

Le sport de haut niveau, acteur sociétal engagé pendant la crise sanitaire liée au COVID-19



Alors que l'arrêt de ses compétitions a été un des premiers signes de l'impact de la pandémie au niveau mondial, le sport professionnel s'implique de différentes manières dans son écosystème pour soutenir celles et ceux qui se battent contre le virus. Face au foisonnement des initiatives, le Réseau Sport et Engagement vous propose un tour d'horizon des grandes typologies d'aide et des pistes pour explorer d'autres voies?

L'arrêt brutal du "sport spectacle" et des activités sportives dans la pratique quotidienne en extérieur ont été un des versants les plus visibles de l'impact du COD-19 sur nos vies quotidiennes. Malgré les gigantesques enjeux financiers, l'épisode Rudy Gobert, les huis clos de l'UEFA Champion's League, la fermeture des grands championnats ont été les premières décisions prises et ont démontré que la santé des citoyens était plus importantes que les modèles économiques que nous pensions pérennes. Diffuser des matches, remplir des stades et vendre des maillots n'est désormais plus possible.. Cela à l'échelle mondiale, ce qui n'était jamais arrivé.

Les acteurs du sport, qu'ils soient professionnels, fédéraux, etc. ont ainsi du repenser leur contribution au monde qui nous entoure. Quand le cœur d'activité ne fonctionne plus, qu'est-ce qui fait la valeur ajoutée de l'écosystème sportif en France ?

A l'instar des autres pays avec une forte culture sportive, c'est par sa capacité à mobiliser que le sport français a décidé d'œuvrer à différents niveaux pour soutenir, financer et se faire le catalyseur territorial à son échelle d'initiatives au service du bien commun.

Dans ce tour d'horizon, nous n'avons pas recherché l'exhaustivité, tant le nombre d'actions est nombreux, classés en 5 thématiques :

1- Levée de fonds vers les publics externes :

Lever des fonds pour les acteurs de l'intérêt général est sans aucun doute l'action la plus largement menée. La capacité d'engagement et la notoriété d'un acteur du sport (fédération, ligue, club, évènement, athlète) fait ainsi merveille et permet de mettre à profit son image et son influence au service de causes internationales (UNICEF) nationales (HAP-HP-Institut Pasteur) mais également le plus souvent pour des soutiens financiers de forte proximité (hôpitaux et centres de recherche locaux notamment).

Le football, bien sur est fortement mobilisé tant son poids dans une zone géographique est importante, avec la mobilisation des clubs, quelque soit leur taille et leur culture de l'engagement. Par exemple [l'OM](#) qui, au travers de sa fondation, a lancé un appel aux dons à destination des hôpitaux de Marseille et de la banque alimentaire. Le [PSG](#) a été également très présent sur de nombreux tableaux au travers de sa fondation. Son engagement de longue date auprès de [l'Action](#)

[Contre la Faim](#) a permis au club de lever de l'argent pour un partenaire fiable et de distribuer des kits hygiènes.

La grande majorité des clubs a également mobilisé les joueurs ou joueuses, en réalisant des dons directs au bénéfice d'acteurs locaux CHU locaux ou en organisant des ventes de charités (PSG avec des éléments en série limitée, [Dijon](#) la vente de maillots Stade Reims, , l'ESTAC [Troyes](#)), soit pour répondre à des besoins d'associations très locales comme le Fonds de dotation de l'[OGC Nice](#) qui travaille en coordination avec l'Inter Secours Nice, qui regroupe une cinquantaine d'associations locales. Le club d'[Amiens SC](#) a privilégié l'aide aux personnes en situation de précarité au niveau régional, Le [RC Strasbourg](#) s'est rapproché de l'association "femmes de foot" historiquement proche de lui. [L'OL](#) a lancé une plateforme de financement participatif aux bénéfices des acteurs locaux, Les [Girondins de Bordeaux](#) ont sollicité des dons avec l'asso Rugby citoyen.

A travers son opération "jouons la collectif", la [LFP](#) a valorisé les initiatives des clubs pros Le E sports n'est pas en reste avec EA Sports pour le Global Giving's Coronavirus Relief Fund ainsi que la Team Vitality avec l'OMS.

Le rugby n'est bien sur pas en reste. Le [Stade français, Stade Toulousain, RC Toulon](#) ont mis en place des actions de levée de fonds les pour hôpitaux régionaux. Le [Stade Rochelais](#) commercialise des masques à son effigie avec mise à disposition des fonds pour les Hôpitaux de Paris de la Rochelle.

Le Handball, sport à fort ancrage territorial, notamment dans les villes moyennes, est très actif. Autour de la [LNH](#) la plupart des clubs de Lidl Starligue (par exemple, Dunkerque, Saint Raphael, PSG, Toulouse) ont lancé des cagnottes et incitent leurs publics à donner.

Pour le basket, avec « dons de confiance », la [LNB](#) a mis en place une importante opération de promotion du don sur son site et ses différents réseaux sociaux afin d'encourager tous les fans à se montrer généreux au profit de la Fondation de l'Avenir

De manière plus transversale, le lancement d'une initiative nouvelle telles que [#tousenblanc](#), profite de l'impulsion et de l'appui media du Groupe Amaury et de nombreux sportifs français pour soutenir le personnel de santé et lever de l'argent.

Le syndicat des entraîneurs [UNECATEF](#) a permis de lever une belle somme à destination des hôpitaux.

Dans les initiatives à mettre en avant, on peut également noter le travail de la [Ville de Lyon](#) qui a mis en place une vente aux enchères d'objets offerts par des sportifs et sportives athlètes lyonnais. Et la très belle opération réalisée dans le limousin avec le soutien des deux grands clubs pros locaux dans deux sports différents à savoir [CA Brive / CSP Limoges](#) pour une cagnotte commune des deux grands clubs limousins.

NOUS AVONS PLUS PARTICULIEREMENT AIME :

- Le FC [Barcelone](#) qui transmet à sa fondation les droits du naming du Camp Nou
- L'opération croisée : [Fondation Boulanger avec le LOSC](#) entre un club et un de ses partenaires avec la fourniture de tablettes pour l'hôpital et les Ehpad de la région.
- Le derby virtuel [AS Roma Lazio](#) ou chaque don de 2 euros de leurs supporters fait avancer la balle vers le but adverse. Plus de 45 000 euros ont ainsi été reversés aux hôpitaux romains
- L' [ASSE](#) s'est associé avec le Stade de France pour vendre virtuellement des places et lever de l'argent
- Et bien sur l'association des 4 clubs professionnels à [Orleans](#) (Football, basket, et handball féminin et masculin) qui ont mobilisé ensemble leur réseau pour soutenir financièrement les hôpitaux de la ville.

2- Mise à disposition infrastructures, matériels ou techno :

D'autres acteurs (parfois les mêmes) proposent un soutien matériel, soit par l'adaptation de leur propre outil de production (les stades deviennent alors des bases logistiques de santé, les centres d'entraînements permettent l'hébergement d'urgence de publics vulnérables,...).

- [PSG et fondation PSG](#) qui fournissent des repas préparés dans les cuisines du Parc des Princes
- [FC Nantes](#) avec l'apport de matériel médical
- [Girondins de Bordeaux](#) ont prêté leur bus pour personnel soignant
- [Dortmund](#) a prêté son stade pour accueillir des malades et pratiquer des tests. C'est également le cas d'autres clubs comme Tottenham.
- [l'OM](#) mise à disposition du Vélodrome Orange comme base logistique et du Centre d'Entraînement de la Commanderie pour héberger des femmes victimes de violences
- [AS Roma](#) : qui lutte contre le possible isolement de ses abonnés de plus de 60 ans avec un centre d'appel dédié
- [Mercedes](#) avec la mise à disposition de son usine pour produire respirateurs en partenariat avec un centre de recherche universitaire

NOUS AVONS PLUS AUSSI AIME :

L'organisation chaîne de production de structures directement ou indirectement impliquées dans le sport pour produire des masques ou du gel (INEOS, Peak/Macron/Vélos Santini...)

3- Soutien au sein de son propre écosystème :

Quelques acteurs du sport français s'investissent également pour soutenir leur propre écosystème, en relayant les informations mais également en débloquent des fonds pour compenser des déficiences de revenus de leurs clubs. Par exemple la [FFBadminton](#) avec son fonds solidaire, la [FFF](#) via son fonds d'action, la FFR auprès des clubs amateurs et la LFP sont largement impliquées, le premier auprès du football amateur et de son écosystème, le second en soutien des clubs. A l'étranger, il est intéressant de voir la démarche entreprise par les grands clubs de la Bundesliga (Bayern, Dortmund, ...) qui appuient plus petits clubs pros et amateurs. Le [Lotto Sport allemand](#) est dans la même démarche tout comme la LTA (tennis England) au côté le tennis anglais ou [la RFU](#) (Fédération anglaise de rugby) proche du rugby amateur.

4- Soutien immatériel et partage de connaissances :

En complément d'autres types de soutien, certains acteurs se sont également impliqués dans le partage de connaissance via leurs outils de communication (chaîne TV dédiés, réseaux sociaux). Par exemple :

- [OL TV](#) qui permet un accès gratuit avec des contenus éducatifs
- [RC Strasbourg](#) qui a mis en ligne un cahier d'exercices et de divertissements pour les jeunes enfants.
- Fondation PSG avec le Secours Populaire pour la fourniture de programmes éducatifs
- [Dijon FCO](#) avec ses cours #RécrcduDFCO !

NOUS AVONS PLUS PARTICULIEREMENT AIME :

[Fondation du football](#) FFF avec l'Equipe de France féminine FFF pour faire du soutien scolaire "Puissance foot à domicile"

5- Actions de communication :

Certaines entités se sont appuyées sur leurs athlètes ou leurs outils de communication pour faire passer des messages, soit de promotion des gestes barrières [PSG](#) Stade de Reims, soit pour véhiculer avec créativité l'image du "restez chez vous" en jouant ponctuellement avec leur logo ([Team Total Direct Energie](#) , Audi)

NOUS AVONS PLUS PARTICULIEREMENT AIME :

En pleine pandémie avec l'annonce du recrutement d'un Communication et [impact director à l'OM](#) qui montre l'importance grandissante de l'engagement au sein de leur organisation pour certains acteurs leaders du sport.

Un enseignement : l'engagement de long terme, un véritable actif pour les acteurs du sport

Encore une fois, nous n'avons pas ici vocation à être exhaustif, même si un travail de recensement plus précis pourra être réalisé. Il y a bien sûr la confirmation que beaucoup font du RSE sans le savoir. Il faut néanmoins constater que l'engagement le plus fort et le plus visible a été le fait des acteurs engagés depuis longtemps. En effet, on ne s'improvise pas mécène, collecteur de fonds ou base logistique pour des associations. Si les axes-métiers traditionnels du sport font ici merveille (engagement d'une communauté, puissance d'évocation ou d'engagement...), c'est surtout l'investissement de long terme des acteurs du sport au service du bien commun qui permet, en quelques semaines, d'emmener derrière soit tout son écosystème.

Existe il d'autres modes d'engagement ?

Toutes ces actions, modestes ou ambitieuses sont à soutenir et à valoriser auprès du plus grand nombre.

Il reste cependant quelques voies peu empruntées qui peuvent démultiplier l'efficacité des actions entreprises. Nous en avons identifié trois :

- La dimension multisports au sein d'un territoire :

A l'instar de l'opération commune dans le limousin (CA Brive /CSP Limoges) ou des quatre clubs pros d'Orléans, la période de solidarité qui émane de la pandémie devrait permettre de créer encore plus d'effets de leviers multisports entre les clubs de haut niveau d'une même ville ou d'une même région.

- La relation partenaire- club/fédération/événement :

Quelques initiatives (PSG-Nivea/LOSC-Boulogne) démontrent la pertinence et l'efficacité d'un partenariat entre une marque sponsor et son club ou sa fédération. Un travail en commun autour d'opérations pertinentes renforce l'efficacité des opérations pour les bénéficiaires de toutes les parties prenantes.

- La dynamique d'une région avec ses parties prenantes sportives de haut niveau :

Il est essentiel de continuer à partir des besoins du terrain. Et les besoins sont différents en fonction des régions concernées et impactées différemment par le virus. Le pouvoir à nouveau grandissant des collectivités locales mérite un lien renforcé entre ces dernières et les acteurs sportifs de haut niveau sur leur zone respective.

Quel que soit leur niveau de maturité en terme d'engagement dans leur environnement, les acteurs du sport de haut niveau sont un des rouages essentiels dans l'expression de la solidarité dans cette période unique.

N'hésitez pas à nous transmettre des exemples qui vous semblent particulièrement efficaces ou originaux à l'adresse suivante : reseausportetengagement@gmail.com

Stéphane Audry / William Renaut Réseau Sport & engagement avec Newstank Sport

