

# JOUONS-LA COLLECTIF !

ÉTAT DES LIEUX DES ACTIONS SOCIÉTALES ET ENVIRONNEMENTALES  
DU FOOTBALL PROFESSIONNEL FRANÇAIS — 8<sup>e</sup> ÉDITION



# SOMMAIRE

<b>ÉDITORIAL</b> . . . . .	3
<b>PRÉSENTATION DE LA LFP.</b> . . . . .	4
<b>L'ENGAGEMENT RSE DE LA LIGUE DE FOOTBALL PROFESSIONNEL.</b> . . . . .	6
LA GOUVERNANCE RSE DE LA LFP. . . . .	7
UNE FAMILLE RSE DANS LA LICENCE CLUB . . . . .	9
LA POLITIQUE RSE DE LA LFP. . . . .	10
<b>PILIER ENVIRONNEMENTAL</b> . . . . .	11
AGIR POUR LA SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE . . . . .	12
RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE DU FOOTBALL PROFESSIONNEL FRANÇAIS . . . . .	16
<b>PILIER SOCIÉTAL</b> . . . . .	20
LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS . . . . .	20
LUTTER CONTRE LES VIOLENCES SEXISTES ET SEXUELLES . . . . .	23
DÉVELOPPER L'ACCESSIBILITÉ POUR LES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP. . . . .	25
<b>SOUTENIR LES GRANDES CAUSES NATIONALES</b> . . . . .	28
LE BLEUET DE FRANCE . . . . .	28
LA PROTECTION DE L'ENFANCE . . . . .	29
SOUTIEN AU PERSONNEL HOSPITALIER . . . . .	30
LA LFP, PARTENAIRE DES TROPHÉES SPORT ET MANAGEMENT . . . . .	31
LA LFP, PARTENAIRE DU FONDATION DU FOOTBALL . . . . .	32
<b>DES ENGAGEMENTS PARTAGÉS PAR NOS PARTENAIRES</b> . . . . .	33
<b>L'ENGAGEMENT DU FOOTBALL PROFESSIONNEL FRANÇAIS.</b> . . . . .	36
LES CHIFFRES CLÉS . . . . .	37
<b>L'ORGANISATION DANS LES CLUBS</b> . . . . .	38

<b>LES ACTIONS MISES EN PLACE PAR LES CLUBS.</b> . . . . .	39
JUILLET 2023 . . . . .	40
AOÛT 2023 . . . . .	43
SEPTEMBRE 2023 . . . . .	50
OCTOBRE 2023 . . . . .	55
NOVEMBRE 2023 . . . . .	66
DÉCEMBRE 2023 . . . . .	73
JANVIER 2024. . . . .	81
FÉVRIER 2024. . . . .	85
MARS 2024 . . . . .	89
AVRIL 2024. . . . .	96
MAI 2024 . . . . .	99
JUIN 2024 . . . . .	106

# ÉDITORIAL

Pour la huitième année consécutive, le rapport Jouons-la collectif met en lumière les actions sociétales et environnementales du football professionnel français. La saison 2023-2024 a été plus que jamais propice au développement d'un football plus inclusif, respectueux et durable, à travers les actions des 38 clubs de football professionnel. Ces initiatives couvrent des thématiques variées comme la protection de l'enfance, la diversité, la lutte contre les discriminations et les violences sexistes et sexuelles, l'accessibilité aux personnes en situation de handicap, la santé ou encore la transition écologique.

Cette richesse d'initiatives dans les territoires est complétée par un plan d'action national ambitieux.

Dans le cadre de son plan de lutte contre les discriminations et les violences sexistes et sexuelles, la LFP a ainsi organisé, en collaboration avec les clubs et les associations partenaires, pas moins de 62 ateliers de sensibilisation contre les discriminations et 29 ateliers de prévention contre les violences sexistes et sexuelles auprès de l'ensemble des acteurs du football professionnel.

L'amélioration de l'accessibilité dans les stades pour les personnes en situation de handicap est également au cœur des préoccupations de la LFP et de son écosystème. Un chapitre dédié à ce sujet d'importance a été intégré cette année au Guide des Opérations de Match. Le projet Européen piloté par AccessiBall a quant à lui permis d'identifier les principaux obstacles à l'accessibilité dans les stades et de trouver des solutions pérennes pour les contourner.

En matière de transition écologique, pour sa première participation au Championnat de France des économies d'énergie, la LFP a été récompensée au titre de ses efforts pour mobiliser la filière. La reconduction du partenariat avec StadiumGO, associée à une campagne en faveur des mobilités durables pour se rendre au stade, ont constitué les

actions de la LFP en faveur d'une mobilité plus responsable. Les clubs n'ont pas été en reste puisqu'à date, 71 % d'entre eux ont réalisé leur bilan carbone et 50 % ont effectué un audit énergétique.

Cette année, la LFP a également soutenu trois grandes causes nationales : le Bleu et de France, qui vient en aide aux victimes de guerres et d'attentats, la protection de l'enfance en partenariat avec la CNAPE et le personnel hospitalier en partenariat avec la Fédération Hospitalière de France. Ces soutiens ont pris la forme de journées de championnat dédiées ou d'organisation de tournois sportifs, avec la participation sans faille des clubs. Par ailleurs, quatre ventes aux enchères de ballons et maillots portés et signés, offerts par les clubs, ont permis de récolter 110 000 € au profit des associations nationales partenaires de la LFP.

Enfin, sept campagnes de communication ont été organisées pour soutenir notre champ d'action tout au long de la saison, dont la première édition de la campagne de sensibilisation contre le sexisme dans les stades et une campagne digitale dédiée à l'accessibilité.

Concernant la Licence Club, une quatrième famille de critères, dédiée à la RSE, avait fait son apparition lors de la campagne 2023-2024, totalisant 1 000 points sur les 10 000 que contient la Licence Club. Pour sa première année d'existence, 55,9 % des points en Ligue 1 et 49,17 % des points en Ligue 2 ont été obtenus en moyenne. Levier de l'engagement des clubs sur la durée, l'ensemble des critères RSE et leur importance a été consolidé pour la campagne 2024-2025.

Cette saison a posé les bases d'une stratégie RSE solide, visant à renforcer les efforts du football professionnel français en matière de durabilité et d'inclusion. Plus que jamais, il est important de continuer à la jouer collectif pour gagner le grand défi de la transition.

# PRÉSENTATION DE LA LFP

- La Ligue de Football Professionnel (LFP) régleme le football professionnel français. À ce titre, la LFP organise et gère cinq compétitions : la Ligue 1 McDonald's, la Ligue 2 BKT, le Trophée des Champions, les EA Ligue 1 Games et l'eLigue 1 McDonald's.
- La LFP finance 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 11,5 millions de spectateurs (dont 8,27 M pour la Ligue 1 McDonald's, 3,24 M pour la Ligue 2 BKT).
- Lors de la saison 2023-2024, la Ligue 1 McDonald's a été diffusée par 65 diffuseurs dans 218 territoires et 45 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 23-24, C'EST :

**38** CLUBS AFFILIÉS

dont 18 clubs de Ligue 1 et 20 clubs de Ligue 2 durant la saison 2023-2024 (36 clubs à partir de la saison 2024-2025)

**691** MATCHS

organisés par la LFP dont 686 matchs de Ligue 1 et Ligue 2

**11,5 M** DE SPECTATEURS

**5** PARTENAIRES INVESTIS SUR LA RSE :

ORIS (partenaire responsable), Décathlon/Kipsta, EA Sports, La Poste, Uber Eats

**1 000** POINTS

dans la famille de critères de la Licence Club dédiée à la RSE

**5** JOURNÉES NATIONALES

dédiées à une cause sur la saison 2023-2024 : protection de l'enfance, Bleuets de France, journée internationale pour les droits des femmes, lutte contre le racisme, lutte contre l'homophobie

**5** ASSOCIATIONS EXPERTES

engagées à nos côtés : Colosse aux pieds d'argile, Fondation pour le Sport Inclusif, Foot Ensemble, Her Game Too, Licra

**110 k €** BRUTS RÉCOLTÉS

lors de quatre ventes aux enchères au profit des associations partenaires

**62** ATELIERS CONTRE LES DISCRIMINATIONS

organisés dans 23 clubs sur la saison 2023-2024, auprès des joueurs, du top management et des supporters (89 ateliers dans 32 clubs depuis 2021-2022)

**29** ATELIERS DE PRÉVENTION CONTRE LES VSS

organisés dans 12 clubs + 6 à destination des salariés de la LFP

**2** SÉMINAIRES ET **12** SESSIONS DE FORMATION

organisés au profit du réseau de référents RSE des clubs



# L'ENGAGEMENT RSE DE LA LIGUE DE FOOTBALL PROFESSIONNEL

# LA GOUVERNANCE RSE DE LA LFP

Le **service RSE de la LFP**, composé de 3 personnes rattachées au Directeur de la Communication Externe et RSE, assure une double mission :

- ▶ animer la démarche RSE interne de la LFP auprès de ses collaborateurs
- ▶ accompagner le déploiement de la stratégie RSE des 38 clubs de football professionnel

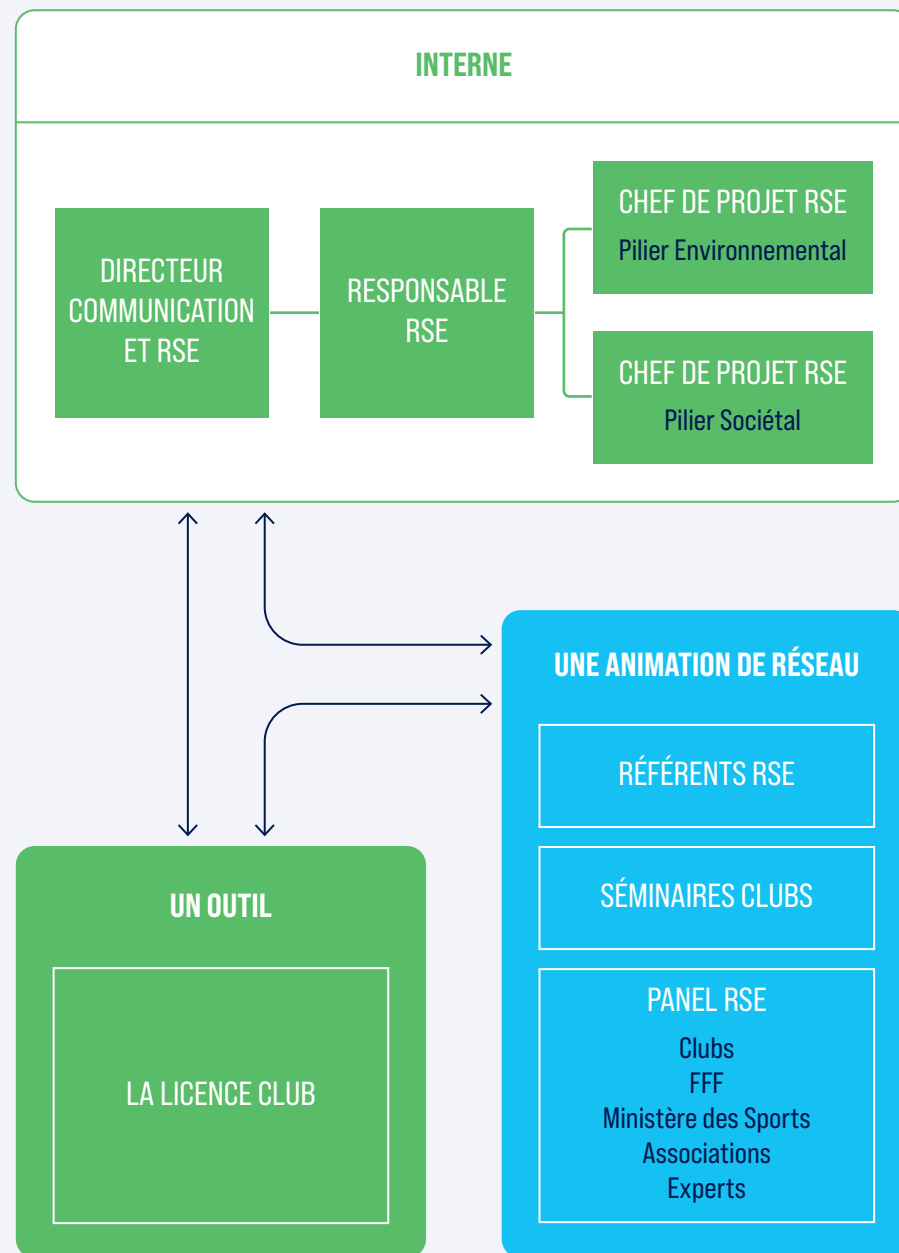
Afin d'associer son écosystème à la définition de sa stratégie RSE, le service RSE de la LFP s'appuie sur un **panel RSE**, chargé de :

- ▶ identifier les enjeux RSE à venir, incluant les réglementations futures, le contexte global du sport et du développement durable, ainsi que l'impact du changement climatique sur la pratique du football professionnel
- ▶ évaluer l'impact environnemental et social des initiatives RSE réalisées et en cours
- ▶ orienter la stratégie RSE de la LFP en amont de sa présentation aux clubs.

Ce panel RSE est composé de représentants des clubs, de la Fédération Française de Football, du Ministère des Sports, des associations partenaires ainsi que d'experts.

En ce qui concerne l'accompagnement des clubs, le service RSE de la LFP collabore étroitement avec le **réseau de référents RSE** nommés par chacun des 38 clubs. Tout au long de la saison, ce réseau a bénéficié de formations et d'un accompagnement technique de la part de la LFP. Deux séminaires RSE ont été organisés à leur intention, l'un en janvier au Parc des Princes à Paris, l'autre en juillet au Roazhon Park de Rennes.

Par ailleurs, la **Licence Club** constitue, pour les clubs, un important levier d'atteinte de leurs objectifs RSE (cf page 9).



Enfin, la LFP peut s'appuyer sur tout son **écosystème de parties prenantes** pour déployer sa stratégie RSE :

► Les pouvoirs publics : Ministère des Sports, Ministère de la Transition Ecologique, Secrétariat d'Etat chargé de l'enfance, Secrétariat d'Etat chargé des Anciens Combattants et de la Mémoire

► Les institutions du football : la FFF, l'UEFA, l'EFDN, l'ANLSP, l'European leagues, AccessibAll

► Les associations engagées : la Licra, Fondation pour le Sport Inclusif, Foot Ensemble, Colosse aux pieds d'argile, HerGameToo, HandiCapZéro, le Bleu et de France, la CNAPE, la Fédération Hospitalière de France

► Les partenaires & sponsors : La Poste, Uber Eats, BKT, Point P, EA sports, Oris, Kipsta

► Les diffuseurs : Prime video, Bein Sport, Canal +, la chaîne L'Equipe et Free





# UNE FAMILLE RSE DANS LA LICENCE CLUB

La Licence Club vise à accompagner les clubs dans leur professionnalisation via un système de points qui évolue chaque saison. La principale nouveauté de la campagne 2023-2024 avait été la création d'une 4<sup>e</sup> famille de critères, dédiée à la RSE, en sus des 3 autres familles « Valorisation du produit », « Expérience spectateurs », et « Clubs ». Divisée en 2 sous-familles, Responsabilité sociétale et Responsabilité environnementale, la famille RSE totalise 1 000 points, soit 10 % du total des points de la Licence Club, à savoir 880 de plus que la saison précédente pour la Ligue 1 et 980 pour la Ligue 2 BKT.

En plus de ces critères, il est à noter que d'autres critères liés aux enjeux RSE se trouvent dans d'autres familles de la Licence Club, comme l'existence d'un référent RSE dans la famille Club ou encore celle d'un parking à vélos sécurisé dans la famille « Expérience spectateurs ». Plusieurs autres critères figurent au sein des Label Restauration ( % de produits labellisés bio, suppression des emballages plastiques, lutte contre le gaspillage alimentaire...) et Label Accueil (incitation aux transports en commun et mobilités douces, accueil des personnes en situation de handicap...).

Certains des critères de la famille RSE étaient déjà présents dans la Licence Club, comme la réalisation d'un bilan carbone ou la suppression des bouteilles en plastique à usage unique. D'autres font leur apparition, comme l'accessibilité de la billetterie aux personnes en situation de handicap et le transport des joueurs professionnels.

Une fois ces critères définis, la LFP œuvre à accompagner les clubs pour qu'ils obtiennent un maximum de points : mise à disposition d'outils, partage de bonnes pratiques, mise en relation avec des associations expertes ou des prestataires identifiés comme pertinents, conseils et échanges, etc.

Chaque saison, un bilan statistique des résultats de la licence club est dressé et mis en ligne sur le site de la LFP. Il permet d'ajuster les critères si besoin sur la saison prochaine.

Pour sa première année d'existence, 55,9 % (L1) et 49,17 % (L2) des points associés aux critères de la famille RSE de la Licence Club ont été obtenus par les clubs en moyenne.

Permettant l'engagement des clubs sur la durée, l'ensemble des critères RSE et leur importance ont été consolidés pour la campagne 2024-2025.

## LES CRITÈRES DE LA FAMILLE RSE DE LA LICENCE CLUB

### RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE

- ✓ Atelier de lutte contre les discriminations – **100 points**
- ✓ Existence d'un dialogue entre le club et les supporters en situation de handicap – **50 points**
- ✓ Accessibilité de la billetterie en ligne pour les personnes en situation de handicap – **50 points**
- ✓ Informations d'accessibilité, d'accueil et de service dans le stade, disponibles en ligne à destination des personnes en situation de handicap – **50 points**

### RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE

- ✓ Récupération des eaux pluviales pour une utilisation raisonnée – **20 points**
- ✓ Quantité de déchets recyclés ou valorisés, hors valorisation énergétique – **50 points**
- ✓ Gobelets réutilisables neutres – **60 points**
- ✓ Zéro bouteille plastique – **70 points**
- ✓ Réalisation d'un bilan carbone pour définir une stratégie bas carbone – **100 points**
- ✓ Réalisation d'un audit énergétique selon le référentiel commun du ministère des sports – **100 points**
- ✓ Réduction de la consommation électrique de 10 % par rapport à la saison précédente – **100 points**
- ✓ Transport des joueurs professionnels – **100 points**
- ✓ Signature de la charte des 15 engagements – **50 points**
- ✓ Bonus éclairage LED – **100 points**

# LA POLITIQUE RSE DE LA LFP

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 la démarche RSE interne de la LFP, destinée à ses salariés, ainsi que l'accompagnement des 38 clubs de football professionnel français dans leur propre démarche RSE.

**Cette politique est structurée autour de deux piliers :**

**🌿 LE PILIER ENVIRONNEMENTAL D'UNE PART, DONT LES AXES SONT :**

- la sobriété énergétique
- la réduction de l'empreinte carbone

**💖 LE PILIER SOCIÉTAL D'AUTRE PART, LUI-MÊME DÉVELOPPÉ AUTOUR DE 3 AXES :**

- le développement de l'accessibilité dans les stades pour les personnes en situation de handicap
- la lutte contre toutes les formes de discrimination
- la lutte contre les violences sexistes et sexuelles

Enfin, la LFP soutient plusieurs grandes causes nationales : la protection de l'enfance avec la CNAPE, le personnel hospitalier avec la FHF et l'aide aux victimes de guerres et d'attentats avec le Bleu et de France.

## FOOTBALL FOR THE GOALS

**La LFP a obtenu le statut de membre de Football For the Goals en décembre 2022.** Partenaire responsable de la LFP, Oris a également obtenu le statut de membre.

Dans la lignée des ambitions portées par leur collaboration, la LFP et Oris avaient décidé ensemble de candidater au programme des Nations Unies dès le lancement du partenariat en octobre.

Football for the Goals (Le football au service des Objectifs de Développement Durable) est une initiative des Nations Unies offrant une plateforme à la communauté mondiale du football pour s'engager et plaider en faveur des Objectifs de développement durable (ODD).



## PILIER ENVIRONNEMENTAL

La protection de l'environnement est l'un des piliers de la stratégie RSE de la LFP. Face à une pression de plus en plus forte liée aux enjeux climatiques et énergétiques sur notre société, la LFP et les clubs professionnels se mobilisent pour diminuer leur impact environnemental et montrer l'exemple en matière de durabilité.

Dans le cadre de sa mission d'accompagnement du déploiement de la stratégie environnementale des clubs, la LFP soutient son réseau de référents RSE via la mise à disposition d'outils, de partenariats ou encore de formations.

C'est ainsi qu'a été mis en place un cycle de formation aux enjeux environnementaux en collaboration avec IPAMA et Sport 1.5. Tout au long de la saison 2023-2024, au rythme d'une session d'une heure et demie par mois, les 12 enjeux suivants ont été traités :

- ✓ La structuration de sa démarche RSE ;
- ✓ La sensibilisation de ses collaborateurs ;
- ✓ L'eau ;
- ✓ Les transports ;
- ✓ L'énergie ;
- ✓ La mesure et la maîtrise carbone ;
- ✓ Les déchets plastiques ;
- ✓ Le numérique responsable ;
- ✓ Les partenariats responsables ;
- ✓ La communication responsable ;
- ✓ Les achats responsables ;
- ✓ Le football en 2035.

Alliant présentation des enjeux, témoignages et travaux pratiques en petits groupes, ces sessions se veulent très pratiques, concrètes et au plus près des enjeux des clubs. Elles ont permis aux référents RSE ainsi qu'à tout salarié administratif le souhaitant (Stadium Manager, équipe partenariat, communication, ou encore food & beverage selon les thématiques abordées) d'être sensibilisés et de monter en compétences sur ces sujets.



## → AGIR POUR LA SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE

Dans la continuité du Plan de sobriété énergétique du sport lancé en octobre 2022 par le ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques, la LFP a inscrit la sobriété énergétique comme axe prioritaire de sa stratégie RSE. Sur ce volet, la LFP s'attache à appliquer en interne les mêmes principes qu'elle promeut auprès des clubs.

### 1. DÉMARCHE INTERNE

#### 1.A CHAMPIONNAT DE FRANCE DES ÉCONOMIES D'ÉNERGIE

Depuis cette année, la LFP participe au Championnat de France des économies d'énergie organisé par l'Institut Français pour la Performance du Bâtiment (IFPEB) et A4MT. Cette compétition, destinée aux bâtiments tertiaires, comprend plusieurs ligues : écoles, logements ou encore infrastructures sportives, à laquelle participe la LFP en tant que membre fondateur. Cette démarche collaborative vise à sensibiliser les collaborateurs en interne aux enjeux de la transition énergétique. En les incitant de manière ludique à modifier leurs pratiques, ce championnat permet d'enclencher une dynamique durable de réduction de la consommation d'énergie.



Lors de la cérémonie de remise des trophées du Championnat de France des économies d'énergie, le 10 avril 2024, la LFP s'est vu remettre le prix spécial « Mobilisation de la filière » qui récompense son engagement et les résultats obtenus ces derniers mois au sein de son siège social à Paris : **23,3 % d'économies d'énergie sur la saison 2023-2024 VS 2022-2023**.

Il couronne également la volonté de la LFP d'embarquer les clubs de Ligue 1 et de Ligue 2 vers une meilleure compréhension des enjeux énergétiques et vers un passage à l'action en faveur de plus de sobriété et d'efficacité énergétique.



## 1.B UN NOUVEAU SIÈGE À HAUTE PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE

Cet engagement se concrétise également dans le projet de déménagement en juin 2024 du siège de la LFP, dans un bâtiment exemplaire sur le plan environnemental, certifié BREEAM, et labellisé Effinergie Rénovation et BiodiverCity. Un groupe de travail interne dédié à la RSE a été constitué en amont de ce déménagement pour impliquer les collaborateurs dans ce projet et garantir la pérennité de ces engagements environnementaux dans l'utilisation du nouveau siège.

Actions en faveur d'une meilleure efficacité énergétique du bâtiment :

- ▶ Mise en place d'une Gestion Technique du Bâtiment (GTB)
- ▶ Définition centrale des températures de chauffage et de climatisation
- ▶ Arrêt de la climatisation en cas d'ouverture de fenêtre
- ▶ Déclenchement de l'éclairage sur détection de présence
- ▶ Ajustement automatique de l'éclairage selon la luminosité naturelle



La LFP a choisi de mettre à disposition de ses salariés des Cup Cleaner® afin de **diminuer les volumes d'eau consommés** lors du nettoyage de leurs tasses et gourdes. Ces bornes de nettoyage par le rinçage écoresponsable sans contact permettent de consommer jusqu'à 75 fois moins d'eau (2cl contre 1L à 1,5L dans un évier/lavabo) et de ne rejeter aucun détergent dans la nature. Les bornes sont d'autre part 100 % recyclables : le pied, la casquette et le plateau sont faits en matières recyclées/régénérées.

Par ailleurs, attentive à son empreinte sur l'ensemble de son écosystème, la LFP suit un programme de gestion écologique de ses espaces verts (démarche zéro phyto, adaptation des fréquences et périodes de fauche, tonte et taille aux cycles biologiques, amélioration de la qualité du sol, préservation des ressources et favorisation du développement de la faune locale), ce qui a permis de labéliser son nouveau bâtiment **BiodiverCity Construction**.

Enfin, dans l'optique de **réduire sa production de déchets**, la LFP a fait le choix d'installer des fontaines à eau CASTALIE directement reliées au réseau, sans bombonnes en plastique. Cette entreprise de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS) également agréée Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale (ESUS), fabrique ses fontaines en France et en Italie dans un système d'économie circulaire : elles sont éco-conçues à partir de matériaux recyclables, chaque pièce peut ainsi être remplacée pour assurer une durée de vie optimale. De cette façon, l'eau a un moindre impact environnemental.

**1L d'eau de ces fontaines a une empreinte carbone 80 % moins élevée vs 1L d'eau d'une fontaine bonbonne.**

BREEAM®



effinergie

## 2. ACCOMPAGNEMENT DES CLUBS

### 2.A PLAN DE SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE

Dans un contexte de crise énergétique en fin d'année 2022, l'État français a décidé d'élaborer un plan de sobriété énergétique décliné à l'ensemble des secteurs d'activité, y compris le secteur sportif. Ce plan doit permettre d'atteindre l'objectif national de réduction de 10 % de la consommation d'énergie d'ici 2024. La LFP et les clubs professionnels ont activement participé à l'élaboration de la déclinaison de ce plan de sobriété au sport professionnel avec le Ministère des Sports et des Jeux Olympiques et paralympiques.

La mobilisation des clubs de football professionnel français a permis de mettre en place une grande partie de ces mesures et ainsi de contribuer au bilan positif mis en avant par le Ministère de la Transition Énergétique et le Ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques.

**Au début de la saison 2023-2024, 61 % des clubs avaient déjà atteint l'objectif national de réduction de 10 % de la consommation d'énergie (critère intégré dans la Licence Club).**

### 2.B TROIS OUTILS POUR ACCOMPAGNER LA SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE DES CLUBS

Afin de généraliser la réalisation d'audits énergétiques des stades, critère désormais intégré dans la licence club, la LFP, accompagnée par A4MT, a fourni aux clubs un référentiel cadre pour réaliser ces audits en novembre 2023. Cet outil recense toutes les données à collecter par le club et/ou la collectivité propriétaire du stade en vue de réaliser un audit énergétique complet.

De plus, grâce aux travaux d'A4MT, la LFP met également à la disposition des clubs une liste d'une dizaine de bureaux d'étude, locaux ou nationaux, en capacité de réaliser l'audit énergétique d'un stade selon ce référentiel commun, dans une fourchette de prix cadrée en amont. Associés aux bilans carbone, ces audits énergétiques permettront d'élaborer des plans d'action pour une sobriété énergétique plus efficace à l'échelle des stades et des clubs.

Pour accompagner encore davantage les clubs sur la dimension carbone, la LFP et A4MT leur ont fourni un outil de calcul qui permet de quantifier les économies de CO2 réalisées selon les options énergétiques choisies. Facile à utiliser, cette « calculatrice carbone » aide les clubs à répondre à la question : « Mes consommations énergétiques sont-elles décarbonées ? ». Elle comptabilise le carbone émis selon les niveaux et sources d'énergie utilisés par le club dans son stade, et permet de réduire ces consommations ou de changer les sources d'énergie.

**50 % des clubs ont ou sont en train de réaliser un audit énergétique à la fin de la saison 2023-2024**



## 2.C LANCEMENT DU CONSORTIUM SPOR&D, ORGANISME DE RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT SUR LE TRAITEMENT DES SOLS ET PELOUSES

En novembre 2023, à l'initiative de la Fédération Française de Golf, la Fédération Française de Football, la Ligue de Football Professionnel, la Fédération Nationale des Courses Hippiques, France Galop, l'Université Paris Saclay, l'Institut de l'Agriculture et de l'Alimentation Biologiques, l'AGREF, Institut Ecumène Golf et Environnement, les acteurs du mouvement sportif et de la recherche se sont associés pour lancer officiellement le consortium de recherche SPOR&D (Sol Pelouse Organisme de Recherche & Développement). Il s'agit de la première initiative nationale d'innovations sur les pelouses naturelles et les sols sportifs. Cette structure innovante se fixe pour objectif de réinventer les pelouses naturelles et les sols sportifs de manière responsable, en conciliant la préservation des pratiques sportives sur gazon avec les exigences économiques, sociales et environnementales qui constituent le cadre de leur développement.

Alliant les principaux acteurs des pratiques sportives sur gazon et des organismes de recherche, SPOR&D fonctionne comme un accélérateur de la recherche scientifique visant à repenser les pelouses et les sols sportifs. Il a notamment pour rôle de :

- ▶ Mobiliser des financements publics au profit de la recherche
- ▶ Lancer des appels à projets ciblés, avec le soutien de son comité scientifique
- ▶ Réaliser des études et améliorer l'état des connaissances sur le sujet des sols et pelouses sportifs

La création de ce réseau insolite, ouvert à tout nouveau membre qui souhaiterait rejoindre cette dynamique, relève d'une ambition forte : croiser l'expertise scientifique et l'exigence sportive et environnementale au service de l'amélioration des sols sportifs.



## → RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE DU FOOTBALL PROFESSIONNEL FRANÇAIS

Réduire son empreinte carbone est un chantier prioritaire pour l'ensemble des secteurs d'activité, y compris le football professionnel. Pour établir une stratégie bas carbone pertinente, la LFP a identifié ses principales sources d'émission et aide les clubs à faire de même en réalisant leur Bilan des Emissions de Gaz à Effet de Serre (BEGES) sur les scopes 1, 2 et 3.

### 1. DÉMARCHE INTERNE

La Ligue a ainsi réalisé le BEGES de ses propres activités pour les saisons 2021-2022 et 2022-2023 afin d'être en mesure de mettre en place un plan d'actions de réduction de son impact carbone prochainement.

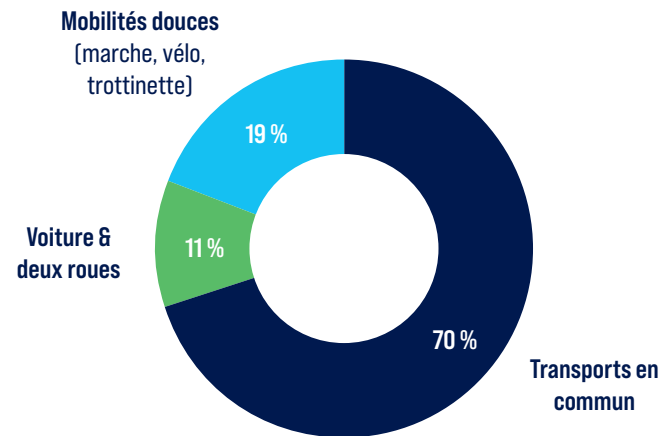
#### 1.A MOBILITÉS DURABLES

Afin de mesurer et d'adapter les actions à mettre en place en faveur des mobilités durables dans le cadre des **déplacements domicile-travail** des salariés de la LFP, une enquête mobilité annuelle a été systématisée cette saison (cf résultats ci-contre). Par ailleurs, un forfait mobilité durable de 500 € ou 600 € par an par salarié est en place et permet de financer :

- ▶ L'achat d'un vélo mécanique ou à assistance électrique
- ▶ Les équipements, accessoires, réparations, assurances et stationnements nécessaires
- ▶ Le co-voiturage
- ▶ L'autopartage avec des véhicules électriques, hybrides rechargeables ou à hydrogène
- ▶ L'usage de vélos, motorisés ou non, en location ou en libre-service
- ▶ Les transports en commun (tickets à l'unité ou carnets, abonnements)

En ce qui concerne les **déplacements professionnels**, le train est vivement encouragé pour tout trajet de moins de 4h. Les émissions de CO<sub>2</sub> des trajets sont affichées directement sur la plateforme Havas Voyages avant même la réservation.

Les émissions de CO<sub>2</sub> liées aux déplacements professionnels des collaborateurs LFP (hors délégués) ont ainsi diminué de 3 % sur la saison 2022-2023 VS 2021-2022 alors que le nombre de collaborateurs a augmenté de 30 %.



70 % des salariés viennent en transports en commun  
19 % viennent en mobilités douces (vélo, marche à pied, trottinette)



## 1.B LE CHOIX D'UNE CANTINE D'ENTREPRISE ENGAGÉE

Sur le volet alimentation, le groupe de travail Qualité de Vie au Travail a participé à l'installation dans les nouveaux locaux d'un frigo connecté de l'entreprise engagée Foodles. Première entreprise à mission de son secteur, Foodles est également certifiée B-Corp, notamment pour son engagement environnemental. Privilégiant les circuits courts, Foodles ne propose que des fruits et légumes de saison, ainsi que 20 % de produits bio. Sachant que la viande est la principale source d'émissions dans l'alimentation, Foodles propose 40 % de recettes végétariennes et a réduit de 42 % l'impact moyen par plat. Enfin, pour lutter contre le gaspillage alimentaire, un algorithme prévisionnel est utilisé afin de livrer la quantité nécessaire la plus juste possible. Les plats non consommés en fin de semaine sont proposés à moitié prix, les invendus sont redistribués à des associations et les plats arrivés à péremption sont récupérés pour être transformés en compost et biogaz à destination d'agriculteurs.

**40 % de repas végétariens**



## 2. ACCOMPAGNEMENT DES CLUBS

### 2.A UN OUTIL POUR MESURER L'EMPREINTE CARBONE DES CLUBS

Afin d'inciter les clubs de Ligue 1 McDonald's et de Ligue 2 BKT à s'emparer de cette problématique, la LFP a intégré dans la Licence Club un critère demandant la réalisation d'un Bilan des Emissions de Gaz à Effet de Serre (scope 3) et la mise en place d'une stratégie bas carbone. L'objectif visé par ce critère est de permettre à chaque club de mieux comprendre son empreinte carbone, de mettre en place des actions concrètes de réduction de son empreinte carbone, conformément à la Stratégie Nationale Bas Carbone, de mobiliser l'ensemble des collaborateurs en interne et de se doter d'arguments solides auprès de son écosystème (collectivité, supporters, partenaires). Il

est demandé aux clubs de réaliser leur BEGES sur le périmètre organisationnel complet des activités du club (activités stade, matchs et centre d'entraînement), sur le périmètre opérationnel du scope 3 (afin d'inclure les déplacements des supporters) et selon la méthode Bilan Carbone®.

Pour accompagner les clubs dans la réalisation de ce BEGES, la LFP a réalisé un benchmark des différents prestataires existants sur le marché et a identifié Global Climate Initiative (GCI) comme prestataire à proposer aux clubs. 5 séances de formation à l'utilisation de la plateforme par GCI ont été proposées aux clubs sur les deux dernières saisons, prises en charge par la LFP.

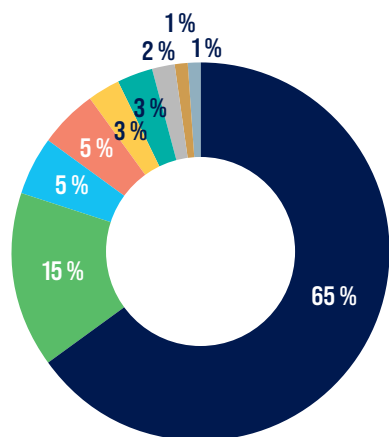
**71 % des clubs ont ou sont en train de réaliser leur Bilan Carbone®**

### 2.B UNE PARTICIPATION ACTIVE AU RAPPORT « DÉCARBONONS LES STADES » DU SHIFT PROJECT

En parallèle, la LFP a activement participé au programme « Décarbonons le Sport » du Shift Project, qui vise à imaginer la transformation du secteur du sport français vers une adaptation au changement climatique. La LFP a ainsi été l'un des principaux fournisseurs de données qui ont permis l'élaboration du premier rapport du programme « Décarbonons les Stades », dédié aux infrastructures sportives que sont les grands stades de football et de rugby professionnels. L'objectif est d'aboutir à des recommandations qui permettront de pérenniser l'organisation de grands événements sportifs malgré la contrainte carbone.



**Empreinte carbone d'un stade de 50 000 places sur un match : 320 tCO2e**



- Transports spectateurs
- Alimentation et boisson
- Retransmission
- Transports des professionnels et salariés
- Transports de l'équipe sportive et encadrante
- Immobilisation (construction, machines, etc.)
- Déchets
- Énergie (chauffage, éclairage, climatisation, etc.)
- Autres

Source : calculs provisoires *The Shift Project 2024*

## 2.C AGIR SUR LE PREMIER POSTE D'ÉMISSION CARBONE D'UN MATCH : LE DÉPLACEMENT DES SPECTATEURS

Selon le rapport « Décarbonons les stades » du Shift Project, le déplacement des spectateurs est le poste d'émission de GES le plus important lors des grands événements sportifs, représentant près de 65 % des émissions, dont 90 % sont dues à l'usage de la voiture. C'est la raison pour laquelle, cette année encore, la LFP s'est attachée à mener des actions en faveur du développement d'une mobilité des spectateurs plus responsable.

### ► La 2<sup>e</sup> édition de la campagne « Mobilités durables »

La Ligue de Football Professionnel et les clubs se sont une nouvelle fois mobilisés afin de sensibiliser les supporters à privilégier les mobilités durables pour se rendre au stade, en organisant la 2<sup>e</sup> édition d'une campagne de communication nationale. Cette année, elle a pris la forme d'une publication de 6 jeux concours. Chacun de ces jeux-concours comportait une question alliant l'aspect sportif à une solution de mobilité douce proposée par les clubs qui se rencontraient au moment de la publication du jeu-concours. Chaque réponse offrait l'occasion de fournir des explications détaillées sur les solutions de mobilité responsable mises en place par les clubs concernés.



### ► Un partenariat avec StadiumGO

Partenaires depuis 2019, la LFP et StadiumGO ont prolongé leur collaboration en 2023 pour favoriser le covoiturage des supporters lors des matchs de Ligue 1 McDonald's et de Ligue 2 BKT. Désormais, 82 % des clubs proposent une solution de covoiturage à leurs supporters grâce à des partenariats avec des plateformes de covoiturage, dont plus de 75 % avec StadiumGO. Cette dernière publie des annonces de covoiturage dédiées aux rencontres sportives, tant à domicile qu'à l'extérieur, permettant aux supporters de trouver le trajet le plus adapté à leur besoin.

Pour inciter les spectateurs à utiliser cette solution, certains des clubs associés à StadiumGO offrent certains avantages aux covoitureurs comme des places de parking réservées. Cette solution innovante a notamment été sélectionnée dans la catégorie « Start-ups » des Trophées Sport et Management 2023 puis à nouveau en 2024.

Le bilan de la saison 2023-2024 a permis d'indiquer que :

- 12 clubs de Ligue 1 et 17 clubs de Ligue 2 ont un partenariat avec StadiumGO,
- Près de 25 000 supporters utilisent StadiumGO (+ 37 % VS 2022-2023) ;
- 986 000 kilomètres ont ainsi été parcourus en covoiturage ;
- En moyenne, chaque trajet est de 250 kilomètres.



### ► Intégration de critères RSE sur les mobilités durables dans le Label Accueil

Le référentiel du Label Accueil, nouvel outil créé par le pôle stades et la Commission expérience Stades de la LFP afin de connaître de façon précise et complète la capacité pour chaque club d'accueillir de manière optimale son public dans son stade, intègre plusieurs critères d'évaluation environnementaux.

#### ► 35 clubs ont un parking vélo/mobilité douce

#### ► 26 clubs ont mis en place une offre couplée billets de stade/transports en commun/mobilités douces, dont 73 % avec une gratuité du titre de transport

#### ► 33 clubs ont mis en place un système de covoiturage, dont 42 % avec un système incitatif (place de parking offerte par exemple)

#### ► 23 clubs ont une offre adaptée de transports en commun desservant le stade en fonction des heures de début et de fin de match

## 2.C AGIR SUR LE SECOND POSTE D'ÉMISSION CARBONE D'UN MATCH : LA RESTAURATION

### Intégration de critères RSE dans le Label Restauration

Sur le volet alimentation, le département Food & Beverage de la LFP, avec le soutien du département RSE, a mis en place une « Charte de la Restauration Grand Public », qui place l'éco-responsabilité au cœur de la démarche, avec des recommandations sur la provenance des produits, l'élimination du gaspillage, la gestion des déchets ou encore la diminution de produits animaux. Des critères d'évaluation ont été définis à partir de cette charte afin de mesurer les progrès réalisés par chaque club (Label Restauration).

#### 22 clubs proposent au moins une option végétarienne

#### 19 clubs ont mis en place des systèmes de lutte contre le gaspillage alimentaire



## ♥ PILIER SOCIÉTAL



### ➔ LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS

#### 1. LE PLAN DE LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS

Depuis 2019, la LFP met en place diverses actions pour éradiquer les discriminations au sein du football professionnel. Avec l'appui de ses associations partenaires (Foot ensemble, la Fondation pour le Sport Inclusif, la Ligue Internationale contre le Racisme et l'Antisémitisme) la Ligue de Football Professionnel a créé un plan d'action qui repose sur trois piliers :

- ✓ La prévention et la formation de l'écosystème du football professionnel français
- ✓ La sensibilisation du grand public
- ✓ L'identification et la sanction des comportements haineux

#### 1.A LA FORMATION ET LA SENSIBILISATION DES PARTIES PRENANTES

Depuis 2021, la Ligue de Football Professionnel intervient, avec ses associations partenaires, auprès des joueurs professionnels, des dirigeants de clubs et des supporters afin de réaliser des ateliers de sensibilisation à la lutte contre les discriminations. Chaque intervention est adaptée au public cible avec l'objectif de transmettre les outils pour réagir face aux cas de discrimination, les bonnes pratiques dans l'accompagnement des victimes, les mesures à mettre en place en anticipation de ces situations et les sanctions applicables pour les auteurs. En outre, des ateliers de sensibilisation sont également réalisés dans les centres de formations via « Le Fondaction du Football » dans le cadre de son programme Open Football Club.

Lors de la saison 2023-2024, la Ligue de Football Professionnel, accompagnée des associations partenaires, a réalisé 62 ateliers dans 23 clubs différents. Au total, depuis 2021, la LFP est intervenue 89 fois auprès de 32 clubs différents.

Fort de son engagement contre toutes formes de discrimination, la LFP a pour objectif d'aller plus loin en proposant, à partir de la saison 2024-2025, des formations à destination des référents dans les clubs professionnels. La LFP continuera également d'intervenir afin de sensibiliser les différents acteurs du football professionnel.



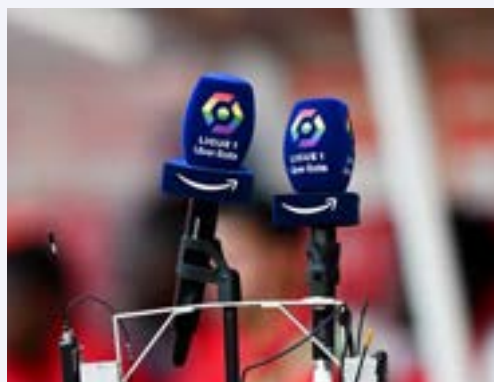
## 2. LA SENSIBILISATION DU GRAND PUBLIC

Chaque saison, depuis plus de 6 ans maintenant, la LFP organise des journées de Ligue 1 McDonald's et de Ligue 2 BKT dédiées à la lutte contre les discriminations en association avec ses partenaires experts, la Licra, Foot Ensemble, et la Fondation pour le Sport Inclusif.

Lors de la saison 2023-2024 a été dévoilée la nouvelle campagne « Dégageons les discriminations ». En parallèle des journées internationales contre le racisme et l'homophobie, les équipes ont porté deux maillots spéciaux, un dédié à la lutte contre le racisme, l'autre à la lutte contre l'homophobie. Ces maillots floqués des badges « Dégageons le racisme » et « Dégageons l'homophobie » ont pour objectif de transmettre un message clair et explicite contre la discrimination dans le football. En outre, les badges compétition ont été spécialement teintés aux couleurs des journées concernées. L'ensemble des acteurs (arbitres, coachs, officiels, diffuseurs) ont été impliqués en portant des éléments visuels aux couleurs de la campagne (brassard, pin's, bonnettes de micro...). Dans les stades, divers éléments décoratifs ont fait vivre les campagnes telles que des bâches géantes sur les pelouses de Ligue 1 McDonald's, les drapeaux de corners aux couleurs des campagnes, les écrans géants, les panneaux led ou encore les panneaux du 4<sup>e</sup> arbitre.

En plus des dispositifs au stade, la campagne a également vécu de manière digitale, notamment via les réseaux sociaux. Au total, les 481 contenus partagés par la LFP et les clubs ont généré 21,1 M d'impressions. Enfin, tous les diffuseurs officiels et de nombreux médias ont relayé la campagne sur les différents plateaux télévisés, contribuant ainsi à sa diffusion.

Ces maillots événementiels arborant le slogan de la campagne « Dégageons le racisme » et « Dégageons l'homophobie » ont ensuite été revendus aux enchères au profit des associations de lutte contre les discriminations partenaires de la LFP.



### 3. L'IDENTIFICATION ET LA SANCTION DES COMPORTEMENTS HAINEUX

La commission de discipline de la LFP, en adéquation avec les statuts de la LFP et les règlements des compétitions, sanctionne régulièrement les incidents à caractère discriminatoire se produisant dans les stades (amende, fermeture de tribune, match à huis clos, retrait de point au classement...). Cette saison 2023-2024, la commission de discipline a notamment prononcé 58 sanctions ayant entraîné 127 000 € d'amende au total. Quatre décisions ont entraîné la fermeture de tribunes, deux décisions ont fait l'objet d'un retrait de points ferme ou avec sursis. Enfin, deux joueurs ont fait l'objet de sanction ferme ou avec sursis.

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](http://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.

#### UN DISPOSITIF DE PROTECTION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX DE LA LFP

Lors de la saison 2023-2024, la LFP et Bodyguard.ai ont renouvelé leur partenariat après deux années de collaboration fructueuse pour la protection de la communauté en ligne de la Ligue contre toute forme de toxicité. En collaborant avec Bodyguard.ai, la LFP, qui a fait de la lutte contre les discriminations un élément fondamental de sa stratégie RSE, a pu mettre ses valeurs en action et mieux appliquer son approche de tolérance zéro à l'égard de toutes les formes d'abus en ligne. Ainsi, la LFP continue de protéger et promouvoir les valeurs du football français sur ses réseaux sociaux et ceux de ses compétitions (Facebook, Instagram, TikTok, X, YouTube).

- ▶ Au cours des deux premières années de collaboration avec la Ligue, Bodyguard.ai a par ailleurs modéré plus de 1,7 million de commentaires pour la LFP et en a identifié 71 000 (4,1%) comme haineux.
- ▶ Lors de la saison 2023-2024, Bodyguard.ai a supprimé 125 383 messages sur les différents réseaux sociaux de la LFP sur un total de 2M de messages analysés (soit 6,27% de messages supprimés). Depuis le 1er juillet 2023, 8 139 messages haineux ont été publiés sur les réseaux sociaux de la LFP. Bodyguard.ai en a supprimé 7 970 (soit 97,92%). Parmi ces messages, 2 185 étaient à caractère raciste (ce qui représente 31,85% des messages supprimés).

#### LA LFP LABELLISÉE FIER SPORT

Le label FIER s'organise autour de six grandes thématiques qui guident la mise en œuvre d'actions concrètes permettant l'inclusion des personnes LGBTI+ dans l'écosystème sportif (clubs, fédérations et collectivités territoriales).

Soutenu par le Ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques et le Ministère chargé de l'Égalité entre les femmes et les hommes, et de la lutte contre les discriminations, ce label permet d'établir une mesure de bonne conduite en matière d'inclusion des personnes LGBTI+.

Obtenu en 2022, ce label, remis par la Fondation FIER, valorise la démarche engagée par la Ligue de Football Professionnel et l'encourage à intensifier les actions entreprises pour que le football professionnel devienne exemplaire.



## LA TOURNÉE DU SPORT INCLUSIF

Du 29 mars au 18 mai, la LFP a soutenu la Tournée du Sport Inclusif 2024, organisée dans le cadre de la Grande Cause Nationale 2024 par la Fondation pour le Sport Inclusif, la Fondation Agir Contre l'Exclusion et la Fondation Le Refuge. Cet événement vise à renforcer la visibilité de l'activité physique et sportive en tant qu'outil majeur de lutte contre les discriminations, en particulier celles qui touchent les communautés LGBTQIA+. Il s'agit en particulier de :

- ▶ favoriser la pratique d'une activité physique et sportive des publics qui en sont éloignés
- ▶ sensibiliser les acteurs du mouvement sportif à la lutte contre les discriminations
- ▶ contribuer à rendre les lieux de pratique de l'activité physique et sportive plus inclusifs

Après deux premières étapes les 30 et 31 mars avec l'Olympique de Marseille, et les 12 et 13 avril à Nanterre avec le Paris Saint Germain, la Tournée du Sport Inclusif s'est achevée avec le Toulouse FC, les 17 et 18 mai 2024, à l'occasion de la journée internationale de lutte contre l'homophobie, transformant le Stadium de Toulouse en une arène de diversité et d'engagement communautaire. Etaient présents Amélie Oudéa-Castera, la ministre des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques, Dominique Faure, ministre des Collectivités et de la Ruralité, ainsi que des représentants de fédérations et ligues sportives, dont la LFP. Tous ont pu s'engager en signant une convention avec la Fondation pour le Sport Inclusif. Celle signée avec la LFP permettra à la Fondation pour le Sport Inclusif de poursuivre son programme de lutte contre les discriminations dans les ateliers mis en place par la LFP la saison prochaine.



## → LUTTER CONTRE LES VIOLENCES SEXISTES ET SEXUELLES

La saison 2023-2024 fut marquée par l'intégration de la lutte contre les violences sexuelles et sexistes dans la stratégie RSE de la LFP, avec l'objectif d'éradiquer ces maux du football professionnel.

### 1. DÉMARCHE INTERNE

Au cours de la saison 2023-2024, la Ligue de Football Professionnel a mené diverses actions en interne afin de sensibiliser et protéger ses salariés. Six ateliers de sensibilisation contre les violences sexuelles et sexistes au travail, animés par l'association Colosse aux pieds d'argile, ont été organisés pour l'ensemble des collaborateurs de la LFP et seront programmés de manière régulière. En outre, deux référents en matière de lutte contre le harcèlement sexuel et les agissements sexistes ont été désignés. Enfin, une plateforme de signalement est également disponible pour permettre aux salariés de signaler rapidement et facilement toutes situations constituant une infraction affectant l'activité de la LFP et notamment tout cas de violence sexuelle ou sexiste.

## 2. ACCOMPAGNEMENT DES CLUBS

Lors de la saison 2023-2024, l'association Colosse aux pieds d'argile est intervenue dans 12 clubs de football professionnel afin de réaliser 29 ateliers de sensibilisation sur les risques de violences sexuelles, de pédocriminalité et de bizutage dans le milieu sportif en direction des dirigeants, cadres techniques des clubs, entraîneurs, joueurs professionnels et du centre de formation.



**« Parce ce que le 12<sup>e</sup> homme est aussi une femme, célébrons toutes les spectatrices des stades »**

Pour la première fois, lors de la saison 2023-2024, la LFP a réalisé une campagne de sensibilisation contre le sexisme dans les stades afin de mettre en avant les spectatrices de Ligue 1 McDonald's et de Ligue 2 BKT. À cette occasion, le film « le siège », réalisé en partenariat avec Her Game Too, a été largement diffusé, totalisant 7,7 millions d'impressions et 3,9 millions de vues.

En outre, de nombreux clubs ont réalisé des actions par leurs propres initiatives afin de célébrer cette journée : des groupes d'escort kids et ramasseuses de balles uniquement constitués de jeunes filles à Nice, Metz, Caen, la célébration des femmes importantes du club à Lorient, Paris, et au Havre, l'officialisation du partenariat avec Her Game Too à Toulouse et à Troyes, l'organisation d'une table ronde sur la place des femmes dans le football à Lens, un flochage événementiel #HerGameToo à Saint-Etienne, un tarif de billet spécial à Ajaccio, la mise en avant de l'équipe féminine à Amiens, des animations dédiées à Dunkerque et Concarneau, le port de tenues d'avant match #HerGameToo à Bordeaux.



## → DÉVELOPPER L'ACCESSIBILITÉ POUR LES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

### FIN DU PROJET ERASMUS + « GOOD GOVERNANCE NEEDS ACCESS AND INCLUSION »

Entre 2021 et 2023, la Ligue de Football Professionnel a participé au projet européen Erasmus + nommé « Good Governance Needs Access and Inclusion », piloté par AccessibAll (ex CAFE). L'objectif de ce projet fut d'identifier les barrières communes en matière d'accessibilité et de trouver des solutions pérennes, notamment en intégrant les retours des personnes en situation de handicap dans les stratégies d'accessibilité.

Ce projet a réuni différentes parties prenantes de trois pays dont, les fédérations et les ligues de football professionnel de Belgique (KBVB et Pro League), de France (FFF et LFP) et d'Allemagne (DFB et DFL), ainsi que les associations nationales de supporters en situation de handicap de chaque pays (respectivement l'Inter Vlaanderen, FFSFH et BBAG) et enfin, l'Université européenne de Lisbonne (ENSILIS).

Ce projet européen a permis à la Ligue de Football Professionnel de développer son expertise en matière d'accueil du public en situation de handicap, notamment grâce à la récolte des retours d'expérience des spectateurs en situation de handicap à la suite d'un questionnaire de grande ampleur. Les résultats de cette enquête ont permis à la LFP d'identifier des priorités en matière d'accessibilité retranscrites sous la forme d'un plan d'actions intégré aux stratégies RSE et d'accueil du public dans les stades. En outre, pour animer ce plan d'actions à l'échelle nationale, la LFP a alloué des ressources humaines dédiées à l'accessibilité au sein de ses équipes.

Ce projet européen aura permis à la LFP de marquer une progression importante concernant la thématique d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap, mais également de se créer un réseau européen et de marquer sa place en tant que ligue motrice sur le sujet en Europe.



## LA STRATÉGIE D'ACCESSIBILITÉ DE LA LFP

Afin d'avoir un impact concret sur l'accueil du public en situation de handicap, la LFP met en œuvre une stratégie en six piliers qui a pour but d'améliorer l'expérience des spectateurs en situation de handicap.

Chaque pilier représente une étape de l'expérience spectateur :

- ▶ L'information et la communication
- ▶ La billetterie
- ▶ L'arrivée au stade
- ▶ L'entrée et la circulation dans le stade
- ▶ Les services accessibles
- ▶ L'expérience inclusive

Pour mettre en œuvre des actions concrètes dans chacune de ces étapes, la LFP intervient principalement via l'accompagnement des clubs et la régulation.

Tout d'abord, la LFP intervient aussi bien individuellement que collectivement auprès des clubs en fournissant des recommandations, conseils, bonnes pratiques et accompagnement de projet. Un guide dédié à l'accueil du public en situation de handicap a notamment été intégré au Guide des opérations à destination des clubs. En outre, trois sessions de webinaires en ligne ont été organisées lors de la saison 2023-2024. Ce type de temps fort

sera amené à se reproduire lors des saisons suivantes afin de permettre la montée en compétence des clubs sur cette thématique.

Dans un second temps, la LFP se sert d'outils réglementaires et de structuration afin d'améliorer l'accessibilité des stades. Ainsi, six critères d'accessibilité ont été ajoutés à la Licence Club en 2023-2024

- ▶ L'existence d'un dialogue entre le club et les supporters en situation de handicap,
- ▶ La mise en accessibilité de la billetterie en ligne,
- ▶ La mise à disposition par les clubs d'informations d'accessibilité, d'accueil et de service dans le stade à destination des personnes en situation de handicap

En outre, des critères ont également été ajoutés au Label Accueil qui a pour objectif d'améliorer la qualité de l'accueil du public dans les stades :

- ▶ Mise en place d'une politique d'accueil dédiée
- ▶ Accessibilité des services dans le stade
- ▶ Mise en place de dispositifs spécifiques

## UN DISPOSITIF INÉDIT LORS DU TROPHÉE DES CHAMPIONS

Lors de la 28<sup>e</sup> édition du Trophée des Champions, la LFP a mis en place un dispositif innovant et inédit permettant à 9 spectateurs malvoyants de suivre le match et de vivre pleinement l'expérience.

En collaboration avec GiveVision, la LFP a fourni des casques qui ont permis à ces 9 spectateurs de suivre pleinement la rencontre entre le Paris Saint-Germain et le Toulouse FC malgré leurs handicaps visuels :

- ▶ Soit grâce à un mode d'agrandissement facilitant la vue sur le terrain à travers un zoom ;
- ▶ Soit grâce au mode flux TV qui permet de regarder en direct dans le casque les images filmées par les caméras.

Éric, supporter du Paris Saint-Germain

*« Voir des choses qui m'étaient inaccessibles avant, c'est quelque chose de fantastique »*

Ce type de dispositif sera amené à se généraliser afin de poursuivre les travaux d'inclusion des personnes en situation de handicap.



## « AU STADE, LES DIFFÉRENCES SE FONT SUR LE TERRAIN » UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION DÉDIÉE À L'ACCESSIBILITÉ

Réalisée en collaboration avec l'agence AONO et le créateur de contenu « Unseen Samy », la LFP a publié lors de la saison une campagne de communication dédiée à l'accessibilité nommée « Au stade, les différences se font sur le terrain ».

Dans cette série 100 % digitale, « Unseen Samy » est allé à la rencontre de spectateurs en situation de handicap au sein de 5 clubs de Ligue 1 McDonald's et de Ligue 2 BKT afin de découvrir et mettre en avant les dispositifs d'accessibilité mis en place par les clubs sous l'impulsion de la LFP.

Cette série a permis la mise en lumière des dispositifs d'accueil à l'Olympique Lyonnais, au FC Metz, au Paris Saint-Germain, à Saint-Etienne et à Olympique de Marseille. Chaque club mis en valeur a pu mettre en avant ses particularités et spécificités locales en matière d'accueil du public en situation de handicap.

Cette première campagne digitale de la LFP dédiée à l'accessibilité a généré 5 millions d'impressions et 185 000 engagements sur les comptes des clubs et de la Ligue.



## HANDICAPZÉRO

Fort de son partenariat avec HandiCapZéro, la LFP a publié, pour la 11<sup>e</sup> 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
- ▶ 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 38 équipes et des effectifs

Pour cette 11<sup>e</sup> édition, deux entretiens exclusifs ont été réalisés avec **Le regard au bout des doigts** et **Touch 2 See**.



## ☆ SOUTENIR LES GRANDES CAUSES NATIONALES

### → LE BLEUET DE FRANCE

Pour la 6<sup>e</sup> année consécutive, la commémoration du 11 novembre a permis à la LFP et aux 38 clubs de football professionnel des Ligue 1 McDonald's et Ligue 2 BKT de se mobiliser en faveur du Bleuets de France, le fonds de dotation qui vient en aide aux familles des victimes de guerres et d'attentats.

Les 14<sup>e</sup> journées de Ligue 1 McDonald's et 12<sup>e</sup> journées de Ligue 2 BKT étaient ainsi dédiées à cette cause, au travers d'une campagne rendant hommage aux héros qui œuvrent pour la France. Tous les coups d'envoi des rencontres avaient été donnés par des enfants bénéficiaires de l'association des Képis Pescalunes, qui soutient et accompagne les orphelins de la Gendarmerie Nationale, pupilles de la Nation.

Une vente aux enchères organisée sur la plateforme MatchWornShirt du 15 novembre au 4 décembre 2023 a permis de collecter 50 000 € au profit des soldats blessés, de leurs familles, ainsi qu'aux veuves, aux orphelins et aux victimes du terrorisme., grâce au don par les clubs de 110 maillots floqués de la fleur de bleuets et portés par les joueurs tout au long de ce week-end de championnat.

Cette mobilisation unique dans le monde sportif en France visait à augmenter la notoriété du Bleuets et à sensibiliser à sa cause.

Cette somme de 50 000 € a été symboliquement remise au Bleuets de France par la LFP et la FFF le 8 juin 2024 lors du match des Légendes organisé au stade Michel d'Ornano de Caen dans le cadre du 80<sup>e</sup> anniversaire du Débarquement et de la Bataille de Normandie. Opposant le Club des Internationaux de France à une sélection du Stade Malherbe Caen, cette rencontre a eu lieu en présence de Mme Patricia Miralles, Secrétaire d'Etat auprès du ministre des Armées, chargée des Anciens combattants et de la Mémoire, Frank Leboeuf, ambassadeur du Bleuets de France et Olivier Pickeu, Président du Stade Malherbe Caen.



## → LA PROTECTION DE L'ENFANCE

Pour la troisième année consécutive, en novembre 2023, à l'occasion de la journée internationale des Droits de l'Enfant, tout l'écosystème du football professionnel s'est mobilisé en faveur de la protection de l'enfance.

La Ligue de Football Professionnel, ses partenaires, les clubs de Ligue 1 McDonald's et de Ligue 2 BKT et Decathlon Kipsta se sont rassemblés aux côtés du Secrétariat d'Etat à l'Enfance, de la CNAPE (Convention Nationale des Associations de Protection de l'Enfant) et de son ambassadeur, Mohamed Bouhafsi, pour faire vivre un moment exceptionnel à 216 enfants, venus de toute la France, lors d'un tournoi organisé le 19 novembre sur la mythique pelouse de l'Orange Vélodrome à Marseille.

Cette 3<sup>e</sup> édition du Tournoi des Défenseurs de l'Enfance leur a permis de vivre une journée exceptionnelle et de rencontrer Zinedine Zidane, légende du ballon rond, mais aussi plusieurs joueurs de l'OGC Nice et de l'Olympique de Marseille.

Une semaine plus tard, lors du week-end du 25 novembre 2023, la LFP a dédié la 13<sup>e</sup> journée de Ligue 1 McDonald's et la 15<sup>e</sup> journée de Ligue 2 BKT à la protection de l'enfance. A cette occasion, une vaste campagne de communication a été déployée en digital et sur tous les terrains des championnats, où 700 ballons collector conçus par Decathlon Kipsta, inspirés de dessins d'enfants ont vibré au rythme des matchs dans les stades aux couleurs de l'Enfance. 80 de ces ballons ont ensuite été signés par les joueurs pour être mis aux enchères sur la plateforme MatchWornShirt, tandis que les autres ballons non signés ont été vendus sur le site Decathlon.fr. Ces ventes ont permis de récolter plus de 9300 € au profit de la CNAPE.

Cette journée de championnat a également été l'occasion de sensibiliser et rappeler les droits fondamentaux des enfants et mettre en avant le numéro d'appel 119 (Allô enfance en danger, appel confidentiel et gratuit 24h/24 7j/7). Ainsi, l'ensemble de l'écosystème du football professionnel français a pu porter un message haut et fort : les enfants en difficulté ne sont pas seuls.



## → SOUTIEN AU PERSONNEL HOSPITALIER

Après une première édition à Montpellier en 2022 et une deuxième à Toulouse en 2023, la Fédération Hospitalière de France (FHF) et la Ligue de Football Professionnel se sont unies une nouvelle fois pour la troisième édition du Tournoi des Soignants, labellisée Grande Cause Nationale 2024, qui s'est déroulée le 3 juin 2024 au Centre de Vie Raymond Kopa du Stade de Reims.

Ce tournoi national a vu s'affronter 16 équipes mixtes composées de membres des Groupements Hospitaliers de Territoires (GHT). Venus de toute la France, ce sont près de 200 personnels soignants, occupant des fonctions très variées, qui ont été sélectionnés avec l'aide de la FHF. Sur le même modèle que le Tournoi de l'Enfance, chaque équipe a représenté un club professionnel de son territoire et s'est vu remettre un équipement complet de la part de celui-ci afin de porter fièrement ses couleurs lors du tournoi.

Ouvert par Jean-Pierre Caillot, Président du Stade de Reims, en présence d'Arnaud Robinet, Maire de Reims et Président de la Fédération Hospitalière de France et Robert Pirès, champion du monde 1998 et parrain de cette édition, l'objectif de ce tournoi était d'offrir un moment de convivialité et de partage aux personnels soignants autour de leur passion commune pour le football. Le tournoi a été remporté par le GHT Hainaut-Cambrésis qui représentait le Valenciennes FC.

Voici la liste des établissements hospitaliers participants à cette édition 2024, ainsi que les clubs qu'ils ont représentés :

- ▶ Groupement Hospitalier Universitaire de Champagne pour le Stade de Reims
- ▶ GHT de Basse-Alsace Sud-Moselle (GHT 10) pour le RC Strasbourg Alsace
- ▶ GHT de Bretagne Occidentale pour le Stade Brestois 29
- ▶ GHT Lorraine nord pour le FC Metz
- ▶ GHT de la Haute Garonne et du Tarn Ouest pour le Toulouse FC
- ▶ GHT Est-Hérault Sud-Aveyron pour le Montpellier Hérault SC
- ▶ GHT Haute Bretagne pour le Stade Rennais FC
- ▶ GHT des Hauts-de-Seine (GHT 92) pour le Paris Saint-Germain
- ▶ Hôpitaux Paris Est Val-de-Marne (GHT 94) pour le Paris FC
- ▶ GHT Loire pour l'AS Saint-Étienne
- ▶ GHT Hainaut-Cambrésis pour le Valenciennes FC
- ▶ GHT Orne Perche Saosnois pour le SM Caen
- ▶ GHT Territoire d'Armor pour l'EA Guingamp
- ▶ GHT de Maine-et-Loire (GHT 49) pour l'Angers SCO
- ▶ GHT Nord Yonne pour l'AJ Auxerre
- ▶ GHT du Rouergue pour le Rodez Aveyron Football



Crédit photo : Jean-Baptiste Delerue

## → LA LFP, PARTENAIRE DES TROPHÉES SPORT ET MANAGEMENT

Ouverts à tous les acteurs de terrain, les Trophées Sport & Management récompensent depuis 2013 les projets innovants, écoresponsables et solidaires mis en place autour du sport. Lauréate des Trophées Sport & Management en 2021, la LFP est ravie de soutenir cet événement en tant que partenaire pour la troisième année consécutive. En 2022, elle avait contribué à la création d'un prix dédié au sport professionnel, visant à mettre à l'honneur l'engagement local et citoyen des clubs professionnels.

Pour la troisième édition de ce Trophée « Acteur du Sport Professionnel », après avoir vu l'Olympique Lyonnais remporter l'édition 2022 et trois clubs professionnels atteindre la finale en 2023, ce sont cinq clubs de football professionnel qui constituent la liste des nommés cette année :

- ▶ **Le LOSC Lille pour son projet « Je me tâte »**. Afin de sensibiliser ses supporters au cancer du testicule, le club lillois a conceptualisé et mis en vente un boxer humoristique accompagné d'une carte explicative sur l'autodépistage. L'ensemble des bénéfices ont été reversés à la recherche sur ce type de cancer.
- ▶ **Le FC Metz et son dispositif « L'expérience FC Metz pour tous »**. Le club lorrain a mis en place un dispositif global innovant visant à améliorer l'inclusion et l'accessibilité des Utilisateurs de Fauteuil Roulant (UFR) et des Spectateurs en Situation de Handicap (SSH) lors des matchs au Stade Saint-Symphorien, afin de leur offrir une expérience optimale.
- ▶ **L'OGC Nice**, nommé pour la troisième année consécutive, et son projet « **Caléna Tour** ». Désireux d'apporter du réconfort et de la joie pendant la période des fêtes de fin d'année aux personnes les plus vulnérables, le club niçois s'est mobilisé afin d'offrir des cadeaux au plus grand nombre.
- ▶ **L'AS Saint-Étienne pour sa section Foot-Fauteuil**. Un projet qui vise à offrir aux personnes en situation de handicap l'opportunité de pratiquer un sport collectif et de s'exprimer à travers le sport.

- ▶ **L'Olympique de Marseille**, également nommé pour la deuxième année de suite, avec le « **Cahier des Olympiens** ». Ce projet vise accompagner la jeunesse dans ses apprentissages en développant l'envie d'apprendre et en luttant contre le décrochage scolaire.

La plateforme StadiumGO, partenaire de la LFP, ainsi que l'entreprise Give Vision ont été sélectionnées dans la catégorie « Start-ups ». Par ailleurs, dans la catégorie « Acteurs du sport RSE/RSO », la Fondation pour le Sport Inclusif, partenaire de la LFP en matière de lutte contre les discriminations, figure parmi les nommés de la catégorie pour sa tournée pour le sport inclusif organisé cette saison dans plusieurs villes dont Marseille, Paris et Toulouse avec les clubs professionnels de football, rugby et handball.

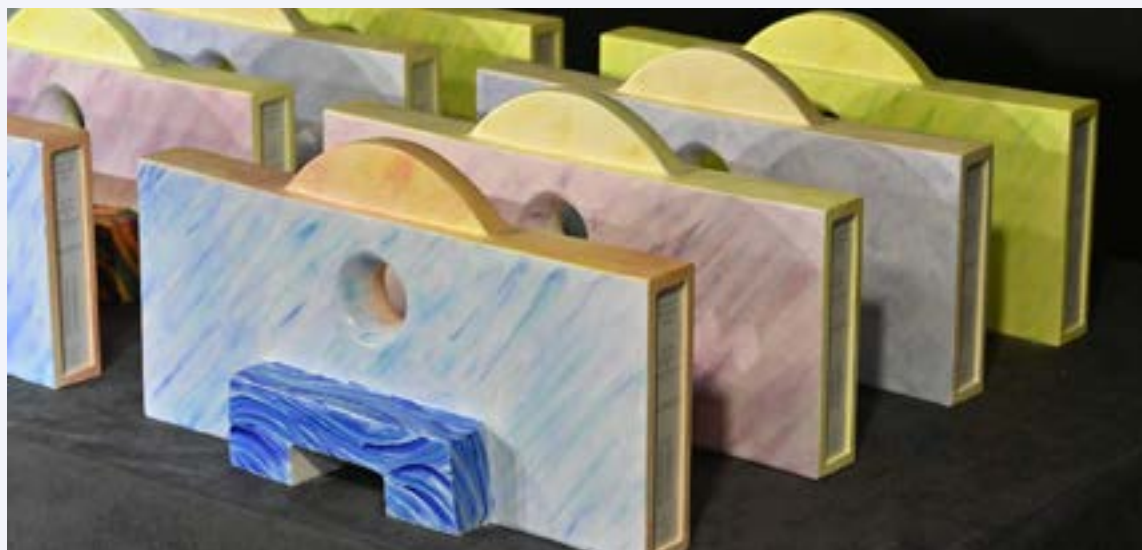
La remise des prix se déroulera le 9 octobre 2024 à l'Assemblée nationale.



## → LA LFP, PARTENAIRE DU FONDATION DU FOOTBALL

Depuis 2008, le Fondation du Football lance chaque année un appel à candidature pour identifier et valoriser les initiatives citoyennes du football amateur et professionnel. Les Trophées Philippe Séguin récompensent les meilleures actions menées par les clubs ainsi que par les joueurs dans quatre catégories : éducation et citoyenneté, mixité et diversité, solidarité et inclusion, santé et environnement. Dans la catégorie « club professionnel », c'est l'Olympique de Marseille qui a été mis à l'honneur pour son projet à caractère social Capitale Foot. Mené par OM Fondation et sa directrice générale Cécilia Barontini, présente pour recevoir cette distinction, ce projet vise à réhabiliter des espaces sous-utilisés dans Marseille et sa périphérie pour en faire des espaces sportifs accessibles à tous. Une fois opérationnels, ces terrains permettent aux associations locales et à la Fondation du club phocéén d'organiser des activités sportives et culturelles pour la jeunesse marseillaise. Après la réhabilitation d'un premier espace dans le 2<sup>e</sup> arrondissement de Marseille, inauguré en juillet 2023, puis un second dans le 6<sup>e</sup> arrondissement en avril 2024, l'Olympique de Marseille prévoit de rénover et d'animer trois nouveaux terrains d'ici les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024.

Seize clubs amateurs sont lauréats des Trophée Philippe Séguin 2024 et recevront une dotation financière de la part du Fondation du Football.







**DES ENGAGEMENTS  
PARTAGÉS PAR  
NOS PARTENAIRES**



## EA SPORTS

Le développeur de jeux vidéo américain EA Sports, éditeur du jeu FC 24 qui réunit une communauté de plusieurs millions de joueurs à travers le monde, a cette année encore affirmé son engagement contre le racisme et l'antisémitisme aux côtés de la LFP et de la Ligue internationale contre le racisme et l'antisémitisme (Licra) à l'occasion de la journée dédiée organisée lors des 28<sup>e</sup> journées de Ligue 1 McDonald's et de Ligue 2 BKT.

Dans le cadre de cette opération, EA Sports a participé à cette campagne de sensibilisation visant à promouvoir la plateforme de signalement de la Licra dédiée au signalement des actes de racisme et d'antisémitisme en créant un maillot collector spécialement pour cette campagne portant le logo de l'opération et disponible dans le mode de jeu Ultimate Team. Des ambassadeurs d'EA Sports et des clubs étaient aussi mobilisés pour relayer la campagne sur leurs réseaux sociaux.

En déclinant la campagne de sensibilisation à la lutte contre le racisme et l'antisémitisme dans son jeu vidéo EA Sports FC pour la 3<sup>e</sup> année consécutive, EA Sports permet de renforcer le dispositif déployé sur les réseaux et les pelouses de Ligue 1 McDonald's et Ligue 2 BKT en le rendant visible pour son importante communauté de joueurs.



## KIPSTA

Kipsta, la marque des sports collectifs de Decathlon, est le fournisseur officiel des ballons de la Ligue 1 McDonald's et de la Ligue 2 BKT. Pour la 3<sup>e</sup> édition des «Défenseurs de l'Enfance», Decathlon s'est engagé avec la LFP et la CNAPE. Lors de la 13<sup>e</sup> journée de Ligue 1 McDonald's et de la 15<sup>e</sup> journée de Ligue 2 BKT, les matchs se sont joués avec des ballons Kipsta collectors, dotés de designs exclusifs inspirés de dessins d'enfants. Ces ballons ont ensuite été mis en vente, et tous les fonds collectés ont été intégralement reversés à la CNAPE.

Kipsta est également devenu partenaire de la 3<sup>e</sup> édition du tournoi des Défenseurs de l'Enfance. Les 18 équipes, composées d'enfants des associations adhérentes de la CNAPE, ont eu le privilège de visiter le magasin Decathlon de leur ville et de recevoir une paire de crampons. Lors du tournoi, les enfants ont également pu profiter de nombreuses animations ludiques proposées par Decathlon.

En plus de cela, Kipsta a fait don de ballons et chasubles pour le Tournoi des Soignants 2024.



## LA POSTE

Cette année encore, La Poste a organisé les Journées nationales de l'arbitrage. Cet événement est l'occasion de mettre à l'honneur les arbitres sur tous les terrains, y compris ceux de la Ligue 1 McDonald's et de la Ligue 2 BKT. Pour cette 22<sup>e</sup> édition, organisée en collaboration avec les fédérations et ligues professionnelles de football, rugby, basket et handball, un programme d'actions a été orchestré pour favoriser le recrutement et la fidélisation des arbitres. En complément de la campagne de sensibilisation sur les réseaux sociaux, La Poste et la LFP ont déployé un protocole d'avant-match spécial lors de la 9<sup>e</sup> journée de Ligue 1 McDonald's et la 11<sup>e</sup> journée de Ligue 2 BKT, sur l'ensemble des pelouses, afin de sensibiliser les acteurs du jeu, les spectateurs mais aussi les téléspectateurs, et marquer ainsi son engagement pour la valorisation de l'arbitrage.





## ORIS

En plus d'être le chronométrateur officiel de la Ligue 1 McDonald's et de la Ligue 2 BKT, l'horloger suisse Oris est, depuis octobre 2022, le premier partenaire responsable de la Ligue de Football Professionnel grâce à la signature d'un accord inédit. Ce partenariat, signé pour une durée de 3 ans, repose sur un partage de valeurs communes et d'engagements forts en matières sociétale et environnementale. La marque suisse a lancé il y a plus de 20 ans son programme « Change for the Better », un engagement écologique et sociétal par lequel elle apporte son soutien à des projets en faveur du développement durable. Des projets en phase avec la stratégie RSE de la LFP et qui sont amenés à se développer au sein des clubs de Ligue 1 McDonald's et de Ligue 2 BKT.

C'est notamment le cas avec Project Rescue Ocean, une association qui a pour but de sensibiliser le grand public sur l'état de l'environnement, et notamment sur la pollution des mers et des océans, en organisant des ateliers de sensibilisation et des actions écocitoyennes de ramassage de déchets. Oris et Project Rescue Ocean ont organisé 4 événements de ce type cette saison avec nos clubs et leurs centres de formation : le MHSC, l'OGC Nice, le GF38 ainsi que le SM Caen. Au total plus de 870 kg de déchets ramassés et de nombreux jeunes sensibilisés sur ce sujet.

Oris a par ailleurs soutenu les différentes campagnes RSE de la LFP cette saison en relayant les éléments de communication ou en offrant des places à des jeunes de la CNAPE sur la journée de protection de l'enfance. Enfin, lors de la dernière journée de Ligue 1 McDonald's et Ligue 2 BKT, Oris a fait modifier le design de l'ensemble des panneaux 4<sup>e</sup> arbitres pour y afficher les couleurs de l'arc en ciel et soutenir l'opération de lutte contre l'homophobie.



## Uber Eats

### UBER EATS

Sponsor titre de la Ligue 1 de la saison 2020-2021 jusqu'à la saison 2023-2024, Uber Eats, service de livraison de repas et de courses à domicile, a été régulièrement associé aux actions mises en place par la LFP dans le cadre de son programme RSE. Étant présent sur les supports de communication de la Ligue 1, dans les médias ou au bord des terrains, la marque a suivi de près les opérations RSE de la LFP afin de s'y associer. Par exemple, elle a mis à profit cette visibilité à l'occasion de la journée de lutte contre l'homophobie (J34 de Ligue 1) en utilisant son logo pour afficher son engagement et en créant des animations LED dédiées diffusées lors des différents matchs de cette journée.



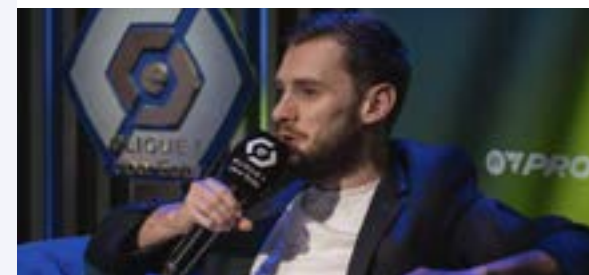
## eLIGUE 1

### ELIGUE 1 MCDONALD'S

Pendant toute la saison et pour la deuxième année consécutive, l'intégralité des actions RSE menées par la LFP via ses compétitions officielles Ligue 1 McDonald's et Ligue 2 BKT ont été étendues à l'eLigue 1 la compétition esport lors des émissions et sur les réseaux sociaux, afin de sensibiliser l'intégralité des jeunes sur ces enjeux sociétaux.

La compétition esport a par exemple été très présente cette année, avec des engagements très forts contre le racisme et l'antisémitisme avec un dispositif complet lors des deux émissions de la 13<sup>e</sup> journée d'eLigue 1. Des micros aux couleurs de l'opération, des badges pour les commentateurs, des incrustations du logo de la campagne pendant les matchs, des messages de prévention réguliers dans le chat et la vidéo montrée de nombreuses fois pendant les lives, l'opération était visible partout pour éduquer au mieux les jeunes sur ces discriminations.

L'eLigue 1 était également très investie dans la lutte pour les droits de la femme en invitant une joueuse professionnelle d'Arkéma Première League lors des émissions de la 9<sup>e</sup> journée, en relayant le film officiel de cette campagne menée par la LFP lors des lives et en évoquant cette campagne tout le long des émissions dans le chat.



A soccer ball is centered on a grass field. The entire image is overlaid with a semi-transparent green filter. The text 'L'ENGAGEMENT DU FOOTBALL PROFESSIONNEL FRANCAIS' is written in white, bold, uppercase letters across the center of the image. The ball has 'KIPSTA' written on it.

# L'ENGAGEMENT DU FOOTBALL PROFESSIONNEL FRANCAIS

# LES CHIFFRES CLÉS



**16 CLUBS** SONT SIGNATAIRES DE LA CHARTE DES 15 ENGAGEMENTS ÉCORESPONSABLES  
DES ORGANISATEURS D'ÉVÉNEMENTS DU MINISTÈRE DES SPORTS ET DES JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES

**71 %** DES CLUBS ONT OU SONT EN TRAIN  
DE RÉALISER LEUR BILAN CARBONE®

**50 %** DES CLUBS ONT OU SONT EN TRAIN DE RÉALISER UN  
AUDIT ÉNERGÉTIQUE À LA FIN DE LA SAISON 2023-2024

**11 CLUBS**  
ONT MIS EN ŒUVRE DES ACTIONS EN FAVEUR DE LA BIODIVERSITÉ

**6 CLUBS**  
SONT LABELLISÉS FAIR PLAY FOR THE PLANET



**62 ATELIERS DE SENSIBILISATION**  
À LA LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS, ANIMÉS DANS 23 CLUBS SUR LA SAISON 2023-2024

**12 CLUBS** ONT ORGANISÉ DES ATELIERS DE SENSIBILISATION  
À LA LUTTE CONTRE LES VIOLENCES SEXISTES ET SEXUELLES

**1 825 ORGANISATIONS**  
SOUTENUES

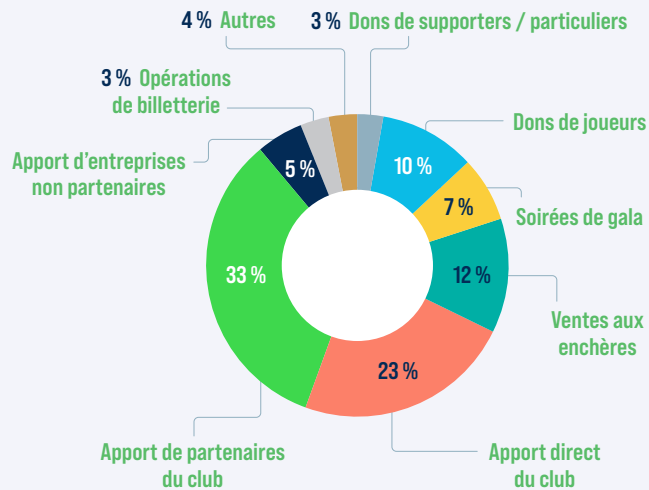
# L'ORGANISATION DANS LES CLUBS

Cette saison encore, les 38 clubs de Ligue 1 et Ligue 2 se sont mobilisés pour développer leur démarche RSE tant sur le plan environnemental que sociétal. Plus de la moitié des clubs possèdent une entité ou un programme dédié à la mise en place de projets RSE.

50 % des clubs possèdent une structure dédiée à des actions philanthropiques, caritatives ou sociétales.

Budget moyen de ces structures : 300 000 €.

## RÉPARTITION DES APPORTS FINANCIERS



**24** structures dédiées aux projets RSE réparties dans **18** clubs :

**15** fonds de dotation



**5** fondations



**4** associations



**7** clubs possèdent un programme dédié aux initiatives RSE :



# LES ACTIONS MISES EN PLACE PAR LES CLUBS

LES THÉMATIQUES COUVERTES PAR LES ACTIONS DES CLUBS :

ENVIRONNEMENT ET TRANSITION ÉCOLOGIQUE

LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

SOUTIEN AUX ASSOCIATIONS CARITATIVES

ENFANCE

INTÉGRATION ET LIEN SOCIAL

SPORT ET SANTÉ

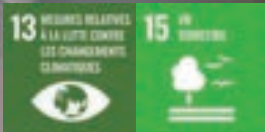


JUILLET 2023



### AS SAINT-ÉTIENNE L'importance de la biodiversité pour les Verts

Dans le cadre de sa stratégie RSE, l'AS Saint-Étienne a entrepris un projet de conservation des tourbières, milieux naturels d'importance patrimoniale situés dans les monts du Forez. Cette initiative, menée en deux phases, a d'abord impliqué l'étude et le suivi de ces écosystèmes, puis leur réhabilitation et l'acquisition d'anciennes parcelles de tourbières. Le suivi et la conservation de quatre espèces de libellules ont ainsi été effectués sur trois tourbières du Haut-Forez. Ce projet est né de découvertes récentes soulignant la nécessité d'améliorer les connaissances sur ces zones et d'implémenter des mesures de gestion urgentes. Ce projet s'inscrit dans une stratégie globale de biodiversité, en complément de la stratégie des Espaces Naturels Sensibles du Département de la Loire, du Plan National d'Actions en faveur des odonates, du Contrat Vert et Bleu de Loire-Forez agglomération, et de la démarche Natura 2000.



### AS MONACO Un maillot dédié au monde marin

Pour la saison 2023-2024, l'AS Monaco a dédié son maillot third, baptisé OCEANO, au monde marin. Cette tenue, réalisée en collaboration avec l'Institut océanographique de la Principauté de Monaco, Kappa et l'ASM, est fabriquée à partir de polyester 100 % recyclé et permet de soutenir les actions de préservation et de médiation environnementales menées par l'Institut océanographique de la Principauté. Pour chaque maillot acheté, 5 € étaient reversés à ce dernier.



### LOSC LILLE Covoiturage

Tous les mois le LOSC Lille organise une journée de sensibilisation au covoiturage. Ainsi, chaque collaborateur ou salarié volontaire est intégré dans un groupe lui permettant de trouver des compagnons de voyage. Une seule règle : remplir les voitures avec le maximum de participants et ne pas réaliser de trop grands détours pour ne pas impacter négativement le bilan carbone de l'opération. En moyenne chaque journée mobilise 30 collaborateurs et permet d'économiser 130 kg de carbone.







**OLYMPIQUE DE  
MARSEILLE**  
**Un premier label  
Relais Vert**

Dans le cadre de sa politique RSE et de la signature de la Charte des 15 engagements écoresponsables du ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques, l'Olympique de Marseille a été labellisé Relais Vert par le fonds de dotation Un Seul Terrain. Une récompense qui met en lumière le travail réalisé par l'Olympique de Marseille, premier club de football français à obtenir cette distinction, et l'ensemble de ses collaborateurs, partenaires et fournisseurs, dans leur démarche vers la durabilité.



**FC GIRONDINS  
DE BORDEAUX**  
**Trophée Initiative  
Parité**

Dans le cadre de sa démarche RSE, le FC Girondins de Bordeaux a mis en place le Trophée Initiative Parité, qui récompense des startups fondées ou co-fondées par des femmes et ayant un impact positif sur le territoire. Les vainqueuses, CUIDAM ET DOADO, sont chacune reparties avec une dotation financière de 2 000 euros, et un gain de visibilité et de notoriété afin de promouvoir leur startup. Elles ont également eu la chance de pouvoir organiser un événement au Château du Haillan afin de médiatiser leur structure.



**HAVRE AC**  
**Job Dating au  
Stade Océane**

Le Havre AC a organisé un job dating dans l'enceinte du Stade Océane, afin de mettre en relation des professionnels du sport et des candidats en recherche d'emploi. Une action qui s'inscrit dans le cadre du programme de formation proposé par l'Association Havre Athletic Club pour les BPJEPS Activités Physiques pour Tous et Activités de la Forme.



**PARIS  
SAINT-GERMAIN**  
**Les Villages de  
la Fondation**

Lors du mois de juillet 2023, le club parisien a reconduit « Les Villages de la Fondation du Paris Saint-Germain » dans les Yvelines. De nombreuses activités ludiques et sportives étaient proposées aux familles sur le thème des Jeux Olympiques & Paralympiques : escrime, basket fauteuil, bêche coup franc, hockey sur gazon, tir à l'arc... L'occasion pour les participants de vivre des moments de partage et d'épanouissement autour du sport.





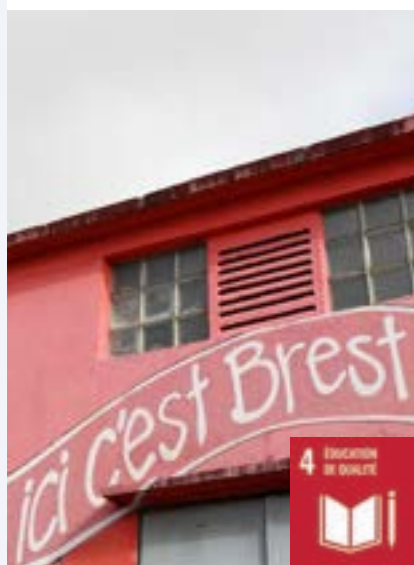
**QRM**  
**Alternance dating**

Dans le cadre de la préparation de la prochaine session de formation au BPJEPS Activités Physiques pour Tous, prévue en septembre 2023, QRM a mis en place une Alternance Dating. L'opportunité pour les apprentis de trouver la future structure dans laquelle ils effectueront leur formation, et inversement.



**STADE BRETOIS 29**  
**Formations dispensées**

Le Stade Bretois 29 a lancé les inscriptions aux formations en apprentissage dispensées au sein du centre de l'Armoricaine, le centre de formation du club breton. Ces formations diplômantes 100 % gratuites sont organisées en collaboration avec la Ligue de Bretagne de Football et le Sport Bretagne de Dinard, avec pour objectif l'obtention du BPJEPS Activités Physique pour Tous et du Brevet de Moniteur de Football.



**MONTPELLIER HÉRAULT SC**  
**Des filets qui tremblent pour la bonne cause**

Pour cette saison 2023-2024, le club montpelliérain et son fonds de dotation Espoir Orange et Rêve Bleu ont renouvelé leur opération mensuelle « 1 but marqué = 250 € pour une grande cause ». Cette année, plus de 35 000 euros ont été distribués aux associations soutenues par le Montpellier Hérault SC : Douce'heure ; Project Rescue Ocean, Association France Alzheimer Hérault ; Octobre Rose ; Bleuet de France ; ENVIE ; Colosse aux pieds d'argile ; VMF Hérault ; Génér'action Solidaire ; Fauteuils de feu.



**OLYMPIQUE DE MARSEILLE**  
**Des vacances ludo-éducatives au Vélodrome**

Pour une quatrième saison, l'Olympique de Marseille organisait à l'Orange Vélodrome le programme « OV School » en accueillant des jeunes Marseillais, âgés entre 11 et 13 ans, pour des vacances apprenantes. Cette année, le programme s'étendait du 10 juillet au 4 août 2023 et visait à sensibiliser aux sujets de la protection de l'environnement et des bonnes pratiques du numérique. Ainsi, chaque semaine, 25 enfants prenaient possession de l'Orange Vélodrome pour y vivre des expériences ludo-éducatives uniques portées par des professionnels de l'innovation éducative, des animateurs et enseignants passionnés.





AOÛT 2023



### AS MONACO Le Kids Tour voit du pays

Après une première édition pleinement réussie, l'AS Monaco a annoncé le lancement de la deuxième saison de « l'AS Monaco Kids Tour ». Pour permettre à tous les jeunes supporters et footballeurs amateurs de la région de pouvoir vivre pleinement leur passion pour l'AS Monaco, la caravane rouge et noir est allée à la rencontre de ses jeunes fans monégasques. Une fois encore, chaque escale a réservé son lot d'animations et de surprises pour les enfants. En deux éditions, l'AS Monaco Kids Tour a ainsi parcouru plus de 4 500 kilomètres, réalisé 59 étapes dans 51 communes différentes, visité 3 pays (Monaco, France et Italie) et rencontré plus de 6 000 enfants.



### FC GIRONDINS DE BORDEAUX Comme un air de vacances

Comme tous les étés, le FC Girondins de Bordeaux renouvelle le dispositif des « Enfants Oubliés des Vacances ». Lors des matchs de Ligue 2 BKT contre l'US Concarneau et l'Amiens SC, disputés au Matmut ATLANTIQUE, de nombreux jeunes n'ayant pas la chance de pouvoir partir en vacances ont été invités dans la Tribune Solidaire afin de soutenir les Marine et Blanc.



### OLYMPIQUE DE MARSEILLE Rêve de minot

Tout au long de la saison 2023-2024, l'Olympique de Marseille s'est engagé auprès d'associations locales afin de réaliser les rêves d'enfants malades. Lors des matchs à domicile ces enfants sont invités à l'Orange Vélodrome où ils ont notamment l'occasion de rencontrer les joueurs marseillais. Cette année 22 enfants ont vu leur vœu exaucé, grâce à l'implication de 14 associations différentes.





**OLYMPIQUE DE MARSEILLE**  
**Rêve de minot**

Tout au long de la saison 2023-2024, l'Olympique de Marseille s'est engagé auprès d'associations locales afin de réaliser les rêves d'enfants malades. Lors des matchs à domicile ces enfants sont invités à l'Orange Vélodrome où ils ont notamment l'occasion de rencontrer les joueurs marseillais. Cette année 22 enfants ont vu leur vœu exaucé, grâce à l'implication de 10 associations différentes.



10 MÉDIAS RÉPÉTES



**RC LENS**  
**En immersion à Bollaert**

Tout au long de la saison 2023-2024, le RC Lens a permis à 31 enfants hospitalisés de vivre 16 avant matchs à Bollaert-Delelis grâce à Awabot.



10 MÉDIAS RÉPÉTES



**RC STRASBOURG ALSACE**  
**Été foot**

Le RC Strasbourg Alsace s'est mobilisé tout au long du mois d'août pour son « Été foot ». En collaboration avec Ophéa, le programme est réparti sur quatre journées et a pour mission de véhiculer les valeurs du bien vivre ensemble et du respect d'autrui à la jeunesse, par le biais du football



16 PAIR, JUSTICE ET INSTITUTIONS OFFICIELLES



**STADE BRESTOIS 29**  
**Les enfants aux commandes à Le Blé**

Activation du robot de téléprésence Tybot à destination d'enfants malades sur chaque match disputé à domicile par le Stade Brestois 29 au stade Francis-Le Blé. Les enfants ont ainsi pu suivre à distance et en direct les coulisses des matchs des Rouge & Blanc en dirigeant le robot via les touches d'un clavier d'ordinateur.



10 MÉDIAS RÉPÉTES



## AS SAINT-ÉTIENNE L'exemple à suivre

L'AS Saint-Étienne a réalisé un diagnostic du site de l'Étrat, où est implanté le centre sportif du club stéphanois, avec pour objectif de proposer un plan de gestion et des mesures conservatoires pour la protection de l'environnement. À la suite de ce travail, qui a notamment révélé une biodiversité importante à protéger, l'AS Saint-Étienne a défini des préconisations regroupées en trois volets : la gestion de milieux naturels, une meilleure communication sur le sujet et des suivis naturalistes pour l'évaluation des mesures de gestion. Pour concrétiser ces dernières, le club et la FNE Loire ont mis en place une ORE (Obligation Réelle environnementale) afin de faire du centre Robert-Herbin un exemple à suivre en matière de gestion écologique et de prise en compte de la biodiversité périurbaine.



## CLERMONT FOOT 63 Une communauté toujours plus verte

Dans le cadre de son plan RSE, le club auvergnat, qui promeut le covoiturage et incite ses supporters à se rendre au stade en prêtant plus d'attention à leur impact environnemental, a annoncé la création de la communauté Clermont Foot 63 sur l'application MOV'ICI. Il a également annoncé la mise en place de bornes Cvélo, situées à quelques minutes à pied du stade Gabriel-Montpied.



## CLERMONT FOOT 63 Place à l'Ecocup

Le Clermont Foot 63 a annoncé avoir stoppé la distribution de gobelets en carton aux buvettes du stade Gabriel-Montpied. En remplacement, les supporters clermontois peuvent utiliser des Ecocup, qui doivent être déposées dans des bacs dédiés après consommation, afin qu'elles soient recyclées, et non jetées.



## MONTPELLIER HÉRAULT SC Sensibilisation à l'éco-citoyenneté

Les jeunes joueurs et joueuses du Montpellier Hérault SC ont été sensibilisés à l'éco-citoyenneté lors d'une conférence animée par l'association Project Rescue Ocean, qui sensibilise sur l'état de l'environnement, des mers et des océans. Les joueurs et joueuses ont ensuite participé à une collecte de déchets dans le domaine de Grammont : 600 kg de déchets ont ainsi été ramassés.





### OGC NICE Direction l'Allianz Riviera

L'OGC Nice a annoncé la création d'une ligne de bus spéciale « desserte Stade Foot », afin d'inciter ses supporters à utiliser les transports en commun pour se rendre à l'Allianz Riviera les jours de match. Cette ligne est mise à disposition des supporters avant et après le coup d'envoi des rencontres du Gym à domicile.



### PARIS SAINT-GERMAIN Ballon responsable

Le Paris Saint-Germain, en collaboration avec une usine indienne labellisée Fairtrade au Pendjab, a dévoilé le premier ballon conçu en totalité à base de produits recyclables. Issu de matières végétales, ce ballon s'inscrit dans la politique RSE du club de la capitale et revêt des peintures d'immeubles parisiens ainsi que du Parc des Princes.



### RC LENS Une navette de plus pour aller au stade

Le RC Lens a annoncé l'ajout d'un deuxième arrêt pour la navette Bollaert-Delelis. Cette solution permettra d'accroître le nombre de supporters qui emprunteront la navette pour rejoindre le stade. Une solution permettant de réduire le trafic généré les jours de match, et de développer un service plus respectueux de l'environnement. De plus, l'accès aux navettes est entièrement gratuit pour toute personne ayant un accès à l'application RC Lens.



### SC BASTIA Vers une politique 0 déchet

Le SC Bastia a fait du pilier environnemental une priorité de sa stratégie RSE avec notamment la volonté de tendre vers une politique 0 déchet. Dans un premier temps, le club corse a mis en place un dispositif de tri sélectif au stade comme dans ses bureaux, avec tout un programme de sensibilisation à destination de ses supporters et salariés. Puis, dans une démarche zéro plastique, les gobelets et bouteilles ont été remplacés par des écocup, récupérés les soirs de match puis lavés et réutilisés au match suivant. En parallèle, afin de réduire l'impact environnemental dû à sa communication visuelle, le SC Bastia a décidé d'utiliser des matériaux recyclables et durables pour ses panneaux partenaires, de favoriser le stickage pour éviter la constante production, et d'adopter des papiers recyclés et recyclables pour réaliser ses communications grand public. Enfin, le club corse a entrepris une grande campagne de sensibilisation auprès des jeunes de son académie avec notamment l'organisation de journées dédiées au ramassage de déchets.





**FC LORIENT**  
**Projets d'Artistes**  
**Lorientais**

À l'occasion de la rencontre FC Lorient – OGC Nice, premier match à domicile de la saison pour les Merlus, le club breton a lancé le programme « Projets d'Artistes Lorientais ». Ce projet permet à 17 artistes locaux de réaliser les affiches des 17 rencontres prévues au stade du Moustoir sur l'ensemble de la saison. L'ensemble des créations ont ensuite été vendues en ligne et en boutique en 40 exemplaires, numérotées et signées par l'artiste et un joueur des Merlus.



**OLYMPIQUE DE MARSEILLE**  
**Capitale du Foot**

Le projet « Capitale du Foot », mené par l'OM Fondation et la Fondation CMA CGM, dans le cadre de leur collaboration, a été officiellement lancé par l'ouverture d'un premier terrain aux couleurs du club marseillais en août 2023. Ce projet vise à réhabiliter des espaces sous-utilisés dans Marseille et sa périphérie pour en faire des espaces sportifs accessibles à tous. Une fois opérationnels, ces terrains permettent aux associations locales et à la Fondation du club phocéen d'organiser des activités sportives et culturelles pour la jeunesse marseillaise. Après la réhabilitation de ce premier espace dans le 2<sup>e</sup> arrondissement de Marseille, puis un second dans le 6<sup>e</sup> arrondissement en avril 2024, l'Olympique de Marseille prévoit de rénover et d'animer trois nouveaux terrains d'ici les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024.



**OLYMPIQUE LYONNAIS**  
**Du bénévolat pour**  
**OL Fondation**

Débuté en août 2023, le dispositif «bénévolat sur le temps de travail» offert par l'Olympique Lyonnais a permis à plus de 75 personnes de consacrer une demi-journée à réaliser des actions auprès des associations partenaires d'OL Fondation. Cette initiative vient s'ajouter à toutes les actions également réalisées par les joueurs & joueuses professionnelles, jeunes du centre de formation, et staffs du club lyonnais.





**RODEZ AVEYRON  
FOOTBALL  
Mercredis  
du foot**

Un mercredi par mois, les joueurs et le staff du Rodez Aveyron Football se mobilisent auprès d'enfants de la région afin d'animer une séance d'entraînement. Un programme établi il y a maintenant une quinzaine d'année dans le cadre des missions d'intérêt général, de solidarité et de formation.



**STADE LAVALLOIS  
MFC  
Pour le bien  
être mental**

Le Stade Lavallois MFC a signé un partenariat avec l'application PepPsy. Application qui permet au club de favoriser le bien-être mental chez l'ensemble de ses salariés.



**STADE LAVALLOIS  
MFC  
Food Truck**

Le club a mis en place un Food Truck charté Stade Lavallois MFC présent dans les différents marchés de la Mayenne pour aller à la rencontre de ses supporters. Food Truck aussi présent au stade Francis Le Basser les jours de match afin d'améliorer l'expérience au stade.



**FC METZ  
L'audiodescription  
continue à  
Saint-Symphorien**

Le FC Metz a annoncé le renouvellement du service d'audiodescription au stade Saint-Symphorien pour la saison 2023-2024. Cette démarche, mise en place pour les supporters aveugles ou malvoyants, vise à améliorer chaque étape de l'expérience des spectateurs en situation de handicap.







## OGC NICE Don de sang rouge & noir

Dans le cadre de son programme de soutien au don du sang l'OGC Nice, en collaboration avec l'Établissement français du sang, a organisé du 14 au 19 août 2023 la 14<sup>e</sup> édition du don du sang « rouge et noir » à la Maison du don, entièrement décorée aux couleurs du Gym pour l'occasion. Une délégation de l'OGCN était présente, constituée de Didier Digard et Cédric Varrault, trois féminines, leur entraîneur Matthieu Esposito, trois jeunes du centre de formation ainsi que Kevin Jeffries (Data Analyst de l'équipe professionnelle), deux membres de l'association des Anciens Aiglons et Jordan Minglis, ambassadeur de cœur du Fonds de Dotation du Gym. Une partie prendra d'entre eux a pris part à l'opération de collecte de sang tandis que les autres représentants du club ont incité les passants à prendre rendez-vous pour un don.



## STADE BRETOIS 29 Des maillots aux enchères

Au cours de la saison 2023-2024, le Stade Brestois 29 a organisé quatre ventes aux enchères de ses maillots de matchs. Les fonds récoltés ont été intégralement redistribués auprès de différentes structures sociales et environnementales.



## VALENCIENNES FC Un match de Foot en Cœur

Dans le cadre de la 1<sup>re</sup> journée de Ligue 2 BKT, le Valenciennes FC recevait l'AJ Auxerre au stade du Hainaut. À cette occasion, les joueurs du club nordiste ont arboré un maillot unique, sur lequel avait été brodé le logo de l'association Foot En Cœur, qui vient en aide aux enfants hospitalisés ou en situation de handicap. Une visibilité exceptionnelle pour l'association.





SEPTEMBRE 2023



**AS MONACO**  
**Les ruches rouge et blanche**

Nouvelle saison de la formule 10 buts = 1 ruche pour l'AS Monaco. Après le succès de la première édition avec 7 ruches implantées, le club monégasque poursuit son engagement en faveur de la biodiversité.



**FC ANNECY**  
**Un partenariat pour l'écologie et l'environnement**

Le FC Annecy a annoncé son partenariat avec l'entreprise, STG Energy. Ce nouveau partenaire environnement a été floqué sur la face arrière du maillot de l'équipe première ainsi que sur différents supports de visibilité lors des rencontres Ligue 2 BKT tout au long de la saison. Différentes opérations RSE ont été menées conjointement au cours de la saison, notamment sur les thèmes de l'écologie et du respect de l'environnement.



**FC GIRONDINS DE BORDEAUX**  
**Prêt à en découdre**

Afin de donner une seconde vie aux anciens maillots et équipements invendus du FC Girondins de Bordeaux, le club s'est associé à Prêt à en découdre, une société bordelaise spécialisée dans le surcyclage de textiles. Chaque article repris est vendu au prix symbolique d'1 € et le montant total des bénéfices est reversé au fonds de dotation du club, Cœur Girondins.





**QRM**  
**Des tonnes de bouchons**

En partenariat avec l'association Bouchons 276, les U17 de QRM ont participé au remplissage d'un camion de 12 760 tonnes de bouchons ramassés en Normandie. Ce chargement représente un montant de 3 300 €, somme qui a été directement reversée à des associations qui œuvrent pour les personnes en situation de handicap.



13 INDICATEURS RELATIFS À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES



**AJ AUXERRE**  
**Visite pénitentiaire**

Trois joueurs et plusieurs membres du staff de l'AJ Auxerre sont allés rendre visite aux détenus et membres du personnel du Centre de détention de Joux-la-Ville. Après une visite des lieux, Gauthier Hein, Florian Ayé et Jubal ont pu échanger avec dix détenus sur leur quotidien et répondre aux nombreuses questions.



10 INDICATEURS RELATIFS



**PARIS SAINT-GERMAIN**  
**Solidarité internationale**

Le Paris Saint-Germain s'est associé à la Fondation de France afin de venir en aide aux populations touchées par le séisme qui a frappé le Maroc le 8 septembre 2023. Au nom du club, il était possible de faire un don sur la plateforme de la Fondation de France. L'ensemble des dons ont été reversés à des associations marocaines afin de financer les projets de reconstruction sur place. De plus, le club de la capitale a également fait un don d'un euro pour chaque billet vendu lors de la rencontre face à l'OGC Nice le 19 septembre.



17 PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OMBRES



**RC LENS**  
**Racing Cross de Lens**

Le RC Lens a organisé la première édition du Racing Cross de Lens. Cette course, engagée pour l'emploi, a réuni près de 750 coureurs. Le principal objectif de la course, longue de 6,2 km, était de permettre aux supporters lensois de découvrir les lieux mythiques du club, de La Gaillette au stade Bollaert-Delellis. Avec à la ligne d'arrivée une belle récompense : 25 entreprises partenaires du RC Lens attendaient les coureurs demandeurs d'emploi.



**RC STRASBOURG ALSACE**  
**Un seul football**

Le programme « Un seul football », mené par le RC Strasbourg Alsace, qui vise à soutenir la pratique du football amateur, a atteint le nombre de 100 clubs. En collaboration avec le District d'Alsace de Football et la Ligue Grand Est de Football, cette initiative vise à faire du football un sport universel et ouvert à tous et toutes. Par la valorisation du football amateur, de ses clubs et ses licenciés, le RC Strasbourg Alsace souhaite véhiculer des valeurs telles que le respect et la résilience.



**FC NANTES**  
**Ensemble contre Alzheimer**

À l'occasion de la Journée Mondiale Alzheimer qui s'est tenue le 21 septembre 2023, le FC Nantes, en partenariat avec LNA Santé, a choisi de mettre en lumière la Fondation Recherche Alzheimer. Ainsi, dans le cadre de la rencontre face au FC Lorient, match comptant pour la 6<sup>e</sup> journée de Ligue 1 Mc Donald's, les Canaris ont porté un maillot sur lequel était floqué le logo de la Fondation. À la fin du match, le FC Nantes a versé la somme de 8 000 € et organisé une vente aux enchères au profit de la fondation.





**STADE LAVALLOIS  
MFC**  
**La Croix Rouge  
honorée**

À l'occasion du match de Ligue 2 BKT face à l'EA Guingamp le samedi 23 septembre 2023, une opération caritative a été organisée par le Stade Lavallois MFC en faveur de la Croix-Rouge. Un euro par place vendue a ainsi été reversé à l'association d'aide humanitaire.



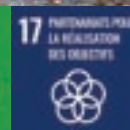
**TOULOUSE FC**  
**Une façade  
sur la vie**

Le fonds de dotation du Toulouse FC, le Toulouse Football Cœur, a débuté la saison 2023-2024 aux côtés de l'association locale « Une façade sur la Vie », qui œuvre pour les personnes âgées en difficulté. Ainsi, le fonds de dotation des Violettes a permis la rencontre entre cette association et la Fondation Marie-Louise, détentrice d'un centre Alzheimer. L'objectif de cette collaboration doit permettre à la Fondation d'améliorer la qualité de vie de ses résidents.



**LOSC LILLE**  
**LOSC Run  
Solidaire**

Pour la deuxième année consécutive, le LOSC Lille a organisé au Domaine de Luchin, centre d'entraînement du club, la course caritative LOSC Run Solidaire. Au total, 3 000 personnes étaient présentes dont 2 500 coureurs et marcheurs qui ont récolté 18 000 € pour le Centre Oscar Lambret et la recherche contre les cancers pédiatriques.



**QRM**  
**65 donneurs  
de sang**

Le club breton a organisé, en collaboration avec l'Établissement français du sang et la Fédération Française pour le Don de Sang Bénévole, une collecte de don de sang à destination des joueurs, membres du staff et supporters du club normand. Au total, 65 donneurs se sont rendus à cette collecte.





**OGC NICE**  
**Toi + Moi = OGC Nice**

Pour la 8<sup>e</sup> saison consécutive, l'OGC Nice anime une fois par mois une séance d'entraînement pour une quinzaine d'enfants de l'IME Henri Wallon en compagnie des U17 du club et des parains de l'opération : Khephren Thuram et Teddy Boulhendi. Ce programme, mené avec le Comité Départemental Sport Adapté, en plus de promouvoir l'importance du Sport Adapté et d'encourager les jeunes handicapés mentaux à pratiquer régulièrement une activité sportive, les engage pleinement dans une activité qui leur enseigne la rigueur, le dépassement de soi et, surtout, renforce leur confiance en eux.



**OLYMPIQUE DE MARSEILLE**  
**Passion marseillaise**

Depuis 2019, l'Olympique de Marseille collabore avec le centre social et culturel de la Castellane pour accompagner les jeunes du quartier en s'appuyant sur les valeurs du football, l'éducation et l'ouverture culturelle. Le club souhaite permettre la pratique du football dans un cadre homologué et de former les citoyens de demain via un accompagnement pluridisciplinaire. Cette année le club a enregistré 250 licenciés, réunis en 20 équipes de 10 catégories d'âges différentes, dont une équipe féminine. En parallèle, l'Olympique de Marseille ouvre régulièrement les portes d'OM Campus et de l'Orange Vélodrome aux licenciés du FC La Castellane pour leur permettre de s'entraîner ou d'assister à des matchs de Ligue 1 MC Donald's.



**QRM**  
**Nés pour bouger**

QRM organisait le 5km Matmut #Néspourbouger en collaboration avec le Groupe Matmut, partenaire du club normand. Dédiée à la protection de l'enfance, la course était ouverte à toute personne qui le souhaitait, peu importe l'âge ou la condition physique des participants. L'intégralité des coûts d'inscription a été reversé au CHU de Rouen, afin de financer une station d'activité Hopi Sport, qui vise à stimuler les capacités physiques et cognitives des enfants par la pratique du sport.



**STADE DE REIMS**  
**Imagine**  
**For Margo**

Le Stade de Reims a accueilli des enfants membres de l'association Imagine for Margo, qui œuvre pour la recherche contre le cancer des enfants, à assister à l'entraînement des joueurs. Les enfants ont pu échanger avec les joueurs, immortaliser le moment en photo avant de repartir avec un maillot signé par l'ensemble de l'équipe.





OCTOBRE 2023



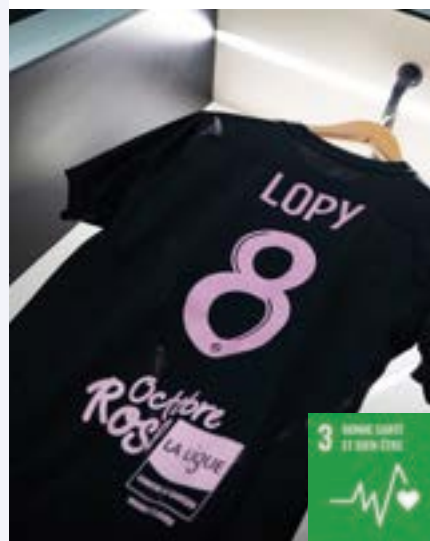
### AMIENS SC Octobre Rose

Pour soutenir la recherche contre le cancer du sein, l'Amiens SC a mis en vente un maillot spécial aux couleurs d'Octobre Rose. Pour l'occasion, l'ensemble des sponsors du club ont adopté le rose. La somme de 5 € a été prélevée pour chaque maillot acheté, et l'ensemble des bénéfices a été reversé aux associations APPSOS et Vivre pleinement. Les joueurs ont également endossé un maillot aux couleurs d'Octobre Rose pour l'ensemble de ses rencontres prévues au mois d'octobre.



### ANGERS SCO Octobre Rose

À l'occasion de la rencontre face au FC Girondins de Bordeaux, les joueurs d'Angers SCO ont arboré un maillot aux couleurs d'Octobre Rose en association avec la Ligue contre le cancer de Maine-Et-Loire. Le club angevin a également invité le Comité Féminin 49 à donner le coup d'envoi fictif de ce match de Ligue 2 BKT puis à prendre la parole auprès des partenaires du club angevin, sur la sensibilisation au dépistage du cancer du sein. Pour finir, le personnel de l'Institut de cancérologie de l'Ouest a été invité par le club pour assister au match.



### AS MONACO Octobre Rose

À l'occasion de la réception du FC Metz, l'AS Monaco a déployé plusieurs actions en soutien à la campagne d'Octobre Rose, au dépistage du cancer du sein et à la recherche. Les maillots portés par les 11 joueurs de champ monégasques ont été vendus aux enchères au profit de l'association Pink Ribbon Monaco. Cette dernière a également été mise en avant sur le maillot d'entraînement des Rouge & Blanc et un maillot a été offert à la présidente de l'association, Natasha Frost-Savio. Afin d'impliquer tous les acteurs monégasques, tout le monde était aux couleurs de la campagne. L'ensemble de la délégation, les stadiers ainsi que les hôtes ont arboré des pins et rubans roses. Les plateformes digitales du club ainsi que les e-billets du match se sont également parés de rose.





## AS SAINT-ÉTIENNE Octobre Rose

Les joueurs et joueuses des équipes professionnelles de l'AS Saint-Étienne ont arboré un maillot reprenant l'identité graphique de la campagne nationale d'Octobre Rose. Ces maillots ont ensuite été mis aux enchères et les bénéfices des ventes ont été reversés à la Ligue contre le Cancer. Par la suite, le club stéphanois a organisé des ateliers de sensibilisation au dépistage du cancer du sein à destination de ses joueuses.



## ESTAC TROYES Octobre Rose

À l'occasion de la rencontre entre l'ESTAC Troyes et l'US Concarneau, le club de l'Aube a mis en avant trois associations : la Ligue Nationale contre le Cancer, Le combat d'Anne So et Donne ton soutien. Le coup d'envoi fictif de la rencontre a été donné par Anne-Sophie, fondatrice de l'association Le combat d'Anne So. À la boutique du stade, différents produits à l'effigie d'Octobre Rose étaient également en vente. Les spectateurs venus assister à la rencontre ont ainsi eu la possibilité de faire un don au profit de la recherche contre le cancer du sein. Les bénéfices des ventes ont ensuite été reversés à la Ligue contre le Cancer.



## FC GIRONDINS DE BORDEAUX Octobre Rose

Dans le cadre d'Octobre Rose, le FC Girondins de Bordeaux a permis à une représentante de l'association RoseUp de donner le coup d'envoi fictif de la rencontre des féminines du FC Girondins de Bordeaux. De plus, sur l'ensemble du mois d'octobre, 100 € ont été reversés à cette même association à chaque but inscrit par les équipes professionnelles du club bordelais. Ces fonds ont permis de financer le programme de lutte contre toutes formes de cancer, mené par RoseUp. Des salariés du club ont également participé au Challenge Ruban Rose, une course de sensibilisation au cancer du sein.



## FC LORIENT La Lorientaise

Pour la 11<sup>e</sup> édition consécutive, le FC Lorient a annoncé la mise en place de plusieurs actions afin de soutenir La Lorientaise, une course organisée au profit des malades du cancer du sein. Le club morbihannais a notamment fait un don financier aux organisateurs, et a offert un maillot dédié à remporter lors d'un tirage au sort ainsi que des places pour les bénévoles de l'association.







### GRENOBLE FOOT 38 Octobre Rose

Dans le cadre d'Octobre Rose, le Grenoble Foot 38 a dévoilé son plan d'action. En partenariat avec Le Groupe Hospitalier Mutualiste de Grenoble et la Ligue Contre le Cancer, une équipe de soignants a mené une action de sensibilisation auprès des joueuses de l'équipe féminine grenobloise. Un stand de prévention a également été installé lors de la rencontre de Ligue 2 BKT entre le Grenoble Foot 38 et le Valenciennes FC, match auquel les soignants du GHM ont été invités.



### FC NANTES Octobre Rose

Dans le cadre de la campagne Octobre Rose, le FC Nantes a déployé un important dispositif de soutien à la recherche et au diagnostic du cancer du sein. Dans un premier temps, un spot vidéo intitulé « Octobre Rose : le Cancer du Sein, parlons-en ! », a été relayé sur les réseaux sociaux du club afin de sensibiliser le plus grand nombre. Le club a également impliqué son équipe féminine lors de sa rencontre face au FC Metz. À chaque but inscrit, 100 € ont été reversés à l'association « Ma Parenthèse », qui propose un lieu d'accueil et d'accompagnement pour les femmes touchées par le cancer du sein. Puis, le club a dédié son match de Ligue 1 McDonald's à la cause. Le coup d'envoi fictif a été donné par des bénévoles de l'association Madame S, qui lutte contre le cancer du sein. Un stand de sensibilisation a également été installé par cette association sur le parvis de La Beaujoire. Pour finir, des écharpes aux couleurs d'Octobre Rose ont été mises en vente, et l'ensemble des bénéfices a été reversé à une association nantaise qui agit pour la prévention et la sensibilisation au dépistage du cancer du sein.



### HAVRE AC Octobre Rose

Le club havrais s'est mobilisé en faveur d'Octobre Rose, le mois dédié à la lutte contre le cancer du sein. Pour l'occasion, tous les sponsors du HAC ont été floqués en rose et les maillots portés par les joueurs havrais vendus aux enchères. De même, 1 € a été prélevé sur chaque place de match vendue au stade Océane. L'ensemble des bénéfices a atteint le montant de 10 000 €, reversé directement à la Ligue contre le cancer. Le club normand a également mis en place des ateliers de sensibilisation à la prévention. Des goodies rappelant Octobre Rose ont été offerts aux partenaires du club, et des offres proposées aux étudiantes via les BDE. Deux invitées ont également été mises à l'honneur : la nageuse Will-Insha Jules-Marthe et la boxeuse Amina Zidani.





## MONTPELLIER HSC Octobre Rose

Le MHSC, engagé depuis plusieurs années dans la lutte contre les cancers féminins, a été le premier club à faire jouer ses deux équipes professionnelles en rose il y a 10 ans à l'occasion de l'opération Octobre rose. Cette année encore, les joueurs du MHSC ont arboré un maillot rose lors de la rencontre face au Clermont Foot 63. Ce maillot, mis aux enchères, a permis de récolter 18 750 € au profit d'Octobre Rose. À l'occasion de la réception du CF63 à la Mosson, le protocole match est passé en rose alors que la délégation montpelliéraine portait du rose et que l'association était présente pour sensibiliser le public. Montpellier avait aussi installé un stand de dépistage du cancer du sein et distribué des pin's rose pour soutenir Octobre Rose.



## OGC NICE Octobre Rose

À l'occasion du mois dédié à la lutte contre le cancer du sein, les joueurs et les joueuses ont portés des tee-shirts à l'effigie d'Octobre Rose lors de l'échauffement, floqués de prénoms de femmes touchées par la maladie. Ces tee-shirts ont ensuite été remis au Centre Antoine Lacassagne pour être mis aux enchères et ainsi soutenir la recherche. Les maillots de match ont été floqués du Ruban Rose pendant que le capitaine du Gym, Dante, a porté un brassard rose.



## PARIS SAINT-GERMAIN Octobre Rose

Dans le cadre du mois Octobre Rose, le Paris Saint-Germain a dévoilé un clip de prévention au cancer du sein. Réalisé avec Qatar Airways, partenaire du club de la capitale, ce film met en lumière l'importance du dépistage précoce du cancer du sein, et vise à encourager les femmes à consulter régulièrement pour en limiter les effets.



## RC LENS Octobre Rose

En soutien à l'action nationale Octobre Rose, l'équipe féminine du RC Lens a arboré un maillot de couleur rose pour l'ensemble de ses rencontres prévues au mois d'octobre. L'ensemble des bénéfices collectés par la billetterie à l'occasion de la rencontre de son équipe féminine face au Montauban FC TG a été reversé à l'association Les Jolies Gènes, qui récolte des fonds pour aider la recherche contre le cancer du sein génétique.





**RC STRASBOURG ALSACE**  
**Octobre Rose**

Dans le cadre de la campagne Octobre Rose, le RC Strasbourg Alsace a organisé plusieurs actions lors de la rencontre face au FC Nantes. Dans un premier temps, pour chaque billet vendu, 1 € a été versé à Femmes de Foot. Puis, avant le coup d'envoi fictif donné par les docteurs Khalid ALGHAMDI et Albert MOUSSARON, une collection capsule en collaboration entre Adidas et l'association a été dévoilée.



**STADE BRETOIS 29**  
**Octobre Rose**

Pour affirmer son soutien à Octobre Rose, le Stade Brestois 29 a installé des stands de sensibilisation aux abords du Stade Francis-Le Blé lors de la rencontre entre le Stade Brestois 29 et le Toulouse FC. Les supporters pouvaient y retrouver des membres de la Ligue contre le Cancer Finistère et Odyssea Brest, disponibles pour répondre à leurs questions. De plus, lors du déplacement à Lille, les joueurs brestois ont endossé des maillots floqués du ruban d'Octobre Rose, avant que ces derniers soient mis aux enchères pour financer la recherche médicale.



**USL DUNKERQUE**  
**Octobre Rose**

Lors de la rencontre entre l'USL Dunkerque et le Paris FC, de nombreuses animations ont été installées à l'intérieur et à l'extérieur du Stade Marcel Tribut en soutien à l'association locale Au-Delà Du Cancer. Des maillots roses ont été conçus en édition limitée. Sur ces maillots, les prénoms de 61 femmes adhérentes à l'association ou atteintes d'un cancer du sein ont été inscrits. Ces derniers ont ensuite été mis aux enchères, et un montant total de 446 € a été collecté. Le coup d'envoi fictif a été donné par une femme touchée par le cancer du sein. Enfin, des stands de prévention et de sensibilisation au dépistage ainsi que des stands de vente de goodies ont été installés en tribunes.



**VALENCIENNES FC**  
**Octobre Rose**

Dans le cadre de la rencontre de Ligue 2 BKT entre le Valenciennes FC et l'ESTAC Troyes, les Rouge & Blanc ont arboré un maillot spécial, floqué du ruban d'Octobre Rose. Une initiative s'inscrivant dans le contexte de la collaboration entre le VAFC et le Centre Hospitalier de Valenciennes. De plus, lors du match suivant, des stands de sensibilisation ont été installés aux abords du stade.





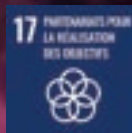
## AJ AUXERRE Mission sourire

Avec l'aide de l'AJ Auxerre, qui leur avait fourni les équipements pour leur périple, quatre supporters auxerrois sont partis à vélo du Stade Abbé-Deschamps et ont rallié Beaune, soit 190 kilomètres, au profit de l'association « Mission sourire » du centre hospitalier d'Auxerre, qui s'occupe des enfants hospitalisés et de leurs familles en améliorant leur prise en charge. Ces quatre mêmes supporters ont ensuite été invités au match entre l'AJ Auxerre et le Rodez Aveyron Football, le 30 septembre dernier. Grâce aux 190 kilomètres parcourus, ils ont remis un chèque de 917 euros à « Mission sourire ». Le club a quant à lui offert 190 lots de cadeaux aux enfants hospitalisés.



## FC NANTES Un dîner de de Gala

Le FC Nantes et le fonds de dotation du CHU de Nantes ont organisé la première édition du Dîner de Gala caritatif. Grâce aux 300 personnes présentes, dont une quarantaine de talents du territoire issus du monde sportif, artistique, culturel, la vente aux enchères a atteint un montant de 35 200 € récolté. L'intégralité de cette somme a été reversée aux projets menés par les deux acteurs sur les thèmes de la Santé, de l'Inclusion et du Handicap.



## GRENOBLE FOOT 38 Collecte de sang au stade des Alpes

Le Grenoble Foot 38 s'est associé à l'Établissement Français du Sang dans l'organisation d'une collecte de sang au stade des Alpes. D'autres clubs sportifs grenoblois de plusieurs disciplines ont également participé à cette action.



## QRM Des buts pour la Ligue contre le Cancer

QRM s'est engagé à verser la somme de 50 € à la Ligue contre le Cancer 76 à chaque but inscrit par ses deux équipes professionnelles masculine et féminine dans leurs compétitions respectives au cours du mois d'octobre. Grâce aux 24 buts inscrits, ce sont 1 200 € collectés pour la Ligue contre le Cancer 76.



## ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP



### AS SAINT-ÉTIENNE À la découverte du Foot-Fauteuil

Tous les salariés ainsi que les jeunes du centre de formation de l'AS Saint-Étienne ont participé à une initiation au Foot-Fauteuil, à l'occasion de la Journée Mondiale du Handicap. Cette initiative a permis de promouvoir cette discipline, et de mettre en lumière les valeurs d'inclusivité et d'accessibilité dans le monde du sport.



### TOULOUSE FC Objectif Jeux-Olympiques

Le fonds de dotation du Toulouse FC, le Toulouse Football Cœur, a annoncé une collaboration avec le Lions Clubs International. Les deux acteurs soutiendront quatre athlètes handisport toulousains dans leur préparation aux Jeux Paralympiques de Paris 2024. Un dîner-conférence a été organisé et l'ensemble des recettes a été reversé au Comité Départemental Handisport de la Haute-Garonne. Lors du match face au FC Metz, des ateliers handisports ludiques ont été organisés sur le parvis du Stadium afin de sensibiliser le plus grand nombre de spectateurs. Des messages LED ont également été diffusés lors de la rencontre et une vidéo a été diffusée sur les écrans géants en avant match.



### CLERMONT FOOT 63 Forum Emploi

Le Clermont Foot a organisé la 3<sup>e</sup> édition du Forum Emploi Clermont Foot au Stade Gabriel-Montpied. Pour l'occasion, alors que 80 postes étaient à pourvoir, 41 entreprises étaient présentes pour rencontrer les 630 candidats qui ont défilé tout au long de la journée.



### ESTAC TROYES 24h de l'emploi

L'ESTAC Troyes a organisé une nouvelle édition des 24h de l'Emploi au Stade de l'Aube. Cet événement, qui rassemble de nombreux acteurs de la région Grand Est, permet aux demandeurs d'emploi de rencontrer plusieurs entreprises afin de trouver une formation qui correspond à leurs attentes.





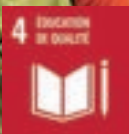
### CLERMONT FOOT 63 Solidarité Internationale

Le Clermont Foot 63 a annoncé la mise en vente des maillots portés par les joueurs clermontois lors de la rencontre face au Havre AC, dans le cadre de la 6<sup>e</sup> journée de Ligue 1 McDonald's. L'ensemble des bénéfices a été reversé aux familles victimes du tremblement de terre survenu au Maroc, le 8 septembre dernier.



### FC LORIENT Mercredi de l'Armada

Afin de soutenir le football amateur, le FC Lorient a renouvelé pour une quatorzième saison son projet les « Mercredi de l'Armada ». Un programme socio-éducatif à destination des jeunes footballeurs bretons. Au fil de la saison 2023-2024, le club breton a organisé 27 événements Armada et a accueilli 74 clubs, soit un total de 2 300 enfants.



### PARIS SAINT-GERMAIN Cantine solidaire

Le Paris Saint-Germain a organisé la 6<sup>e</sup> édition de la Cantine Solidaire au Parc des Princes à destination des étudiants en situation de précarité. En collaboration avec les associations StudHelp, Cop1 et la communauté Écotable, plusieurs actions ont été menées durant cette journée. Plus de 200 étudiants en situation de précarité ont eu l'opportunité de savourer un repas préparé par le chef Nicolas Herr et les bénévoles d'Écotable, association qui agit pour une alimentation durable. Cette journée a également été l'occasion pour les étudiants de vivre une journée en compagnie d'athlètes du club tel que la judoka Marie-Eve GAHIÉ, le handballeur Yohann Gibelin ou encore des jeunes filles du centre de formation. Ensemble, ils se sont essayés au Cécifoot, à la boxe et au handball. En fin de journée, les jeunes ont eu l'opportunité d'accéder à une friperie, rendue possible grâce aux contributions des différentes sections du club. Deux autres éditions ont eu lieu au fil de la saison.





**GRENOBLE FOOT 38**  
**Project Rescue Ocean**

Grâce à ORIS, chronométrateur officiel et partenaire responsable de la LFP, plusieurs jeunes joueurs des catégories U12 et U13 du Grenoble Foot 38 ont participé à un atelier de sensibilisation organisé par l'association Project Rescue Ocean, qui agit pour la préservation de l'environnement. Les jeunes joueurs ont ensuite participé à une collecte de déchets, accompagnés de leurs éducateurs : 170 kg de déchets ont ainsi été ramassés.



13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES



**OLYMPIQUE DE MARSEILLE**  
**Très sélectif**

Avec le soutien de la Région Sud, l'Olympique de Marseille a inscrit la réduction et la valorisation des déchets dans la politique RSE du club. Cette démarche éco-responsable se concrétise grâce au projet « Très Sélectif » et ses deux actions phares : la mise en place d'un gobelet réutilisable et l'arrivée du tri sélectif à l'intérieur et à l'extérieur de l'Orange Vélodrome. Ces actions suivent deux objectifs : supprimer 90 % du plastique à usage unique et valoriser 80 % des déchets.



13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES



**QRM**  
**Des points de collecte pour un sport 0 déchet**

QRM a annoncé la mise en place de points de collecte de matériel sportif. Cette initiative s'inscrit dans un projet mené en collaboration avec la Recyclerie Sportive, un réseau de recycleries spécialisées dans la collecte, le tri, la réparation et la redistribution d'équipements sportifs. Par-là, le club souhaite sensibiliser au sport zéro déchet.



12 DIMENSIONNEMENT ET PRODUCTION RESPONSABLES

13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES



**STADE BRETOIS 29**  
**Un parking à vélo pour les supporters**

Le club breton a mis en place un parking vélo gratuit et surveillé en jour de match afin d'encourager ses supporters à privilégier les transports à mobilité durable pour se rendre au stade.



13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES



**OLYMPIQUE DE MARSEILLE**  
**Cahier des Olympiens**

En collaboration depuis 2019 avec l'académie d'Aix-Marseille et Bibliothèque Pour l'Ecole, l'OM Fondation a donné le coup d'envoi de la nouvelle année scolaire avec la remise du Cahier des Olympiens à l'école élémentaire Pharo Catalans. Pour l'occasion, Jean-Pierre Papin, ambassadeur exécutif de l'Olympique de Marseille, les joueuses Roselène Khezami, Awa Diakhaté et les joueurs Valentin Rongier et Vitinha sont allés à la rencontre des élèves pour un moment d'échange et de partage. Avec ce projet, l'Olympique de Marseille souhaite accompagner la jeunesse dans ses apprentissages en développant l'envie d'apprendre et en luttant contre le décrochage scolaire.



**STADE DE REIMS**  
**Dictée ELA**

Les joueuses de l'équipe professionnelle féminine du Stade de Reims ont animé la dictée d'ELA aux côtés des élèves de l'école Gallieni et de l'école de Gueux. Cette initiative a permis de sensibiliser les élèves à la maladie, la solidarité et au respect de la différence.



**STADE RENNAIS FC**  
**Dictée ELA**

Bruno Genesio, ancien coach du Stade Rennais FC, et deux joueurs de la formation rennaise se sont prêtés au jeu de la dictée ELA. Tandis qu'une partie des élèves de l'établissement ont enfilé les baskets pour soutenir la cause, d'autres ont fait preuve de beaucoup d'attention pour retranscrire la récitation mais aussi comprendre son sens. La dictée a ensuite donné lieu à de nombreux échanges avec au centre une pensée pour ceux qui se battent contre la maladie.



**USL DUNKERQUE**  
**Une visite exceptionnelle**

Trois joueurs de l'USL Dunkerque, Amadou Ba-Sy, Yohan Bilingi et Benjamin Rytlewski, se sont rendus à l'école de la Mer de Malo-les-Bains afin de partager un moment de joie et de convivialité avec les nombreux écoliers.





## LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS



### PARIS SAINT-GERMAIN Allez Les Filles

Le Paris Saint-Germain, par le biais de la Fondation et du Fonds de dotations Paris Saint-Germain, a annoncé le lancement de la nouvelle saison du programme « Allez les Filles ! ». Cette initiative, à destination des jeunes filles âgées de 11 à 16 ans issues de quartiers défavorisés, vise à promouvoir la pratique du sport en l'élargissant à de jeunes filles qui n'ont pas la possibilité de pratiquer une discipline.



### TOULOUSE FC Back To School

Le Toulouse FC a annoncé le retour du programme éducatif du club. Depuis la saison 2021-2022 les éducateurs du club se déplacent dans les écoles de la région pour évoquer les discriminations. C'est à travers des jeux ludiques et sportifs autour du football, que des questions sont posées, que des termes comme préjugés ou stéréotypes sont expliqués et que les mécanismes des discriminations sont pointés du doigt. La saison 2023-2024 a débuté par une rencontre entre une classe de sixième du collège Clémence et le gardien international Espoirs français Guillaume Restes. Après un atelier sur les discriminations, les élèves du collège se sont ensuite affrontés lors d'un match avec Guillaume Restes.



## SOUTIEN AUX ASSOCIATIONS CARITATIVES



### SM CAEN Dîner des Chefs

Le SM Caen a accueilli « Le Dîner des Chefs », organisé par l'association Les Restaurants du Cœur du Calvados. En partenariat avec la CCI Caen Normandie et l'ICEP Formation, ce dîner gastronomique caritatif, animé par 9 chefs, a permis de collecter des fonds afin de soutenir les actions des Restos du Cœur, dans le domaine de la distribution alimentaire, ainsi que pour des actions d'accompagnement et d'insertion dans un plan de lutte contre la pauvreté.



### TOULOUSE FC Solidarité Internationale

Le fonds de dotation du Toulouse FC, le Toulouse Football Cœur, a annoncé la mise en vente aux enchères des maillots portés par les Violettes lors de la rencontre face au Stade Brestois 29. L'ensemble des bénéfices sera reversé à l'Association Sans Frontières, qui vient en aide aux victimes du séisme au Maroc.





NOVEMBRE 2023

En parallèle de l'action conjointe des clubs de Ligue 1 McDonald's, de Ligue 2 BKT et de la LFP, plusieurs clubs se sont investis dans le soutien au Bleuet de France :

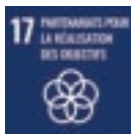
Le FC Metz a déployé un tifo à l'effigie du Bleuet de France et des bénéficiaires ont assisté au match. À la mi-temps, la flamme du soldat inconnu a été présentée par des élèves.

Le Montpellier Hérault SC, qui porte le Bleuet de France depuis 2013, a organisé un jour de match à la Mosson une collecte des fleurs du Bleuet avec 40 jeunes du centre de formation, qui ont en amont été sensibilisés à la cause. Cette action a donné lieu à un don reversé au Bleuet de France. Le programme du MHSC « 1 but marqué = 250€ pour une asso » du mois de novembre a également été reversé au Bleuet de France.

Le 11 novembre, représentants et jeunes du club de l'ESTAC Troyes se sont recueillis devant le monument aux Morts au Stade de l'Aube en hommage aux membres du football troyen décédés.

Le FC Girondins de Bordeaux, en collaboration avec l'Office national des combattants et des victimes de guerre, a organisé un atelier « Foot & Mémoire » auprès d'une classe de collégiens. Ces mêmes élèves ont ensuite été invités à assister au match entre le FCGB et le FC Annecy.

L'AJ Auxerre a organisé un entraînement pour les blessés de guerre, les pupilles de la Nation et les blessés de la Gendarmerie par le staff du centre de formation. Ces derniers ont ensuite été invités à assister à un match à l'Abbé-Deschamps. Ils ont notamment pu vivre l'échauffement des joueurs en bord terrain, avant de rejoindre les tribunes par une haie d'honneur.



## ENFANCE



### AMIENS SC Grandir sans cancers

Le 25 octobre dernier, plusieurs enfants de l'association Grandir Sans Cancers ont eu l'opportunité de découvrir les coulisses du Stade de la Licorne. Ils ont ensuite assisté à l'entraînement de l'équipe professionnelle masculine avant de participer à une séance photo avec les joueurs amiénois.



### OGC NICE Villas en Rouge et Noir

Dans le cadre du volet « Enfance » de sa politique citoyenne, l'OGC Nice s'est associé, pour la troisième année consécutive, au Foyer de l'Enfance des Alpes-Maritimes par le biais du programme « les Villas en Rouge et Noir ». Ce dernier a pour objectif principal de rapprocher le Gym et ses joueurs des enfants en danger et/ou en difficulté confiés au FEAM au titre de la protection de l'Enfance. Une fois par mois, les Aiglons partent à la rencontre des enfants. Attaquant du Gym. Le joueur Sofiane Diop était présent le jour du lancement de cette collaboration.





**ANGERS  
SCO  
Soutien au  
football  
amateur**

L'Angers SCO et le District de Football de Maine-et-Loire ont renouvelé leur partenariat visant à renforcer les liens entre le football professionnel et le football amateur par la signature d'une convention en faveur des jeunes footballeurs du territoire.



8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE



**FC  
LORIENT  
Soutien à  
l'Ukraine**

Dans le cadre d'un voyage organisé par la ville de Lorient, 20 jeunes Ukrainiens âgés de 13 à 16 ans ont eu la chance d'assister à la séance d'entraînement des joueurs du FC Lorient. Ils ont également pu découvrir les coulisses de l'Espace FCL, le centre d'entraînement du club breton. Enfin, ils ont pu échanger avec les Merlus avant de clôturer la matinée par des photos et des dédicaces.



17 PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OBJECTIFS



**PARIS FC  
Offre gratuite**

Le Paris FC a décidé de rendre sa billetterie gratuite pour tous les matchs au Stade Charléty. Il suffit pour ses supporters de se rendre sur le site officiel de la billetterie du Paris FC pour retirer ses billets lors de chaque match de championnat à domicile. Cette opération permet au club d'affirmer son engagement sociétal en rendant le football plus attractif pour les catégories plus modestes. L'objectif est de proposer un dispositif innovant qui dépasse le cadre du sport pour intégrer les enjeux sociétaux et inscrire encore plus fortement l'engagement du club. Au-delà de la volonté d'accueillir au plus large et d'augmenter le niveau de fréquentation de ses matchs au Stade Charléty de Paris, l'ambition est de renouer avec l'essence populaire du football et de proposer un spectacle ouvert à tous. Grâce à cette opération, plus de 100 000 personnes ont pu venir au stade gratuitement.



10 INÉGALITÉS RÉPÉTES



**USL DUNKERQUE  
Aide à la réinsertion  
professionnelle**

Une dizaine de jeunes de l'École de la 2<sup>e</sup> chance de la Côte d'Opale ont eu l'opportunité de passer la journée en immersion à l'USL Dunkerque. Après une présentation du club, les étudiants ont eu la chance d'assister à l'entraînement du groupe professionnel au Fort Vallières. Lors d'un moment d'échange avec le défenseur Hugo Gambor et le milieu de terrain Tidiane Keita, ainsi que l'entraîneur adjoint et l'analyste vidéo du club, les jeunes supporters de l'USL ont eu l'opportunité d'en apprendre plus sur ces métiers. Enfin, le président du club nordiste, Edwin Pindi, et Christine Gilloots, membre du Conseil d'Administration d'Entreprendre Ensemble, ont signé une convention de partenariat, symbole de l'engagement de l'USL Dunkerque en faveur de la réinsertion professionnelle.



8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE



**AS SAINT-ÉTIENNE**  
**Vert l'avenir**

À l'occasion de son 90<sup>e</sup> anniversaire, l'AS Saint-Étienne a arboré un maillot collector en hommage à l'histoire du club. Fabriqué à partir d'un polyester issu de bouteilles en plastique recyclées, ce maillot s'inscrit dans la stratégie RSE du club en matière de protection de l'environnement. Les maillots portés par les joueurs lors de ce match anniversaire seront dédiés puis mis aux enchères à l'issue de la rencontre. Les bénéfices récoltés seront intégralement reversés à l'Association ASSE-Musée des Verts.



**SC BASTIA**  
**Vos vêtements ont de l'avenir**

En marge de la rencontre entre le SC Bastia et le FC Girondins de Bordeaux, le club corse a invité ses supporters à venir au stade avec d'anciens vêtements qu'ils ne portaient plus afin de leur donner une seconde vie. 612 kg de textile ont ainsi été déposés dans les points de collecte prévus. Cette opération a été menée en collaboration avec le Syndicat de Valorisation des Déchets de la Corse. Des maillots portés par les joueurs du Sporting faisaient partie des lots à gagner pour récompenser les donateurs.



**STADE BRESTOIS 29**  
**Merch responsable**

Le Stade Brestois 29 a annoncé la mise en vente de sacs fabriqués à partir d'anciens maillots recyclés dans des ateliers d'insertion. Ces produits ont ensuite été disposés dans la boutique officielle du club.



**USL DUNKERQUE**  
**Green Friday**

À l'occasion du Black Friday, l'USL Dunkerque a souhaité participer au mouvement Green Friday. En collaboration avec ICONOGREEN, une entreprise spécialisée dans la mise en place de solutions durables pour la gestion des stocks en fin de vie des entreprises, les Dunkerquois ont lancé une gamme de sacs upcyclés à partir d'anciens maillots portés la saison dernière, disponibles à la vente sur la boutique en ligne ainsi qu'en boutique physique. Une partie des bénéfices a été reversée à une association pour soutenir la plantation d'arbres. Enfin, l'USL Dunkerque a permis à des personnes en situation de handicap ou en situation de réinsertion professionnelle de contribuer à ce beau projet solidaire.





**VALENCIENNES FC**  
**Seconde vie**

Au profit de l'association Les Clowns de l'Espoir, le Valenciennes FC a collecté et remis l'ensemble de son matériel numérique inutilisé à l'entreprise Bak2, spécialisée dans le recyclage de produits électroniques. Les produits ont été mis en vente après réparation, et les revenus ont été distribués afin de financer les opérations menées par l'association auprès des enfants hospitalisés dans les centres hospitaliers de la région des Hauts de France.



**CLERMONT FOOT 63**  
**GiveVision s'invite en Ligue 1 McDonald's**

Lors de la rencontre ayant opposé le Clermont Foot 63 à l'OGC Nice, le casque GiveVision a été testé pour la première fois en Ligue 1 McDonald's. Ce casque permet aux personnes déficientes visuelles de pouvoir améliorer leur expérience dans les stades de football.



**OGC NICE**  
**Un match sous le signe de l'inclusion à l'Allianz Riviera**

Lors de la rencontre OGC Nice – Toulouse FC, deux dispositifs favorisant l'accessibilité et l'inclusion ont été mis en place à l'Allianz Riviera. Premièrement, des kits sensoriels, à destination des enfants atteints de troubles du comportement et/ou d'autisme, comprenant un casque antibruit, une balle antistress, un Tangle pour favoriser la concentration et l'attention ainsi qu'un dispositif « Roue de secours » pour la gestion des émotions. Deuxièmement, des audioguides, reliés aux commentaires d'OGC Nice TV, ont permis aux personnes malvoyantes ou malentendantes de bénéficier d'un suivi en direct de la rencontre.





**PARIS FC**  
**Une section handifoot et la Ligue des Champions**

Depuis le mois de novembre, le Paris FC a décidé de soutenir la pratique de l'handisport et de mettre en avant les différentes pratiques du football. Pour cela, le club a créé sa section handifoot avec une équipe de football amputé. Un projet réussi sur le plan sportif puisque l'équipe s'est qualifiée pour la Ligue des Champions de cette année et s'est également qualifiée pour la prochaine. Mais pas que, la création de l'équipe permet aussi de sensibiliser les équipes du club, le personnel et les supporters. L'équipe amputé a d'ailleurs rendu visite au groupe professionnel en avril 2024 au centre d'entraînement d'Orly.



**QRM**  
**Initiation au Cécifoot**

Deux joueurs de QRM, Kayne Bonnevie et Benjamin Leroy, ont participé à une initiation au Cécifoot, accompagnés des U13 féminines. Un moment de partage unique qui s'inscrit dans la volonté du club de sensibiliser au sport adapté.



**EN AVANT GUINGAMP**  
**L'espoir d'une tripléte**

Les maillots portés par les joueurs de l'EA Guingamp lors de la rencontre face à l'AJ Auxerre ont été mis en vente aux enchères au profit de l'association L'espoir d'une tripléte, qui se mobilise pour Sandrine, une mère de famille touchée par un cancer du sein triple négatif.



**FC NANTES**  
**Une vente aux enchères solidaire**

La Fondation FC Nantes et le fonds de dotation du CHU de Nantes ont lancé une vente aux enchères solidaire dans le cadre de la première soirée caritative du club prévue fin novembre. Une vingtaine de lots seront mis en vente et les fonds collectés permettront de financer des projets solidaires.





**LOSC LILLE**  
**Je me tâte**

Le LOSC Lille s'est mobilisé aux côtés du Centre Hospitalier Universitaire de Lille et du fabricant de textile lillois Lemahieu par la création d'un boxer brodé de la signature « Je me tâte » dans le cadre de la campagne Movember. Cette action avait pour but de sensibiliser les hommes à l'autopalpation des testicules. Le boxer était proposé dans un coffret accompagné d'une notice d'illustration des gestes d'autopalpation. L'ensemble des bénéfices ont été reversés à la recherche sur ce type de cancer. Ce projet a notamment été nommé aux Trophées Sport & Management.



**OGC NICE**  
**Don du sang**

L'OGC Nice a annoncé le lancement de la 15<sup>e</sup> édition du « Don de sang Rouge & Noir ». Un dispositif de collecte a été installé sur la Place Masséna durant trois jours, afin de sensibiliser et prélever les supporters niçois.



**QRM**  
**QRM au soutien de Movember**

À l'occasion de la rencontre face au Rodez Aveyron Football, les joueurs de QRM ont arboré un maillot unique floqué d'un patch « Movember supporter » en soutien à la cause Movember, événement caritatif annuel et international visant à informer le grand public sur les maladies masculines et à récolter des dons.



**STADE BRESTOIS 29**  
**Don du sang**

Les jeunes joueurs de l'équipe réserve du Stade Brestois 29 se sont mobilisés en faveur du don du sang. Ils ont ainsi participé à une collecte de sang organisée par l'Établissement Français du Sang à la Maison du don.





**SM CAEN**  
**Des barbiers mobilisés à d'Ornano pour Movember**

Le SM Caen a mis à l'honneur le mouvement Movember. Lors de la réception de QRM au stade Michel d'Ornano, l'événement a pris une tournure spéciale avec la présence de plusieurs barbiers, qui ont taillé les moustaches des spectateurs. Cette initiative a permis de récolter des dons au profit de Movember. Le SM Caen a également offert une réduction de 2 euros dans les salons de coiffure "Chez Max", partenaire de l'évènement, à tous les spectateurs de ce match, sur présentation d'un billet du match ou d'un abonnement au stade. Pour chaque visite, un euro était ensuite reversé à Movember.



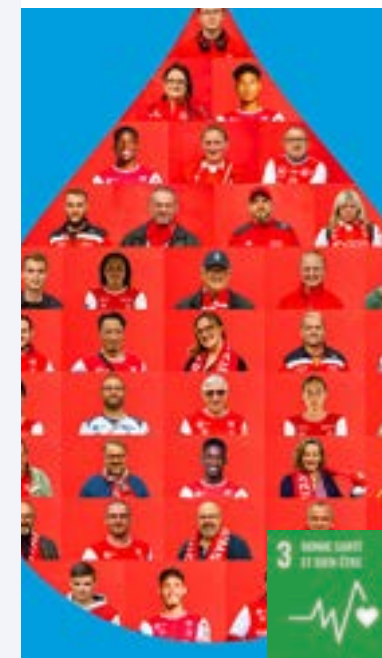
**STADE DE REIMS**  
**Des bouteilles moustachues pour Movember**

En partenariat avec la Maison de champagne Brimoncourt, le Stade de Reims s'est mobilisé, lors de la réception du Paris Saint-Germain, en faveur de l'association Movember France. Des bouteilles de champagne Brimoncourt floquées d'une moustache à l'effigie du mouvement, symbole de l'engagement en faveur de Movember, ont été servies lors de la première mi-temps. Stéphane Beaumont, ambassadeur France de l'association, était également de la partie pour présenter le mouvement Movember et sensibiliser les invités sur la santé Masculine.



**STADE DE REIMS**  
**Collecte de sang**

En association avec l'Établissement Français du Sang, le Stade de Reims a organisé, le 15 novembre dernier, une collecte de sang au sein du Stade Auguste-Delaune. Plus de 160 créneaux étaient disponibles.







DÉCEMBRE 2023



**AC AJACCIO**  
**Noël solidaire**

Plusieurs joueurs de l'AC Ajaccio ont participé à la grande collecte de jouets solidaire à destination d'enfants défavorisés. Après avoir collecté les jouets à Ucciani, les joueurs, un des kinés du club ainsi que Valérie Zagnoli, fondatrice de la tournée de la Gravona solidaire, se sont rendus dans les écoles des villages de Veru et de Carbuccia. Une séance de dédicaces et un match ont également été organisés dans la cour de l'école de Veru. Grâce à la mobilisation de l'AC Ajaccio, un camion entier de jouets a pris la route pour Timizzolu, avant que l'agence immobilière Century 21, partenaire du club acéiste, ne prenne en charge la distribution des jouets aux associations caritatives de protection de l'enfance.



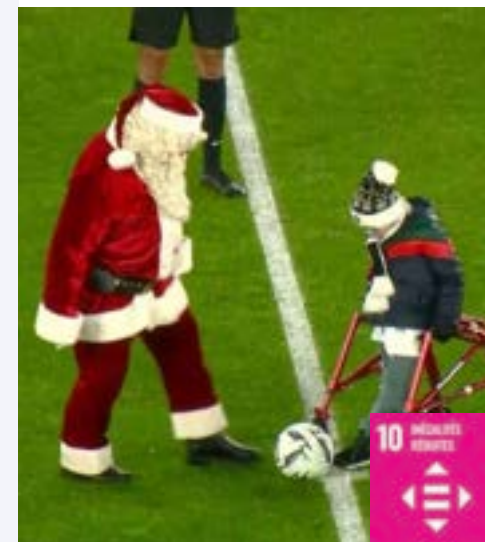
**ANGERS SCO**  
**Joyeux Maël**

Lors de la réception de l'EA Guingamp, l'Angers SCO a offert un moment unique à un jeune supporter angevin, Maël, âgé de 6 ans et atteint de dystonie, une maladie neurologique. Chaque mercredi, Maël est accueilli dans les locaux du SCO dans le cadre de l'association des Enfants de la Balle. Accompagné du Père Noël, Maël a pu donner le coup d'envoi fictif de la rencontre face aux Bretons. Applaudi par les joueurs et les quelques 10 000 spectateurs présents au stade Raymond Kopa, il a pu vivre un moment unique à jamais gravé dans son esprit.



**CLERMONT FOOT 63**  
**Noël Solidaire**

Une cinquantaine d'enfants issus de familles bénéficiaires des Restos du Cœur ont pu vivre un moment inoubliable en assistant à l'entraînement des joueurs professionnels du Clermont Foot 63 au Stade Gabriel-Montpied. Accompagnés de plusieurs joueurs du CF63, le club s'est associé à son partenaire Pigeon & Fils, entreprise de construction et de rénovation, qui a offert des boissons et des gourmandises à ces enfants. Enfin, une grande distribution de cadeaux a été organisée au sein du Pavillon VIP de l'enceinte auvergnate afin d'offrir un cadeau à chaque enfant et un moment de joie unique.





**HAVRE AC**  
**Noël**  
**solidaire**

Le Havre AC a organisé, en collaboration avec le Secours Populaire, une collecte de jouets solidaire. Deux points de collecte ont été installés au HAC Shop et au Stadium Bar & Grill.



10 INÉGALITÉS  
RÉDUITES



**LOSC LILLE**  
**Noël solidaire**

Lors de la réception du FC Metz, le LOSC Lille a organisé une collecte de peluches en faveur d'enfants défavorisés. À la mi-temps de la rencontre, l'ensemble des supporters présents à la Decathlon Arena – Stade Pierre Mauroy ont été invités à lancer, depuis les tribunes et en direction de la pelouse, des peluches de tout genre et de toute taille ! Au total, ce sont plus de 5 000 peluches qui ont été collectées et redistribuées à ces enfants par des associations partenaires du club nordiste.



10 INÉGALITÉS  
RÉDUITES



**OGC NICE**  
**Caléna Tour**

Via son Fonds de Dotation, l'OGC Nice a annoncé le lancement du Caléna Tour 2023. Cette opération avait pour but de collecter des dons (jouets, jeux, livres) auprès de l'ensemble de la famille rouge et noir. La séance d'entraînement a ainsi été ouverte au public afin que les supporters du Gym puissent venir déposer leurs dons directement au Centre d'Entraînement. Le van de l'opération a recueilli l'ensemble des dons des supporters à l'Allianz Riviera et l'OGC Nice a invité l'ensemble des bénéficiaires des programmes citoyens du club à assister à la rencontre. Pour finir, un euro par billet vendu a été reversé au Fonds de Dotation des Aiglons et des maillots portés par les joueurs ont été mis en vente aux enchères sur la plateforme MatchWornShirt. L'ensemble des bénéfices a permis d'acheter des cadeaux redistribués par la suite auprès des associations soutenues par le Fonds de Dotation de l'OGC Nice.



10 INÉGALITÉS  
RÉDUITES



**OM**  
**Noël solidaire**

Gennaro Gattuso, ancien coach du club olympien, et plusieurs joueurs de l'Olympique de Marseille, ainsi que Pablo Longoria, président de l'OM, et Jean-Pierre Papin, ambassadeur du club, accompagnés de joueuses de l'équipe féminine et de jeunes du Centre de Formation se sont rendus dans deux hôpitaux marseillais afin de rendre visite à des enfants malades. Entre photos et distribution de cadeaux, ces jeunes enfants ont pu échanger avec eux le temps d'un moment qui restera à jamais gravé dans leur mémoire.



**RC LENS**  
**Noël solidaire**

Pour la 18<sup>e</sup> édition du « Noël des enfants », une opération solidaire lancée par les Red Tigers et soutenue par le Racing Cœur de Lens, plusieurs joueurs, joueuses, salariés et supporters du RC Lens se sont mobilisés afin de collecter des jouets à destination d'enfants hospitalisés. Au total, ce sont près de 1 000 cadeaux qui ont été distribués en ces fêtes de fin d'année, grâce à la mobilisation de tout le club lennois.



**TOULOUSE FC**  
**Noël solidaire**

Le fonds de dotation du Toulouse FC, le Toulouse Football Cœur, a lancé une campagne, étendue sur l'entièreté du mois de décembre, en faveur de l'association 1 Maillot Pour La Vie qui soutient les enfants hospitalisés. Ainsi, un point de collecte a été mis en place à l'occasion des réceptions du Stade Rennais FC et de l'AS Monaco. Les supporters des Violets avaient été invités à y déposer des jouets, par la suite redistribués à ces enfants.



**ANGERS SCO**  
**École Noir & Blanc**

À l'approche des fêtes de Noël, plusieurs joueurs d'Angers SCO sont allés rendre visite aux enfants de l'École Noir & Blanc. Depuis 2019, l'association École Noir & Blanc accueille une centaine d'enfants par semaine.





**AS MONACO**  
**Un projet sportif et**  
**solidaire jusqu'en RDC**

L'AS Monaco a contribué au projet sportif et solidaire mené par la Fondation Banazola, créée par Distel Zola, ancien joueur du club de la Principauté, à destination d'enfants défavorisés de République Démocratique du Congo. Ainsi, le club du Rocher a fait parvenir du matériel sportif jusqu'à la ville de Goma, où un match de football a été organisé dans un camp de réfugiés victimes du conflit entre l'armée congolaise et les rebelles du M23. Plusieurs jeunes joueurs ont ainsi endossé des chasubles à l'effigie du club du Rocher.



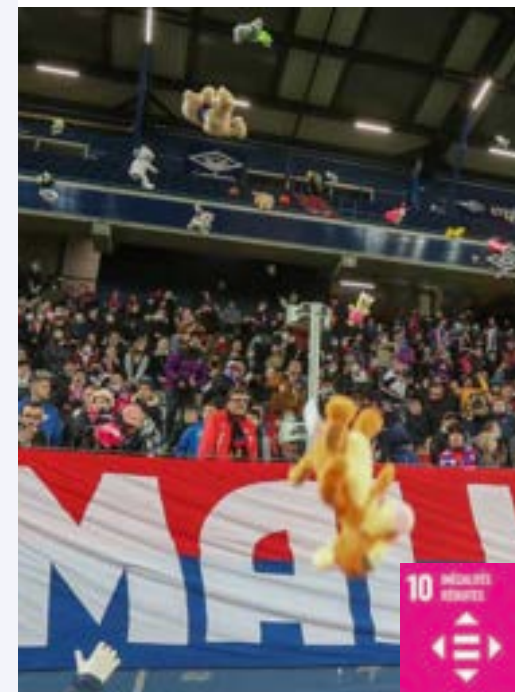
**RODEZ AVEYRON FOOTBALL**  
**Visite à l'IEM Les Babissous**

Les joueuses du Rodez Aveyron Football se sont rendues à l'IEM Les Babissous, un établissement d'accueil et de prise en charge pour les enfants atteints de retards mentaux. Deux groupes d'enfants par tranche d'âge ont participé à des activités mises en place pour l'occasion et adaptées aux handicaps de ces derniers. D'un côté, une activité pétanque s'est tenue en compagnie des Rafettes. Et de l'autre côté, une épreuve de sarbacane a été organisée. Un moment de joie autour du sport !



**SM CAEN**  
**Collecte de peluches**

À l'occasion de la réception du SC Bastia, le SM Caen a mis en place une collecte de peluches au profit des Restos du Cœur et du Secours Populaire. Un local avait pour l'occasion été transformé en point de collecte, afin d'offrir un moment de bonheur aux enfants dans le besoin. Au total, plus de 1 500 peluches ont été récoltées. Le club normand a ensuite réitéré l'opération lors du match face à l'USL Dunkerque.





**STADE LAVALLOIS  
MFC  
CHU de Laval**

Peu avant Noël, plusieurs joueurs du Stade Lavallois MFC ont rendu visite aux enfants et adolescents hospitalisés au sein du service pédiatrie du CHU de Laval. Placée sous le signe du sourire et du rêve, cette rencontre a permis à ces jeunes de s'éclipser pendant un moment de leur quotidien, entre autographes et séances photo en compagnie des Tangos et de l'association *Stars de l'Ouest*.



**STADE DE  
REIMS  
Visite au CHU**

Les joueurs du Stade de Reims ont rendu visite aux jeunes patients du CHU de Reims afin de partager un moment privilégié avec les enfants hospitalisés. Entre séances de dédicaces et animations autour du football, les jeunes enfants ont gardé de précieux souvenirs de cette magnifique journée.



**AS MONACO  
De Drancy à Monaco**

Passé par la JA Drancy de ses 15 à ses 17 ans, le milieu de terrain français de l'AS Monaco, Youssef Fofana, a invité une quinzaine de joueurs U11 du club drancéen en Principauté de Monaco afin d'offrir à ces jeunes une expérience unique. Ainsi, après une visite du Centre de Performance du club du Rocher et du Musée océanographique, les jeunes joueurs ont eu la chance d'accompagner les 22 joueurs monégasques et lyonnais avant d'assister à la rencontre. Le lendemain, un match amical face aux U11 Rouge & Blanc a été organisé à La Turbie, non loin du centre d'entraînement de l'équipe professionnelle.



**AJ AUXERRE  
Rencontre  
avec Roger  
Milon**

Dans le cadre du partenariat avec l'ONACVG, l'AJ Auxerre a accueilli l'ancien résistant Roger Milon au Centre de Formation Acadomia. Tout au long de son intervention les jeunes U17/U19 auxerrois ont pu échanger sur son parcours de vie et notamment son exode à vélo depuis Joigny.





**RC STRASBOURG ALSACE**  
**Vibrant hommage**

À l'occasion de la rencontre face au Havre AC, le RC Strasbourg Alsace a rendu un vibrant hommage aux victimes des attentats de Strasbourg, survenus le 11 décembre 2018, et a tenu à apporter son soutien au Bleu et de France par le port de la fleur du Bleu sur le maillot des joueurs du Racing. Ces maillots ont par la suite été mis en vente aux enchères au profit du Bleu. Avant le coup d'envoi de la rencontre, une minute d'applaudissements en mémoire des victimes a été observée et le coup d'envoi fictif a été donné par deux enfants. Enfin, une convention liant le RC Strasbourg Alsace à l'Office national des combattants et des victimes de guerre a été signée afin d'inscrire un volet mémoriel dans le programme pédagogique destiné aux joueurs de la Racing Mutest Académie.



**AS SAINT-ÉTIENNE**  
**Collecte de sang**

L'AS Saint-Étienne a organisé la 13<sup>e</sup> édition de la collecte de sang XXL au stade Geoffroy-Guichard en collaboration avec l'Établissement français du sang. Au total, ce sont plus de 300 personnes qui se sont mobilisées à cette occasion.



**FC NANTES**  
**Blouses jaunes**

La Fondation FC Nantes a accueilli au Centre Sportif José-Arribas des résidents d'un établissement nantais de LNA Santé afin de participer à la transformation de maillots du FC Nantes en blouses pédiatriques. Comme depuis deux ans, l'ensemble de ces blouses a été distribué au CHU de Nantes et à l'établissement Santé Atlantique.



**PARIS SAINT-GERMAIN**  
**Unis contre la poliomyélite**

Dans le cadre de l'initiative mondiale pour l'éradication de la poliomyélite, le fonds de dotation du Paris Saint-Germain, autour de footballeurs, d'influenceurs gaming, de Bill Gates ou encore du Président de la République Emmanuel Macron, a mobilisé différents acteurs dans cette lutte commune. Le 5 décembre, un tournoi EA Sports FC 2024 a été organisé. L'objectif était de parvenir à vaincre un gamer nommé @POL\_10, un pseudonyme pour poliomyélite, symbole de la lutte menée par le club pour éradiquer le poliovirus. Le streamer Arsène, caché derrière le personnage de @POL\_10, en a profité pour rendre hommage à Guy Crescent, fondateur du PSG, lui-même atteint de poliomyélite. Enfin, le Président du Paris Saint-Germain, Nasser Al-Khelaifi, a rencontré Bill Gates, le co-fondateur de Microsoft, afin d'échanger sur les initiatives menées pour éradiquer le virus de la poliomyélite dans le monde.





## STADE RENNAIS FC Mobilisé pour le Sidaction

Le Stade Rennais FC s'est mobilisé à l'occasion de la journée mondiale de lutte contre le sida. Plus de 18 000 préservatifs ont été distribués au Roazhon Park à l'occasion de la réception du Stade de Reims et dans toute la ville de Rennes avec plus de 50 lieux de distribution. Le club a également fait appel à la générosité de son public pour collecter des fonds afin de soutenir des projets de recherche, d'accompagnement des personnes séropositives, ou des actions de sensibilisation.



## FC ANNECY Un maillot en hommage à la trisomie

Dans le but de favoriser l'inclusion à travers le sport, le FC Annecy a dévoilé son troisième maillot pour la saison 2023/2024, arborant les couleurs bleu et jaune en hommage à la trisomie. Ce dernier a été créé en collaboration avec dix jeunes atteints de trisomie, qui ont également participé à une séance photo avec le maillot avant de visiter les installations du club. Ils ont ensuite partagé des moments privilégiés avec les joueurs et le staff du club après avoir assisté à l'entraînement de l'équipe professionnelle. Le point culminant de cette initiative a été la révélation du maillot par ces jeunes au président du FC Annecy, Sébastien Faraglia, ainsi qu'aux joueurs et membres du staff. Vendu ensuite sur le site officiel du club, une partie des bénéfices a été reversée au FCA Social Club, le fonds de dotation du club.



## FC NANTES Premier terrain de Cécifoot du Grand Ouest

Le FC Nantes a inauguré son tout nouveau terrain Cécifoot. Celui-ci est le tout premier homologué du Grand Ouest ! Cette initiative, portée par la municipalité de Rezé et la section Cécifoot du FC Nantes vise à offrir un espace dédié à la pratique du Cécifoot et permet d'encourager à la pratique sportive et inclusive.



## LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS



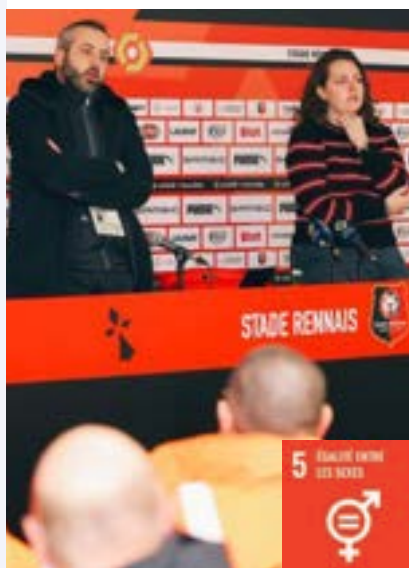
### FC GIRONDINS DE BORDEAUX Lutte contre les discriminations

Le FC Girondins de Bordeaux s'est associé au Comité Départemental Olympique et Sportif de Gironde afin d'organiser un atelier de sensibilisation à la lutte contre les discriminations auprès d'une classe de collégiens au Matmut ATLANTIQUE.



### STADE RENNAIS FC Her Game Too pour sensibiliser

Le Stade Rennais, dans le cadre de sa politique de lutte contre les violences sexuelles et sexistes, a organisé le 9 décembre un atelier de travail et d'échange adressé aux responsables sécurité et aux responsables de l'accueil des publics du Roazhon Park. Cet atelier a notamment été mené par l'ambassadrice rennaise de l'association Her Game Too, Salomé Duhoo.



## ENVIRONNEMENT ET TRANSITION ÉCOLOGIQUE



### RC STRASBOURG ALSACE Tote-bag upcyclé

Fabriquée à partir d'un maillot recyclé, le RC Strasbourg Alsace a annoncé la mise en vente de tote-bag sur sa boutique en ligne ainsi qu'en boutique physique. Avec la participation du groupe Altair, un atelier alsacien, le RCSA œuvre dans la récupération et le recyclage de maillots défectueux, tout en faisant participer un acteur local au processus de fabrication. Et pour couronner le tout, chaque produit étant fabriqué à partir d'un maillot, les supporters strasbourgeois ont ainsi eu la possibilité d'acheter un produit unique.



### USL DUNKERQUE Stop au plastique

En partenariat avec le groupe de gestion d'eau SUEZ, l'USL Dunkerque a installé des fontaines à eau durables au sein des différents espaces du stade Marcel-Tribut. Ainsi, par cette initiative, les supporters et les joueurs ont été invités à se servir de gourdes réutilisables dans le but de réduire l'empreinte environnementale du club et son utilisation de plastique.







JANVIER 2024



**AJ AUXERRE**  
**L'audiodescription débarque à l'Abbé-Deschamps**

L'AJ Auxerre a mis en place un dispositif d'audiodescription à l'Abbé Deschamps le samedi 27 janvier lors de la réception de Guingamp. Ce dernier permet à des supporters aveugles ou malvoyants de suivre la rencontre dans les meilleures conditions. Équipés de casque, ils pourront ainsi entendre des commentaires dédiés et spécifiques. Cette solution d'audiodescription est proposée en collaboration avec « Ensemble pour voir 89 », qui lutte pour l'inclusion et contre l'isolement social des personnes souffrant d'un handicap visuel, et de l'association « UniversJo », créée en 2018 en Moselle pour soutenir Joachim, enfant atteint du syndrome de Morsier.



**CLERMONT FOOT 63**  
**Dans la peau d'un écocup**

Le Clermont Foot 63 a réalisé une campagne vidéo de sensibilisation sur le recyclage de leurs gobelets, une campagne intitulée : « Dans la peau d'un écocup ». On y apprend notamment que 5 000 écocups sont utilisés par rencontre à domicile, dont 85 % qui sont réutilisés.



**GRENOBLE FOOT 38**  
**Football Écologie France**

Après plusieurs actions avec Football Écologie France depuis 2021, le club grenoblois a officialisé sa collaboration avec l'association. Une entente qui va permettre l'accompagnement du club en matière de sensibilisation à l'environnement. Depuis le mois de mars, le club s'est ainsi rendu tous les mercredis dans des clubs U12 dans les QPV afin de les sensibiliser sur les enjeux environnementaux.





**PARIS SAINT-GERMAIN  
Green Day**

Au début du mois de janvier, 26 élèves de CM1 de l'école Michel-Ange ont bénéficié d'une magnifique journée au Parc des Princes, sur le thème « Green Day », une journée ludique pour sensibiliser aux enjeux environnementaux. Les enfants ont participé à des ateliers de tri des déchets, ils ont découvert le fonctionnement d'un poulailler et se sont initiés à l'apiculture. En fin de journée les enfants ont eu droit à une visite privée du Parc des Princes, et de toutes les installations environnementales déployées par le club de la capitale.



**STADE BRESTOIS 29  
Tous en gare**

À partir de janvier 2024, le Stade Brestois 29 et toute son équipe professionnelle ont pris le train pour les déplacements de moins de six heures.



**STADE BRESTOIS 29  
Football Écologie France**

Lors de leur match face à Montpellier, les joueurs du Stade Brestois 29 ont arboré le logo de l'association Football Écologie France, qui œuvre pour accompagner les acteurs du monde du football dans la transition écologique et solidaire, sur leur maillot. Ces derniers ont ensuite été mis aux enchères au profit de l'association partenaire. Grâce à cette somme, des ateliers de sensibilisation de la Fresque Écologique du Football seront animés par Football Ecology France pour les clubs amateurs partenaires du Stade Brestois 29.



**TOULOUSE FC  
Rien ne se perd, tout se transforme**

Le Toulouse FC a conceptualisé des produits aux couleurs du club en matière upcyclé. Différents types de sacs ou encore des trousse de toilettes : tous ces produits étaient à retrouver dans la boutique du TéFéCé du centre-ville de la ville rose.





### EN AVANT GUINGAMP Une affiche sous le signe du don d'organe

Lors de leur rencontre face à Rodez, l'En Avant Guingamp a placé le match sous le signe de la solidarité avec l'association Transhepate qui vise à développer le don d'organe.



### AS SAINT-ÉTIENNE Edmond Teyssier

L'AS Saint-Étienne a organisé une nouvelle édition du challenge annuel Edmond Teyssier. L'occasion pour 48 équipes, d'U7 à U11 de se défier lors d'un tournoi futsal. Moment d'hommage à Edmond Teyssier, ancien speaker emblématique du stade Geoffroy-Guichard, décédé en août 2012.



### FC METZ Tiger Cup

Nouvelle édition du FC Metz Tiger Cup, plus grand tournoi futsal en Lorraine pour la catégorie U11. Après 8 étapes qualificatives, les meilleures équipes s'affronteront sur les installations de la Plaine Saint-Symphorien le 29 juin.



### OLYMPIQUE LYONNAIS Voyage initiatique au Sénégal

30 jeunes garçons et filles U16 du centre de formation ont vécu un voyage éducatif, sportif et citoyen dans le club partenaire Dakar Sacré Coeur. Durant 7 jours, ils ont partagé le quotidien de jeunes Sénégalais et Sénégalaises, avec des entraînements et des matchs en commun. Ils ont également eu la chance de partir à la découverte du pays et de son histoire. Durant cette semaine, l'Olympique Lyonnais et sa fondation ont organisé des temps solidaires avec des acteurs locaux.





**PARIS SAINT-GERMAIN**  
**Projet « Langue & Découverte du Monde »**

Dans le cadre du projet « Langue & Découverte du Monde » de l'École Rouge & Bleu de la Fondation du Monde du Paris Saint-Germain, et en partenariat avec la Société d'Exploitation de la Tour Eiffel (SETE), 64 enfants ont eu l'opportunité de visiter la Tour Eiffel accompagnés par le défenseur du club de la capitale Lucas Beraldo, la joueuse de l'équipe féminine Oriane Jean-François et le handballeur Yoann Gibelin.



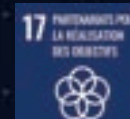
**RC LENS**  
**Soutien au BCM Gravelines-Dunkerque**

Lors de la réception du Paris Saint Germain, RC Lens a exprimé son soutien au BCM Gravelines-Dunkerque, touché par l'incendie du complexe Sportica le 25 décembre. Pour l'occasion, le RCL s'est temporairement renommé en 'BCL' sur les plateformes digitales, fusionnant les initiales des deux clubs. Cette action s'est accompagnée de la devise 'La passion à toute épreuve' et d'un blason événementiel unique qui a orné les maillots des joueurs lensois lors de la rencontre. Par la suite, une vente aux enchères de 20 maillots collectors portés par les joueurs du RCL a été organisée afin de mobiliser des fonds en faveur du BCM. Une délégation du club a été invitée et a assisté à l'entrée des joueurs sur la pelouse de Bollaert, accompagnée d'escort kids arborant les couleurs des deux clubs.



**PARIS FC**  
**1 match 1 cause**

Pour ce début d'année, le Paris FC a lancé son initiative « 1 match 1 cause », opération qui consiste à mettre en avant une association à but non-lucratif différente lors de chaque match dans un objectif de soutenir l'association choisie. Le club a pu soutenir 9 associations sur la seconde partie de saison, avec de la mise en avant sur les réseaux sociaux, des actions de sensibilisations en jour de match, des coups d'envoi fictifs et surtout des levées de fonds sur leur billetterie.





FÉVRIER 2024



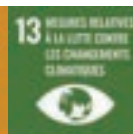
**AJ AUXERRE**  
**Direction l'Abbé-Deschamps avec StadiumGO**

L'AJ Auxerre a lancé une initiative visant à sensibiliser ses supporters aux bonnes pratiques, en particulier en promouvant l'utilisation du covoiturage pour leurs déplacements. Dans le cadre de cette campagne, le club a établi un partenariat avec StadiumGO. Afin d'inciter ses supporters à soutenir cette initiative, le partenariat offre une réduction sur les articles de la boutique du club après trois covoiturages réalisés.



**FC ANECY**  
**Objectif 0 plastique**

Le FC Anancy, désireux de réduire l'empreinte carbone du club et de promouvoir le développement durable, s'est engagé à réduire sa consommation pour tendre vers le zéro plastique. Le club a donc récemment installé des fontaines à eau, offrant ainsi une alternative durable à l'utilisation de bouteilles en plastique pour l'ensemble de son groupe professionnel et des utilisateurs du lieu. D'après leurs estimations, c'est environ 30 000 bouteilles en plastique qui seront épargnées chaque saison grâce à cette action.



**LOSC LILLE**  
**La main verte**

Le LOSC Lille a réalisé une opération de plantation d'arbres fruitiers au Domaine de Luchin, en partenariat avec l'association Planteurs Volontaires. Quinze jeunes joueurs U17 et U19 ont planté les premiers poiriers du futur verger, avec l'objectif d'atteindre 100 arbres d'ici 2025. Cette initiative s'inscrit dans un projet de grande envergure, au-delà de sensibiliser à l'importance de la préservation de la biodiversité, le LOSC Lille souhaite stabiliser les sols, lutter contre la sécheresse en renforçant les nappes phréatiques et créer de nouveaux puits de carbone. De plus, à terme, le club nordiste souhaite se fournir en fruit locaux afin d'offrir une alimentation plus durable et responsable à ses équipes.





**OLYMPIQUE DE MARSEILLE**  
**Au soleil**

L'Olympique de Marseille s'est associé avec Soleio et DualSun, deux sociétés spécialisées dans l'énergie solaire. Les deux entités ont donc intégré le programme RSE « Treizième Homme » mis en place par le club. Afin d'accompagner le club phocéen dans son engagement pour la durabilité, la recyclabilité et pour la production d'une énergie moins carbonée, elles équiperont de 507 panneaux solaires bas-carbone le Centre Robert Louis-Dreyfus, centre de formation et d'entraînement de l'Olympique de Marseille.



**RC STRASBOURG ALSACE**  
**Lauréat de l'ESSMA**

Le RC Strasbourg Alsace a été honoré à l'occasion de l'annuel forum de l'ESSMA - European Stadium and Safety Management Association - qui récompense chaque année les meilleures initiatives en matière d'innovations dans les stades européens. Nominé dans la catégorie « Stadium Development, Construction & Renovation » le club a remporté le premier prix, récompensant notamment la dimension éco-responsable du projet, et notamment la réutilisation de 4 400m<sup>2</sup> de sections de fuselage d'avions A340 désaffectés pour réaliser les brise-soleils de la façade Sud.



**STADE LAVALLOIS MFC**  
**Un arrosage bien maîtrisé**

Le Stade Lavallois MFC a commencé au début de l'année 2024 sa transition écologique. Dorénavant, les terrains sont désormais recouverts d'une pelouse naturelle, avec enracinement profond, et débarrassée d'un traitement aux engrais chimiques. Au total, c'est un espace de 16 000 mètres carrés de pelouse, éco-labellisé, dont l'arrosage sera exploité par un bassin de rétention qui permettent au club de maîtriser et limiter sa consommation d'eau.





**AMIENS SC**  
**Grandir sans cancer**

À l'occasion de la journée internationale du cancer chez l'enfant, l'adolescent et le jeune adulte, les joueurs de l'Amiens SC ont rendu visite aux enfants du service oncologie pédiatrique du CHU d'Amiens aux côtés de la Fédération « Grandir Sans Cancer ». Fédération que soutient toute l'année le club amiénois. Au programme : photos, distribution de ballons, de maillots, de posters dédiés mais surtout des échanges joyeux et chaleureux avec les jeunes patients !



**ANGERS SCO**  
**Soutien au football amateur**

L'Angers SCO a officialisé son premier partenariat avec un club de football amateur : le Sporting Club Angevin (Angers SCA), situé dans le quartier des Justices qui compte près de 600 licenciés. Par ce partenariat, l'Angers SCO souhaite s'impliquer dans le soutien et le développement de talents locaux.



**ESTAC TROYES**  
**Ginette récompensée**

L'ESTAC Troyes, en partenariat avec son sponsor le Groupe Amplitude, a invité Ginette, supportrice de l'ESTAC depuis l'âge de 10 ans, au Stade de l'Aube. Elle a pu profiter d'un chauffeur privé puis d'une visite du stade avant d'assister au match en VIP et de se faire remettre un maillot du club à son nom.



**EN AVANT GUINGAMP**  
**Daily Mile**

Dylan Louiserre, joueur de l'EA Guingamp, a lancé l'opération « The Daily Mile, children fit for life » à l'école primaire publique de Lantic. L'objectif de ce programme est de promouvoir la pratique quotidienne du sport à l'école. 170 enfants ont participé avec enthousiasme avant de demander la dédicace de leur parrain. Le club a invité les jeunes et leurs encadrants à rendre visite à l'équipe pro à l'entraînement.



## LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS



### FC LORIENT Sensibilisation à la lutte contre les discriminations

Le FC Lorient a collaboré avec cinq écoles primaires de l'agglomération lorientaise pour sensibiliser à la discrimination, notamment le sexisme, l'homophobie et le racisme. Les enfants participeront ensuite à la création de banderoles sur ces thèmes et à un cycle d'apprentissage du football, mis en place par le ministère de l'Éducation nationale, la Fédération Française de Football et l'Union Sportive de l'Enseignement du Premier degré. Pour conclure le projet, les classes seront invitées au dernier match de la saison où leurs banderoles seront affichées dans les coursives du stade du Moustoir.



### TOULOUSE FC Conférence sur la place des femmes dans le football

Le Toulouse Football Cœur, fondation du Toulouse FC, qui avait dédié son mois de février à l'association Les Munitionnettes, a clôturé cette mise en avant par une conférence sur la place des femmes dans le football en présence de Nicole Abar, Jennifer Darbas et Brigitte Thiébaud.



## ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP



### RC LENS L'audiodescription mise en place à Bollaert

Le RC Lens offre la possibilité aux personnes malvoyantes ou atteintes de cécité de ressentir davantage d'émotions au stade Bollaert-Delelis grâce à la mise en place de l'audiodescription. Une initiative afin de favoriser autant que possible l'accessibilité au stade.



## SOUTIEN AUX ASSOCIATIONS CARITATIVES



### VALENCIENNES FC Emera

L'association valenciennoise Emera, qui vient en aide aux personnes âgées, aux personnes handicapées et aux malades du cancer, figurera sur le maillot du Valenciennes FC jusqu'à la fin de la saison. Une belle mise en lumière pour l'association.







MARS 2024



**AJ AUXERRE**  
**Her Game Too**

Dans le cadre de son partenariat avec Her Game Too signé en début du mois, l'AJ Auxerre a organisé un moment d'échange entre l'association et les équipes d'accueil et de sécurité du club afin de mieux accueillir le public féminin à l'Abbé-Deschamps.



**GRENOBLE FOOT 38**  
**L'entreprenariat au féminin**

Le Grenoble Foot 38 a organisé une table ronde sur le thème de l'entreprenariat au féminin. De nombreuses intervenantes étaient présentes pour échanger sur les sujets : trajectoires de réussite, défis et conquêtes, vision et engagement.



**LOSC LILLE**  
**Her Game Too**

En amont de la journée des droits des femmes, le LOSC Lille a annoncé le début de son partenariat avec l'association Her Game Too France en faveur de la lutte contre le sexisme, la lutte contre les violences à l'égard des femmes et la mise en place d'actions de promotion de l'égalité d'accès et de participation aux événements du LOSC, sans distinction de genre ou de sexe. Les deux acteurs ont notamment ouvert une plateforme de sensibilisation aux discriminations à destination de ses supporters. La plateforme offre également la possibilité de signaler de potentiels comportements discriminants.



## LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS



### RC LENS Tables rondes

Le RC Lens a organisé la première édition des Tables rondes du Racing Cœur de Lens. Pour cette grande première plus de 160 personnes se sont rendues à Bollaert-Delelis afin d'écouter des témoignages sur la place des femmes dans le monde du football.

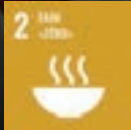


## INTÉGRATION ET LIEN SOCIAL



### AMIENS SC Aide aux personnes sans-abris

Les jeunes de l'Amiens SC ont organisé samedi 16 mars 2024 une collecte de denrées alimentaires pour venir en aide aux sans-abris.



### AS SAINT-ÉTIENNE 42 privilégiés

L'AS Saint-Étienne a organisé la Fête du Club du 12<sup>e</sup> Homme au stade Geoffroy-Guichard ! Les supporters présents pour l'occasion ont pu assister à un entraînement depuis la tribune Pierre-Faurand et depuis les bancs de touche pour 42 privilégiés tirés au sort. Pour clôturer la journée, une séance de dédicace avec les joueurs des Verts a été organisée.



### OGC NICE Forum de l'Emploi

L'OGC Nice a organisé la 7<sup>e</sup> édition du Forum de l'Emploi. Ce forum a pour but d'accompagner et d'aider les demandeurs d'emploi, mais aussi les entreprises dans leurs recherches. Afin que chacun y trouve son compte, le club a fait le choix de mettre à disposition gratuitement les stands aux entreprises à une seule condition : qu'elles proposent au moins 10 offres concrètes aux demandeurs d'emploi. Pour cette édition 70 entreprises étaient présentes avec à minima 10 postes à pourvoir, pour un total de plus de 1000 offres d'emplois.





**OLYMPIQUE LYONNAIS**  
**Forum emploi**

Cette année, parmi les nombreux événements dédiés à l'emploi organisés par l'OL Fondation au Groupama Stadium, deux aspects innovants ont été développés. Le premier était un forum dédié à la lutte contre les stéréotypes de genres en matière d'emploi. Et le second était un événement de recrutement inclusif dans le cadre du partenariat entre France Travail et Paris2024, mêlant activités sportives et job dating.



**US CONCARNEAU**  
**Séance de dédicaces**

Les joueurs de l'US Concarneau sont allés à la rencontre des supporters lors d'une séance de dédicaces organisée par le club et le Crédit Agricole du Finistère.



**ANGERS SCO**  
**Ramassage de déchets**

Les jeunes de l'Angers SCO et de l'École Noir & Blanc se sont retrouvés pour un ramassage de déchets. Au total, 14 sacs de détritus ont été ramassés.



**CLERMONT FOOT 63**  
**Un futur à la pointe de l'écologie**

Le Clermont Foot 63 poursuit sa transformation avec le dévoilement de son futur Centre de Performance. Un bâtiment à la pointe sur le plan écologique et qui sera un atout supplémentaire dans le cadre de la poursuite du développement du club vers une consommation plus responsable. De plus, le chantier du projet se veut exemplaire d'un point de vue environnemental, conforme à la législation RE 2020 qui exige un bilan carbone le plus faible possible.





**OLYMPIQUE LYONNAIS**  
**Jardin des héros**

L'Olympique Lyonnais a invité les jeunes de l'association AFEV, association engagée contre les inégalités sociales et éducatives, au « Jardin des Héros » pour participer à un atelier de sensibilisation animé par Pistyles.



**PAU FC**  
**Fin des bouteilles**

Le Pau FC change ses habitudes pour une consommation plus durable ! Le club s'est engagé à abandonner les bouteilles d'eau en plastique au profit de gourdes réutilisables.



**SM CAEN**  
**Collecte de déchets**

Les jeunes du centre de formation du SM Caen ont participé à une collecte de déchets aux côtés de Project Rescue Ocean à la pointe du siège à Quistreham.



**USL DUNKERQUE**  
**Seconde vie**

L'USL Dunkerque a fait don de ses anciens équipements sportifs à l'association Les Chrysalides afin qu'ils profitent à d'autres. Ce don représente l'équivalent de 4 495 € d'équipements sportifs tels que des maillots, des vestes, des joggings, des shorts, ainsi que tout le matériel adapté à la pratique du football provenant des saisons précédentes. Un geste qui permettra à l'association de poursuivre ses actions en faveur de la solidarité, du partage et de la réduction des déchets.



**AS MONACO**  
**Lutte contre les cancers pédiatriques**

L'AS Monaco a dédié son match face au Paris Saint-Germain à la lutte contre les cancers pédiatriques. À cette occasion le club princier et son Président Dmitry Rybolovlev ont choisi de mettre en avant la Fondation Flavien, un organisme monégasque fortement engagé dans cette cause et que le club de la Principauté soutient de longue date. Le Président de l'AS Monaco, Dmitry Rybolovlev, qui, à titre personnel a décidé de faire un don au profit de la Fondation Flavien, a remis un maillot au président de la fondation et à Enzo, un jeune supporter monégasque en rémission depuis 10 ans. Ces deux derniers ont ensuite symboliquement donné le coup d'envoi de la rencontre. Enzo a également eu l'opportunité de vivre le match au plus proche du terrain et des acteurs de la rencontre aux côtés d'Aaron, un jeune fan parisien soutenu par la Fondation Paris Saint-Germain, associée à l'initiative. Enfin, un lot spécial a été vendu aux enchères et l'intégralité des fonds récoltés reversée à la Fondation Flavien à ses actions, ainsi qu'à la recherche contre les cancers pédiatriques.



**ESTAC TROYES**  
**Solidarité Femmes Aube**

Pour chaque place achetée lors de la rencontre opposant l'ESTAC Troyes à Bastia, le club troyen a décidé de reverser 1 € à l'Association Solidarité Femmes Aube.



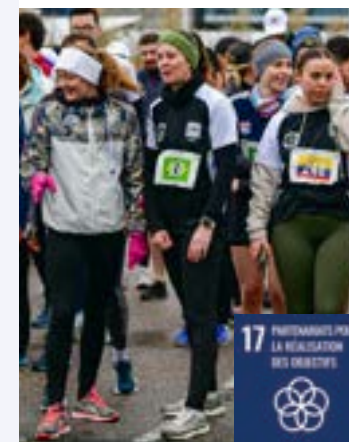
**FC LORIENT**  
**Tombola caritative**

Le FC Lorient a organisé une tombola en partenariat avec le collège Charles de Gaulle au profit de l'association ELA.



**OLYMPIQUE LYONNAIS**  
**Course solidaire**

L'Olympique Lyonnais a accueilli la course solidaire Jogg Dans La Ville au Groupama Stadium. Une course en soutien aux actions de l'association Sport dans la Ville. C'est plus de 300 coureurs qui se sont donc lancés dans l'antre lyonnaise, avec une première place pour l'équipe de l'OL Fondation sur la course de 6 kilomètres.





**PAU FC**  
**Sans frontières**

À l'occasion de la rencontre face à l'US Concarneau, le Pau FC a accueilli l'association la Maison des Citoyen-ne-s du Monde 64. Pour montrer que le sport ne connaît aucune frontière, deux membres de l'association ont eu le privilège de donner le coup d'envoi de la rencontre.



**EN AVANT GUINGAMP**  
**Une mobilisation à la lutte contre le cancer du côlon**

À l'occasion de Mars Bleu et de la lutte contre le cancer, l'EA Guingamp a offert une place pour son match de Ligue 2 BKT face au Valenciennes FC à chaque personne participant au défi sportif organisé en ligne. Un défi qui permet de sensibiliser à la lutte contre le cancer colorectal.



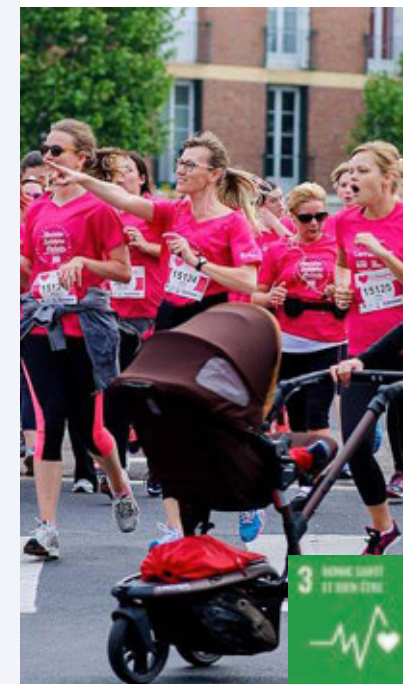
**FC GIRONDINS DE BORDEAUX**  
**Foulée solidaire**

Le FC Girondins de Bordeaux organise la deuxième édition de la Foulée solidaire au profit du CHU de Bordeaux. Les fonds récoltés lors de cet événement permettront notamment de financer une école au sein de l'hôpital des enfants. Plus de 650 personnes se sont mobilisées pour l'occasion.



**HAVRE AC**  
**L'Amazone**

Le Havre AC est officiellement partenaire de L'Amazone. Une course dédiée à la lutte contre le cancer du sein. Pour concrétiser ce soutien, le club normand va apporter un soutien financier, participer à la campagne de communication autour de la lutte contre le cancer du sein et offrir des lots pour les enfants qui participeront à la course.





**FC METZ**  
**FC Metz pour tous**

Le FC Metz a dévoilé les nombreuses initiatives mises en place par le club ainsi que leur plan d'action à court terme visant à faciliter l'inclusion des supporters en situation de handicap. Les Lorrains ont notamment repensé l'accueil de leurs supporters de manière globale, aussi bien au niveau de la billetterie qu'à l'accueil dédié au stade. De plus, une salle sensorielle hermétique au son a été inaugurée fin mars afin d'accueillir au mieux les supporters souffrant de troubles autistiques et sensoriels. Il s'agit d'une grande première en France pour un club de football.



**QRM**  
**Handi'Cup**

QRM a organisé la troisième édition de la QRM Handi'Cup. Ce tournoi a comme objectif de passer outre les préjugés, de sensibiliser et de faire en sorte que le football soit accessible à tous. Cette année plus de 150 personnes en situation de handicap étaient présentes pour l'occasion, représentées par 13 équipes.



**RC STRASBOURG ALSACE**  
**Vers une meilleure accessibilité**

À l'occasion de la réception de l'AS Monaco, le RC Strasbourg Alsace a accueilli 5 personnes non ou malvoyantes afin de tester un nouvel appareil permettant de suivre le match grâce à une tablette magnétique et une description audio.



**PAU FC**  
**Rencontre hors du temps**

Le Pau FC a eu le plaisir d'accueillir deux classes de primaire au Noust Camp, offrant ainsi aux enfants une occasion unique d'échanger avec les joueurs et de visiter le stade lors d'un après-midi spécial. À quelques kilomètres de là, quatre joueurs se sont rendus à l'école pour partager des moments privilégiés avec les élèves. Au programme : jeux de ballons et séance de dédicaces, pour le plus grand bonheur des enfants.





AVRIL 2024



**AS MONACO**  
**Colosse aux pieds d'argile en visite**

Au début du mois d'avril, l'AS Monaco a accueilli l'association « Colosse aux pieds d'argile » dans le cadre d'une campagne de sensibilisation contre les violences sexuelles, le harcèlement et le bizutage. Étendue sur 2 jours, cette action a été menée auprès de ses plus jeunes joueurs pros, de ses U17 et du personnel encadrant de l'Academy et de l'association.



**FC METZ**  
**Lutte contre le racisme**

La réception de l'AS Monaco comptant pour la 27<sup>e</sup> journée de Ligue 1 McDonald's étant placée sous le signe de la lutte contre le racisme, Paolo Del Vecchio, l'Artiste-Footballeur qui a entrepris de réaliser une œuvre unique sur le maillot grenat pour chaque match à domicile cette saison, a proposé aux joueurs professionnels de se replonger dans leurs histoires personnelles et familiales pour créer des maillots uniques et propres à chacun, portés à l'échauffement. L'artiste a également joué le jeu en retraçant sa trajectoire personnelle.







### CLERMONT FOOT 63 Friperie sport planète

Lors de son match contre le Stade de Reims, le Clermont Foot 63 a incité ses supporters à adopter la consommation de seconde main. En collaboration avec la Friperie Sport Planète, une boutique de matériel sportif d'occasion destinée aux étudiants et aux personnes en situation de précarité, le club auvergnat a mis en place une collecte de vêtements à l'entrée du stade Gabriel-Montpied.

**COLLECTE**  
DE **MATÉRIEL**  
ET DE **VÊTEMENTS SPORTIFS**  
— AU PROFIT DE —  
**La friperie Sport Planète**

Dimanche 28 avril  
De 13h00 à 15h00  
Entrée **Stade Gabriel-Montpied**

**PRODUITS RECOMMANDÉS**  
- Crampons - Shorts

12 **HEURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES**  
13 **HEURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES**



### MONTPELLIER HSC Ramassage déchets

Les enfants du club des loulous ont participé à une journée de sensibilisation sur le ramassage et le tri des déchets. Avec l'association Ecolosport, et aux côtés de Modibo Sagnan, Beçir Omeragić, Sonia Ouchene et de Lea Khelifi, les enfants ont parcouru le domaine de Grammont poubelle en main !



### CLERMONT FOOT 63 Collecte de sang à Gabriel-Montpied

Afin de venir en aide à l'Établissement français du sang qui rencontre des difficultés importantes à maintenir un niveau de stock confortable, le Clermont Foot 63 a organisé une collecte de sang au stade Gabriel - Montpied. Afin de donner plus de visibilité à cette action, des membres de l'EFS ont été invités par le club auvergnat en Fan Zone afin de sensibiliser les supporters présents. Finalement, 137 donateurs se sont présentés, ce qui représente 411 vies potentiellement sauvées !





### USL DUNKERQUE

#### Opération collecte de sang pour sauver des vies

L'USL Dunkerque a organisé une grande collecte de sang au sein de ses espaces hospitalités. En partenariat avec l'Etablissement français du sang, l'action a eu un franc succès : 60 dons pour près de 170 vies sauvées !



### FC GIRONDINS DE BORDEAUX

#### Un match pas comme les autres

En collaboration avec les associations « Bordeaux-Bristol » et « Académie Younus », les Girondins de Bordeaux ont offert à 12 jeunes la chance unique de participer à un programme novateur, leur permettant de découvrir la culture britannique. Tout au long de la saison, les jeunes ont participé à des ateliers diversifiés, initiant à la photographie, à la langue anglaise ou encore à l'écologie et la préservation de l'environnement. Pour clôturer le programme, ils se sont rendus à Bristol. Là-bas, ils ont pu assister à un match de football et plonger dans la richesse de la culture anglaise. Sur place, les jeunes sont d'abord allés à la rencontre de jeunes du club amateur du St Aldhelms FC. Ils ont ensuite pu découvrir la ville de Bristol et son musée M Shed. Enfin, pour finir le week-end en beauté, ils ont été invités en tribune d'Ashton Gate pour le match entre Bristol City et Rotherham.



### OLYMPIQUE LYONNAIS

#### Escort Kids

L'Olympique Lyonnais a invité les enfants de l'Hôpital Femme Mère Enfant et du Centre Léon Bérard à jouer le rôle d'Escort Kids lors d'un match de Ligue 1 McDonald's. Aux côtés des joueurs du Stade Brestois 29, adversaire du soir, et des joueurs lyonnais, les enfants ont vécu un moment hors du temps sur la pelouse du Groupama Stadium.





MAI 2024



**AC AJACCIO**  
**Rencontres à la foire**

L'AC Ajaccio et ses joueurs se sont rendus à la foire de Saint-Pancrace afin de rencontrer leurs supporters lors de deux séances de dédicaces. Une manière pour le club corse de soutenir les commerçants locaux mis à l'honneur lors de cet évènement.



**AJ AUXERRE**  
**Accueil des pupilles**

L'AJ Auxerre a accueilli à son Centre de Formation une délégation de jeunes Pupilles de la Nation d'adultes blessés de guerre ou victimes d'attentat. Les visiteurs ont vécu le temps d'une journée le quotidien des joueurs du Centre. Après avoir découvert les lieux, ils ont participé à une séance d'entraînement dirigée par des membres du club. L'après-midi s'est terminé par une remise de récompenses et un goûter convivial. Ce programme vise à accompagner les joueurs et joueuses du Centre de Formation à comprendre les principes républicains à travers l'histoire et à défendre avec force les valeurs d'humanité et de solidarité.



**AS MONACO**  
**Munegu Cup**

En collaboration avec la Direction de l'Education Nationale, de la Jeunesse et des Sports, L'AS Monaco a organisé la seconde édition de la Munegu Cup. Impulsé par le Président de l'AS Monaco, Dmitry Rybolovlev, cet évènement permet de promouvoir la pratique sportive et mettre en avant les valeurs éducatives du sport. Ainsi, plus de 400 écoliers de CE2 se sont affrontés tout au long de la journée sur la pelouse du Stade Louis-II, animée par le speaker de l'AS Monaco et arbitrée par des collégiens de la Principauté licenciés à l'UNSS. Le tout sous les encouragements de la mascotte Bouba !





### AS MONACO Tous au Stade

Dans le cadre de son opération « Tous au Stade », l'AS Monaco a invité près de 2 000 jeunes des clubs amateurs de la région et d'Italie au Stade Louis-II. Organisé avec le soutien de la Ligue Méditerranée, le club de la Principauté lui a également remis un chèque de 9 219 euros. Un don qui conforte l'engagement de l'AS Monaco pour le bon développement du football amateur.



17 PARTENAIRES POUR  
LA RÉALISATION  
DES OBJECTIFS



### ESTAC TROYES Norelem Kids Cup

L'ESTAC Troyes a accueilli au Stade de l'Aube la première édition de la Norelem Kids Cup, qui réunissait plus de 80 enfants. Tous les participants ont pu repartir avec des goodies aux couleurs du club troyen.



17 PARTENAIRES POUR  
LA RÉALISATION  
DES OBJECTIFS



### LOSC LILLE Goûter annuel au domaine de Luchin

L'annuel goûter du LOSC Lille à destination de ses abonnés de la tribune famille a eu lieu au Domaine de Luchin. Dédicaces, photos, activités physiques et ludiques étaient au programme pour les jeunes supporters lillois.



17 PARTENAIRES POUR  
LA RÉALISATION  
DES OBJECTIFS



**OLYMPIQUE DE MARSEILLE**  
**Soutien à Furiani**

L'Olympique de Marseille a signé une convention avec le collectif des victimes de Furiani et l'Associu Sporting Bastia 92. Avec cette convention, le club phocéen s'engage à mener des actions de sensibilisation auprès des jeunes collégiens de la cité phocéenne ainsi qu'au sein de son centre de formation.



**SM CAEN**  
**Fresque murale**

Les joueurs du Centre de Formation du SM Caen ont réalisé une grande fresque murale aux côtés du Collectif Gustave dans le cadre de la rénovation du complexe Pampidou. Une action qui a permis au club et aux jeunes joueurs d'être récompensés par le prix de la créativité au festival Open Football Club.



**TOULOUSE FC**  
**Tournoi des Clubs Christophe-Revault**

Le Toulouse FC a organisé la première édition du tournoi Christophe Revault. Un tournoi qui s'inscrit dans le programme Clubs Christophe Revault, développé par le Toulouse FC pour accompagner le développement du football amateur de son territoire. Lors de cette première édition, ce sont plus de 48 clubs de la région et plus de 400 enfants qui étaient présents sur la pelouse du Stadium !





**AJ AUXERRE**  
**Des petits pas pour Léonie**

L'AJ Auxerre a invité la jeune Léonie de l'association « Des petits pas pour Léonie » à vivre une rencontre à l'Abbé-Deschamps. L'occasion pour le club de remettre à l'association les bénéfices d'une vente aux enchères organisée en février à l'occasion du Nouvel An chinois. Un don à plus de 7 500 euros qui permettra de financer des soins ou du matériel permettant l'épanouissement d'enfants polyhandicapés.



**OGC NICE**  
**Enfants sans douleurs**

Lors d'une cérémonie s'étant tenue au Centre d'Entraînement, l'OGC Nice a remis un chèque de 2 500 euros à chacune des associations membres du programme Enfants Sans Douleur 2023-2024. Pour l'occasion, Jordan Lotomba, joueur du club et parrain de l'opération, était présent afin d'échanger avec les nombreux bénéficiaires de cette année. Au total, ce sont 6 associations qui ont pu profiter du soutien des Aiglons cette année !



**PARIS SAINT-GERMAIN**  
**Gala de charité**

Le Paris Saint-Germain a organisé le gala de charité Paris For Good avec Naked Heart France. Grâce à la générosité des donateurs, plus de 2,7 millions d'euros ont été récoltés pour financer des programmes essentiels en faveur des enfants autistes et de leurs familles.



**TOULOUSE FC**  
**Soirée de Gala**

Le Toulouse FC a organisé la troisième édition du gala Toulouse Football Cœur. Plus de 250 invités étaient présents pour se disputer 13 lots uniques, une mobilisation qui a permis une levée de fonds record. Une somme ensuite reversée aux associations partenaires du club afin de lutter contre la précarité et promouvoir la santé tout au long de l'année sportive 2024-2025.





**AJ AUXERRE**  
Tournée nationale du Sport

L'AJ Auxerre s'est associé à la tournée nationale du Sport à l'hôpital de l'association Premiers de Cordée. L'occasion pour deux de ses joueurs et un membre du staff de partager un après-midi avec les jeunes du Centre Hospitalier Spécialisé de l'Yonne. Après une confrontation festive balle aux pieds, les enfants ont pu prendre des photos et discuter avec les invités du jour.



3 INÉGALITÉS REPÉRÉES



**ANGERS SCO**  
Les Enfants de la balle

L'Angers SCO s'engage aux côtés de l'association les Enfants de la Balle pour favoriser l'insertion sociale par le sport pour les enfants en situation de handicap. Les enfants disposent chacun d'un éducateur spécialisé qui les accompagne durant les séances collectives de l'académie du SCO Futsal. Un programme bénéfique puisque les enfants tous une belle progression sur le plan moteur et physique, mais également dans leur comportement avec les autres enfants, qui eux apprennent que la différence n'est pas une barrière sociale. Pour commencer de la meilleure des manières son match décisif pour la montée en Ligue 1 McDonald's, le club angevin a invité Maël, jeune bénéficiaire du programme, à donner le coup d'envoi fictif.



10 INÉGALITÉS REPÉRÉES



**FC NANTES**  
Expérience inclusive à La Beaujoire

La Fondation FC Nantes a invité 8 membres de sa section Cécifoot afin de partager le dernier match de la saison face au LOSC. Parmi eux, 4 pratiquants malvoyants, dont 3 jeunes, ont pris place dans les tribunes. Tous étaient accompagnés d'un mentor chargé de décrire au mieux ce qui se déroulait sur la pelouse de La Beaujoire. Ces derniers n'étaient autres que les jeunes joueurs du groupe réserve !



10 INÉGALITÉS REPÉRÉES



**GRENOBLE FOOT 38**  
Parler du handicap

Tout au long de la saison, le Grenoble Foot 38 a accompagné l'UNICEF dans les écoles primaires pour évoquer le handicap. Pour terminer ce projet dédié à l'accessibilité, le GF38 a participé à une dernière journée avec trois écoles à la patinoire Pôle Sud. Toute la journée, les enfants ont pu participer à des ateliers sportifs accessibles à tous.



10 INÉGALITÉS REPÉRÉES



**AS SAINT-ÉTIENNE**  
**Petits jardiniers**

L'AS Saint-Étienne et une trentaine d'enfants âgés de 4 à 10 ans ont participé à une activité de sensibilisation sur l'importance de la biodiversité et de la protection de l'environnement. Les jeunes participants ont planté près de 250 arbres sélectionnés pour leurs capacités à s'adapter aux conditions climatiques futures.



**OGC NICE**  
**Collecte de déchets**

Organisé en collaboration avec l'ONG Projet Rescue Ocean, la Ligue de Football Professionnel et ORIS, 20 jeunes du Centre de Formation et 5 joueuses de l'équipe D2 Féminine de l'OGC Nice ont participé à une grande opération de sensibilisation à l'environnement ainsi qu'à une action de dépollution. Après un atelier sur l'origine des déchets, leur impact sur les mers et océans et les actions écocitoyennes à adopter, les joueurs et joueuses niçois ont pris part à une opération de dépollution aux abords du Centre d'Entraînement. Finalement, plus de 100kg de déchets ont été collectés en 1 heure !



**OLYMPIQUE DE MARSEILLE**  
**Parking à vélo éphémère au Vélodrome**

L'Olympique de Marseille, via son programme Treizième Homme, s'est engagé pour un avenir plus vert en installant un parking à vélos éphémère gratuit sur le parvis de l'Orange Vélodrome.



**OLYMPIQUE LYONNAIS**  
**Unis Bike**

À deux reprises cette saison, l'Olympique Lyonnais a organisé et financé la révision gratuite des vélos des supporters durant les matchs au Groupama Stadium, en partenariat avec l'association Unis Bike. Au total, plus de 100 vélos ont ainsi été examinés, avec des réglages sur les vélos et des conseils fournis aux utilisateurs. À la fin du match, une fiche « diagnostic des dysfonctionnements » a été remise à chacun des supporters. Unis Bike a également fait de la sensibilisation au bon entretien de son vélo et proposait un réglage ergonomique de la position de conduite. Un moyen pour le club lyonnais d'encourager ses supporter à la mobilité douce.







**FC NANTES**  
**Visite au**  
**centre de**  
**l'Esean**

Le FC Nantes, accompagné de son joueur Jean-Kévin Duverne et des mascottes RIRI et LILI, s'est rendu au centre de l'ESEAN pour rendre visite à une trentaine d'enfants. Après une belle remise de cadeaux, une séance de dédicaces et des jeux organisés par les mascottes, tout le monde a profité d'un goûter organisé par l'association 1 Maillot Pour la Vie.



**QRM**  
**Graines de**  
**footballeuse**

En avant-match de sa rencontre face à l'USL Dunkerque, QRM a célébré le football féminin aux côtés de l'association Graines de Footballeuses. L'occasion pour le club normand d'honorer les 100 ans de sa section féminine. Des jeunes filles étaient ainsi chargées d'être ramasseuses de balles et portes drapeaux, tandis que d'autres ont accompagné les joueurs sur la pelouse. De plus, des conférences animées par des femmes pour partager leur parcours ont été organisées.



**RC LENS**  
**Collecte**  
**de sang**

Le RC Lens a organisé sa troisième collecte de sang avec l'Établissement français du sang (EFS) et Players For Society, le programme d'actions dédié à l'engagement sociétal de l'UNFP. Une édition record pour les Lensois, avec 500 donateurs présents et 240 litres de sang prélevés. Pour l'occasion, le coach de l'époque du club nordiste, Franck Haise, était présent pour soutenir les acteurs du jour.



**STADE RENNAIS FC**  
**Clap de fin pour**  
**« Bouge ! »**

Depuis 2021, le Stade Rennais FC promeut un mode de vie actif et la nécessité de l'activité physique pour tous à travers son programme « Bouge ! ». Après plusieurs événements sur cette thématique tout au long de l'année, le Stade Rennais FC a clôturé cette édition en beauté ! Près de 3 000 enfants, venus d'une cinquantaine d'écoles de la région, se sont ainsi retrouvés au Roazhon Park pour une journée de jeu sur la thématique du sport. Depuis son lancement, le programme « Bouge ! » a touché 6850 bénéficiaires.





JUIN 2024

## SPORT ET SANTÉ



### AS SAINT-ÉTIENNE

#### Soutien et mobilisation pour le don du sang

L'AS Saint-Étienne s'est mobilisé pour la Journée Mondiale des donneurs De Sang. Le club stéphanois a ainsi participé à une campagne de sensibilisation aux côtés de l'Établissement Français du Sang auprès de l'ensemble des salariés du club, avec en prime le don de beaucoup de leur sang.



## LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS



### PARIS SAINT-GERMAIN

#### Un match pour le vivre-ensemble au Campus

En lien avec la Fondation pour le Sport Inclusif, le Paris Saint-Germain a organisé un match amical entre 16 joueuses et joueurs du Centre de formation et des membres de l'association « Le Refuge », qui accompagne les jeunes en difficulté, réfugiés et LGBT+ victimes de violences intrafamiliales. L'ensemble des participants ont ensuite partagé un moment convivial au Campus PSG.



## LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS



### FC GIRONDINS DE BORDEAUX Un trophée pour l'inclusion

À l'occasion de la convention annuelle organisée par le syndicat Foot Unis, le FC Girondins de Bordeaux a remporté le Trophée de la Meilleure Politique d'Inclusion. Décerné par l'ensemble des acteurs du football professionnel français, c'est tout particulièrement le programme Cœur Girondins qui a été honoré. Ce dernier vise notamment à favoriser l'inclusion de toutes les communautés, indépendamment de l'origine, du genre, de la religion ou des capacités physiques.

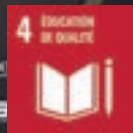


## INTÉGRATION ET LIEN SOCIAL



### OGC NICE Initiation aux Minikaïa

Le Fonds de Dotation de l'OGC Nice a invité les enfants des quartiers prioritaires de la ville de Nice au Meeting Nikaïa, au Parc des Sports Charles Ehrmann. En amont du Meeting Nikaïa, plusieurs centaines d'écoliers des quartiers prioritaires de la ville de Nice ont eu la chance de participer aux « Minikaïa », des initiations à l'athlétisme et de rencontrer Alessia Zarbo, athlète azuréenne qualifiée pour les Jeux Olympiques de Paris 2024.



## ENVIRONNEMENT ET TRANSITION ÉCOLOGIQUE



### STADE BRESTOIS 29 X STADE LAVALLOIS MFC Deux nouveaux clubs labellisés Fair Play For Planet

Le Stade Lavallois MFC et le Stade Brestois 29 se sont vu remettre, lors de la soirée de remise des Trophées de Fair Play For Planet dans les locaux de L'Equipe, la labellisation Fair Play For Planet, premier label éco-responsable destiné aux clubs, aux sites et aux événements sportifs. Conçu autour d'une approche globale de la lutte contre le dérèglement climatique, il permet aux entités sportives d'améliorer leur modèle de développement économique en prenant soin de l'environnement et des personnes. Ce label, que l'Olympique Lyonnais a été le premier club de football professionnel à recevoir avant d'être imité par le RC Strasbourg Alsace, Le Havre AC et le Toulouse FC, a été développé en coopération avec l'ADEME, l'Agence de la Transition Écologique.



# FOOTBALL FOR THE GOALS

LE FOOTBALL PROFESSIONNEL FRANÇAIS S'ENGAGE POUR LES OBJECTIFS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE



## OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

CAUSES ET ACTIONS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
ENVIRONNEMENT ET TRANSITION ÉCOLOGIQUE			✓	✓		✓	✓		✓			✓	✓	✓	✓			
LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS		✓		✓	✓					✓								✓
ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP								✓		✓								
SOUTIEN AUX ASSOCIATIONS CARITATIVES			✓		✓					✓			✓					✓
ENFANCE			✓	✓						✓			✓				✓	✓
INTÉGRATION ET LIEN SOCIAL	✓	✓	✓	✓				✓		✓	✓					✓	✓	
SPORT ET SANTÉ			✓							✓								





**34 boulevard de Courcelles, 75117 Paris**

Tél. 01 53 65 38 02 – Fax. 01 53 65 38 04

[www.lfp.fr](http://www.lfp.fr)