



Les bienfaits du sport pour les salariés d'une entreprise sont connus depuis longtemps, que cela soit sur la santé, le bien-être & la productivité. Les entreprises, elles-aussi en tirent des avantages : amélioration de la marque employeur, fidélisation des talents, stimulation de l'engagement professionnel, ect. Mais **quelles sont les règles et réglementations qui encadrent la pratique sportive dans un environnement professionnel ? Quelles sont les opportunités offertes aux employeurs ?**

SPORSORA et ses membres proposent des exemples concrets d'entreprises et de titulaires de droits qui ont réussi à mobiliser leurs collaborateurs et leur communauté.

1. Quel cadre et réglementation pour le sport en entreprise ?

Avec Frédéric Delannoy, Directeur Technique National, FF du Sport en Entreprise

Eric Ingargiola, en charge de l'animation du Comité Sport & Paris 2024, MEDEF

Alexis Ridde, Chef du bureau de l'élaboration des politiques publiques du sport,
Ministère des Sports & des Jeux Olympiques & Paralympiques

- Selon Eric Ingargiola, le MEDEF possède un comité Sport car il est certain que la pratique du sport en entreprise influe sur la productivité de celle-ci. Ainsi, dans le cadre de ce comité, son 1^{er} partenaire est le CNOF.
- C'est ainsi qu'en 2017, le MEDEF a réalisé une [étude conjointe avec le CNOF et l'Union Sport & Cycle](#), afin d'avoir des données chiffrées à présenter aux chefs d'entreprises, qui souhaitent avant tout connaître les bénéfices que peuvent avoir une pratique sportive sur la croissance et la productivité de leurs entreprises.
- Une étude a également été réalisée avec Paris 2024 et l'ONAPS en 2021
- Le 1^{er} frein à la pratique sportive en milieu professionnel identifié par le MEDEF est un **frein pédagogique** : il faut davantage informer les chefs d'entreprise sur les avantages. Et le faire plus activement auprès des TPE/PME, car les grandes entreprises sont déjà investies sur le sujet.
- Alexis Ridde explique que la ministre des Sports et des JOP a décliné sa méthode de travail (IPCS) sur la thématique de l'activité physique en milieu professionnel, aboutissant à des recommandations ou grandes lignes directrices.
- Dans le cadre de la stratégie «sport-santé», l'APS en milieu professionnel possède sa propre feuille de route, dont l'enjeu est d'**insister sur la pratique comme enjeu de santé publique**. En effet, le manque d'activité physique couplé à une sédentarité accrue fait exploser certaines pathologies et maladies chroniques.
- Aux côtés du ministère des Sports et des JOP, le ministère de la Fonction Publique est également très concerné par la thématique, en sa qualité de premier employeur de France.
- Frédéric Delannoy explique que le rôle de la Fédération Française du Sport en Entreprise (FFSE) est de donner des réponses aux entreprises qui se demandent comment mettre en place un dispositif d'APS pour leurs salariés.
- L'un des freins à la mise en place d'APS en entreprise qu'identifie la FFSE est un frein organisationnel : en effet, il est rare d'avoir un référent dédié à ceci, ce sont souvent des personnes dont ce n'est pas le métier (RH / juridiques) à qui l'on demande de prendre la responsabilité d'un tel projet.
- Aussi, cela peut être un problème d'offre : il faut l'offre sportive puisse s'adapter aux agendas des salariés et non l'inverse.

- La FFSE répertorie et organise l'offre, dans tous les territoires. Cela évite à un DRH de s'entretenir avec un nombre important de fédérations différentes, en mutualisant l'ensemble des pratiques.
 - Le MEDEF explique qu'à travers le baromètre réalisé avec Paris 2024, il était important de mesurer l'approche qu'a le pays face au sport en entreprise : Ainsi, tant du côté des dirigeants que des salariés, la motivation principale d'une pratique sportive est le souhait de rester en bonne santé (90%).
 - L'attente des salariés vis-à-vis de leurs employeurs est d'abord une contribution financière (35%), la mise en place d'espaces dédiés (26%) et des aménagements horaires (25%).
 - **M. Ingargiola** explique qu'il est important que des projets d'APS en entreprise doivent s'installer dans la durée et intégrer soit une stratégie RSE soit une stratégie RH. En effet, si une entreprise se contente de donner une impulsion via une aide financière ponctuelle, cela n'a pas d'effet efficace à travers le temps.
- 
- Le MEDEF révèle ce 1^{er} juillet 2023, [un outil de calcul pour les entreprises](#), permettant d'obtenir plusieurs données chiffrées à la suite d'une mise en place d'offre sport pour les salariés.
 - **Alexis Ridde** rappelle que **seulement 13% des dirigeants français ont mis en place une place offre d'activité physique au sein de leurs entreprises**, alors que la moyenne européenne est de 18%. 70% des dirigeants déclarent ne pas savoir à qui s'adresser pour entamer une démarche.
 - Il est alors nécessaire de continuer la sensibilisation et l'accompagnement des employeurs : le ministère des Sports & des JOP a publié [un guide pour répondre aux questions des employeurs et ainsi lever les freins](#). Ce guide a été construit à partir des questions qui remontaient du terrain.
 - Enfin, sera lancé en septembre 2023 un challenge national inter-entreprises, multidisciplinaires, ayant pour but de mobiliser un maximum de collaborateurs.

2. Engager ses collaborateurs et son territoire

Avec Thibault Deschamps, référent national athlé forme santé entreprise, FF Athlétisme

Gatien Letartre, CEO de TrainMe (groupe Decathlon)

- **Gatien rappelle que TrainMe appartient au groupe Decathlon.** Ainsi la présence locale des magasins Decathlon permet de **toucher un large public**.
- **Gatien** explique que TrainMe suit **une logique de triptyque** quant à la mise en place des programmes sport et de la promotion de la santé :
 - A destination des collaborateurs des entreprises
 - A destination des employés de la fonction publique
 - A destination des particuliers
- Le champ d'action de TrainMe est également en 3 temps
 1. Conseil & accompagnement sur la pratique
 2. Sensibilisation et accompagnement sur la communication
 3. Mesure de l'impact des actions entreprises
- Thibault Deschamps explique que la Fédération Française d'Athlétisme (FFA) a développé une offre destinée aux entreprises, notamment parce que la marche et la course à pied représentent **40% des pratiques physiques des Français**, c'est-à-dire les pratiques les plus accessibles en entreprise. Plus de 12 000 événements de course à pied /marche sont organisés chaque année. La FFA souhaite ainsi s'appuyer sur ce maillage territorial et ces événements (notamment sur les 600 plus importants) pour mobiliser et pousser la notion du sport comme outil de team building et effectuer la promotion du sport en entreprise.

- La course à pied / marche est un sport paritaire, qui ne met pas de barrières à l'entrée. Aussi, c'est **un sport mesurable, qui permet de quantifier l'évolution et le progrès**, utile pour une logique de retour sur investissement.
- Le constat dressé par la FFA est **la nécessité pour un détenteur de droits d'avoir un référent interne** sur la pratique sportive proposée aux entreprises, afin de pouvoir correctement effectuer ce travail de sensibilisation et de lutte contre la sédentarité. Car bien avant de parler de sport, il faut parler de « mise en mouvement », sans viser des sports spécifiques.
- TrainMe a mesuré qu'avant la mise en place de sa solution dans les entreprises, seuls 8% des collaborateurs de celles-ci pratiquaient une activité physique. Ce chiffre grimpe à 50% lorsque la solution TrainMe est adoptée dans les entreprises.
- Cette offre de mesure est rendue possible **grâce au socle digital de la solution et à l'utilisation intelligente de la data**. Cela permet de mesurer l'impact pour le collaborateur (santé, productivité, ...), pour l'entreprise et pour la société civile.
- Face à la croissance du télétravail, TrainMe a aussi du s'adapter et est sollicitée par ses clients pour faire revenir le collaborateur sur le site de travail, notamment via la mise à disposition d'offres sportives.
- Enfin, Decathlon & TrainMe vont à l'automne prochain sortir une étude sur l'APS en entreprise, avec pour objectif d'analyser l'évolution des résultats.

3. Le sport-santé dans un contrat de partenariat sportif : l'héritage voulu par Paris 2024

Avec Fabrice Halipré, Responsable de la filière sport, Allianz
 Thierry Huguenin, Responsable sponsoring & mécénat, La Française des Jeux
 Damien Combredet-Blassel, Directeur délégué impact & héritage, Paris 2024

- **Damien Combredet-Blassel** explique que la thématique de la pratique sportive et du « [bouger plus](#) » est celle qui rassemble un maximum de monde. Pour Paris 2024 il est important de faire des Jeux un accélérateur de la pratique sportive pour l'ensemble des citoyens français.
- Le COJOP s'est entouré d'experts comme l'ONAPS, le collectif « pour une France en forme », le MEDEF, ..., avec l'ambition d'abord d'alerter sur les dangers de la sédentarité, qui apparaît comme une bombe à retardement de santé publique.
- A la suite de la collecte de données, il est nécessaire d'entreprendre des actions à destination principalement des personnes les plus éloignées de la pratique sportive, les plus sédentaires et inactives.
- Ainsi, ont été mis en place par Paris 2024 : Un guide du design actif pour les partenaires des Jeux, un challenge «GoFor30'» des échauffements sur les chantiers des Jeux.
- **Fabrice Halipré** rappelle que le sport fait partie intégrante d'Allianz : Soutien du sport depuis plus de 30 ans, terre d'accueil d'anciens sportifs de haut niveau. Allianz possède d'ailleurs ses propres Jeux Olympiques, depuis 1990 avec plus de 60 pays participants / 1000 inscrits.
- Le but n'est pas de réserver cette pratique sportive aux sportifs aguerris, mais à ceux les plus éloignés de l'APS, et de leur donner cette sensation d'être intégrés à l'équipe.
- **Thierry Huguenin** possède aussi un fort engagement auprès du sport français (40 ans), que cela soit auprès de Paris 2024, des équipes cyclistes Groupama-FDJ et FDJ-Suez, financement d'athlètes via la FDJ Factory.
- L'entreprise est très engagée au niveau du vélo'taff : FDJ rembourse ses salariés ayant recours au vélo, coaching et prévention par les cyclistes pro des équipes FDJ.
- Enfin, il existe des salles de sport sur chaque site ; 30% des collaborateurs parisiens utilisent les infrastructures, 50% à Marseille.

➤ Le COJOP incite ses partenaires à bouger. L'invitation est ouverte, avec volontairement peu de solutions proposées afin de ne pas fermer les possibilités. **C'est dans le cadre du challenge « Go for 30' », pour atteindre la recommandation de l'OMS d'avoir une activité physique minimum de 30 minutes par jour.** En juillet 2023, 4 partenaires ont pour le moment été récompensés. Le but est de mettre en lumière les actions des partenaires et convaincre de l'utilité des offres sportives en entreprise.



- **La Française des Jeux** explique que le design actif installé au siège de l'entreprise a permis de concrètement montrer l'emplacement des escaliers (encore peu connus par l'ensemble des collaborateurs). Cela ne permet pas suffisamment cependant pour inciter au changement de comportement.
- Les différentes actions « sport-santé » peuvent également être **une passerelle avec l'impératif de la protection de l'environnement** (économie d'énergie principalement).
- Enfin, **Damien Combredet-Blassel** explique que le COJOP ne travaille jamais seul, notamment dans cette optique d'héritage. En engageant un maximum de parties prenantes (marques partenaires, ministère, fédérations, institutions, ...), **Paris 2024 cherche à être un maximum visible afin de faire perdurer les actions lancées même après la tenue des Jeux Olympiques & Paralympiques.**
- Le guide du design actif sera prochainement disponible à toute organisation désireuse, même non partenaire de Paris 2024. Enfin, une étude d'impact de l'ensemble des mesures entreprises est souhaitée prochainement.

Conclusion

SPORSORA porte également cette conviction que le sport doit servir les enjeux stratégiques de l'entreprise. **L'APS en milieu professionnel est l'un des outils que le sport et le sponsoring peuvent utiliser pour adresser des enjeux larges et divers : cohésion, attraction des talents, productivité, marque employeur, ...**

Les enjeux et objectifs que nous retenons des interventions de cette matinée sont :

- Le souhait d'une mise en mouvement des salariés, dont ceux principalement les plus sédentaires et peu actifs.
- Simplifier l'accès à l'information existante afin de faciliter la mise en place d'APS par les employeurs
- La sensibilisation est importante notamment au-delà des cercles de « convaincus » ; il est essentiel de toucher les publics les plus éloignés de la pratique.
- Important de mettre en place aujourd'hui les outils pour laisser un héritage post Paris 2024.

Il existe de nombreux outils (guide, méthode de calcul de retour sur investissement, études, offres de sport en entreprise, ...) déjà disponibles à destination des employeurs.

SPORSORA se donne pour objectif de prochainement se faire relais de tous ces outils à travers son [observatoire du sport en entreprise](#), sur sporsora.com



CONTACT

Vincent HILLION

Responsable du développement

vincent.hillion@sporsora.com

06.35.16.98.22