
actions RSE organisées

1000
peluches collectées et redistribuées à des associations

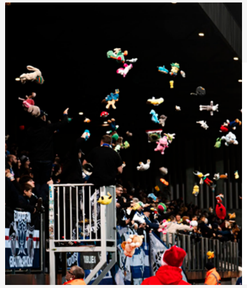
850
enfants rencontrés

ACTIONS PHARES DE LA SAISON 2025-2026

DOUBLE CLICK

VISITE DE L'HÔPITAL MARITIME DE ZUYDCOOTE

Morgan Bokele, Alex Daho et Bram Lagae se sont rendus auprès des enfants et adolescents suivis dans le cadre d'ANDAO, un programme spécialisé dans l'accompagnement de l'obésité où le sport tient une place centrale dans la rééducation. Au programme : des ateliers sportifs adaptés aux capacités de chacun, des dédicaces, des échanges avec les joueurs et un goûter partagé.



COLLECTE DE PELUCHES FACE À SAINT-ÉTIENNE

Lors du match contre Saint-Étienne, les supporters ont répondu présents pour la solidarité. Près d'un millier de peluches ont été récoltées au stade Tribut. Elles ont ensuite été redistribuées à trois structures locales qui accompagnent les enfants et les familles : Les Chrysalides, les Urgences Pédiatriques du CH de Dunkerque et Écoute Ton Coeur Dunkerque.

RÉINSERTION PAR LE SPORT À LA MAISON D'ARRÊT DE DUNKERQUE

Une délégation de joueurs professionnels et de membres du staff de l'USL Dunkerque s'est rendue à la Maison d'arrêt de Dunkerque pour une après-midi avec 22 personnes détenues. La rencontre a démarré par un échange questions réponses : parcours des joueurs, exigences du haut niveau, place du sport au quotidien. La délégation a visité plusieurs quartiers de l'établissement pour en comprendre le fonctionnement. L'après-midi s'est terminée par une rencontre sportive dans la cour de la prison.

JOURNÉE INTERNATIONALE DES DROITS DES FEMMES

Le 8 mars, l'USL Dunkerque a mis en avant ses supportrices et notamment Lucie, son ambassadrice Her Game Too, sur les réseaux et dans le stade. Un stand de sensibilisation a été installé côté tribune Dupont pendant le match contre Reims. Le logo de Her Game Too figurait sur le brassard du capitaine Opa Sangante. Le speaker a présenté l'association et le dispositif de signalement des violences sexuelles et sexistes, relayé sur l'écran géant. Une manière concrète pour le club de rappeler que le sexisme n'a pas sa place dans les tribunes



SOUTIEN AUX PERSONNES TOUCHÉES PAR LA MALADIE

Être un club professionnel, c'est aussi se rendre présent dans les moments difficiles. Aux côtés de Vickie et Karine, touchées par la maladie, Thomas Robinet et Opa Sanganté ont apporté leur soutien. Dans le cadre d'une action menée avec la Ligue 2 BKT, l'USL Dunkerque a offert des bonnets oncologiques aux adhérents des associations de lutte contre le cancer : Au-delà du cancer – ADDk et Accolade.





34 boulevard de Courcelles
75117 Paris
www.lfp.fr