MINISTÈRE
DES ARMÉES
ET DES ANCIENS
COMBATTANTS

Liberté
Égalité
Fraternité

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
DU MINISTÈRE DES ARMÉES
ET DES ANCIENS COMBATTANTS

Paris, le 7 novembre 2024

Le week-end du 11 novembre dédié au Bleuet de France sur tous les terrains du football professionnel

- **Après leur forte mobilisation dans le cadre de la Grande Cause Nationale 2024, la Ligue de football professionnel (LFP) et les clubs de Ligue 1 McDonald's et Ligue 2 BKT s'engagent pour soutenir une cause quasi centenaire, celle du Bleuet de France.**
- **Avec le soutien de Frank Lebœuf, champion du monde 1998 et parrain du Bleuet de France depuis 4 ans, une campagne de communication digitale d'envergure sera lancée dès le 7 novembre 2024 pour célébrer le lien entre la LFP et le Bleuet de France.**

Après leur forte mobilisation dans le cadre de la Grande Cause Nationale 2024, la Ligue de football professionnel (LFP) et les clubs de Ligue 1 McDonald's et Ligue 2 BKT s'engagent pour soutenir une cause quasi centenaire, celle du Bleuet de France.

Depuis dix ans, la LFP et les clubs sont aux côtés du Bleuet de France. Cette œuvre presque centenaire apporte un soutien matériel et humain aux blessés de guerre, soldats en opérations extérieures, familles endeuillées, pupilles de la nation, ainsi qu'aux victimes d'attentats terroristes.

Concrètement, 25 000 bénéficiaires reçoivent une aide du Bleuet de France qui finance également des projets pédagogiques de transmission, pour faire vivre le devoir de mémoire.

En 2024, le Bleuet a notamment financé la préparation et la participation d'athlètes aux Jeux paralympiques de Paris, l'accompagnement de blessés de guerre qui se reconstruisent par le sport, les étrennes des pupilles de la nation, les colis-douceurs pour les résidents d'EHPAD labellisés, les colis pour les soldats projetés en opérations extérieures ou encore des ateliers pédagogiques pour faire vivre le devoir de mémoire.

Dans ce contexte, l'engagement de la LFP et des clubs revêt une double dimension. Il vise à sensibiliser et faire connaître le Bleuet de France et à récolter des fonds pour lui permettre de mener ces nombreux projets. Ainsi, à la veille des commémorations du 11 novembre, le football professionnel français se mobilise tout au long du week-end à l'occasion de la 11e journée de Ligue 1 McDonald's et de la 13e journée de Ligue 2 BKT.

Pour incarner cet engagement, le football professionnel français peut compter sur le soutien de Frank Lebœuf, champion du monde 1998 et parrain du Bleuet de France depuis 4 ans. Engagé dans la campagne de la LFP, il est l'un des visages les plus populaires du Bleuet de France et établit un lien évident entre le Bleuet et le football.

Pour célébrer ce lien, la LFP et les clubs lancent à partir du 7 novembre une campagne digitale d'envergure. À travers un film de sensibilisation intitulé « La Couleur de la Mémoire », un parallèle est créé entre la couleur de la passion, incarnée par les maillots que portent les joueurs sur le terrain et les supporters en tribune, et la couleur de la mémoire, représentée par le bleu, celui du Bleuet de France. Parrain de la campagne, Frank Lebœuf prête sa voix pour accompagner le narratif du film.

Film de la campagne

Ce contenu vidéo sera accompagné par un visuel adapté à chaque compétition et à chaque club. En intégrant les stades de Ligue 1 McDonald's et de Ligue 2 BKT, le visuel, nommé « la fleur de la passion », permettra à chacun de s'approprier la campagne. Inspiré du geste du supporter brandissant une écharpe, cette fois-ci remplacée par la fleur du Bleuet, ce visuel renforce le lien entre le football et le Bleuet de France.

Visuel stade

Ce dispositif complet sur le digital aura pour objectif de donner un très large écho au dispositif terrain à

la visibilité exceptionnelle. Cette année encore, tous les maillots des joueurs seront floqués du Bleuet de France. Pour la première fois, ce flocage sera événementiel. Pour célébrer les 80 ans du Débarquement et de la Libération de la France, une fleur particulière a été développée par le Bleuet de France, Chaque pétale honore les forces alliées (Royaume-Uni, États-Unis, Canada) et un pétale tricolore arbore la croix de Lorraine. Cette fleur est fabriquée dans le centre de la France, dans l'Allier, par un Établissement et service d'aides par le travail (ESAT) qui œuvre pour la réinsertion des personnes en situation de handicap, contribuant ainsi à la lutte contre l'exclusion et contre les discriminations.

Aux côtés des joueurs, les entraîneurs et les arbitres porteront également la fleur tout au long des rencontres. Les diffuseurs de la Ligue 1 McDonald's et de la Ligue 2 BKT se mobilisent eux aussi pour soutenir cette initiative, tout comme l'ensemble des journalistes présents dans les stades qui arboreront la fleur du Bleuet grâce au soutien de l'Union des journalistes de sport en France (UJSF). Les centaines de milliers de spectateurs seront aussi sensibilisés à travers des animations sur les écrans géants des stades et par la voix des speakers.

Ces rencontres seront également un moment exceptionnel pour de nombreux bénéficiaires grâce à la mobilisation de l'Office national des combattants et des victimes de guerre (ONaC-VG). Répartis sur 13 stades, 22 pupilles de la nation ou anciens combattants auront l'honneur de procéder au coup d'envoi fictifs des rencontres. Par ailleurs, plus d'une centaine de bénéficiaires du Bleuet de France seront en tribune pour assister aux matchs.

Visuel entraineur avec fleur

Pour la quatrième saison consécutive, une vente aux enchères exceptionnelle des maillots portés par les joueurs de Ligue 1 McDonald's et de Ligue 2 BKT au cours de ce week-end spécial sera organisée sur le site officiel du Bleuet de France à partir du mercredi 13 novembre 2024. Au cours des trois dernières saisons, ces ventes aux enchères du football français ont permis de collecter plus de 160 000€ au profit du fonds de dotation du Bleuet de France.

Vincent LABRUNE, Président de la LFP
« Je suis très heureux que nous puissions fêter cette année les 10 ans de mobilisation de la LFP et des clubs pour soutenir le Bleuet de France. Au travers de cette action, l'ensemble du football professionnel contribue au devoir de mémoire et de solidarité en direction des familles endeuillées et des bénéficiaires du Bleuet de France. »

Patrick REMM, Président du Bleuet de France
« Le Bleuet de France remercie la LFP, les clubs et les joueurs pour leur mobilisation exceptionnelle qui contribue à développer la notoriété de ce symbole de l'unité nationale. C'est aussi l'occasion d'exercer collectivement notre devoir de mémoire et de l'amplifier grâce au sport le plus populaire de France, le football. »

Frank LEBŒUF, parrain du Bleuet de France
« C'est un grand honneur et une grande fierté de pouvoir unir le monde du football à celui du Bleuet de France. Grâce à sa visibilité, le football professionnel français contribue à mieux faire connaître le Bleuet de France qui a besoin de nos dons pour venir en aide aux soldats blessés, aux familles endeuillées et aux victimes des attentats terroristes. »

Jean-Louis THIERIOT, Ministre délégué auprès du Ministre des Armées et des Anciens combattants
« A bien y penser, le milieu du football et le Ministère des Armées et Anciens combattants ont de nombreux points communs. On retrouve tant du côté des joueurs que des militaires un sens profond du collectif, le goût de l'effort, du défi et de la victoire. La mobilisation du football professionnel autour du Bleuet de France est un témoignage de solidarité et de mémoire fort envoyé au monde combattant. J'espère que les Français seront nombreux, dans les stades ou chez eux, à porter cette fleur qui cultive autant le souvenir de ceux tombés pour la Nation qu'une promesse de fraternité faite à nos blessés. »

En complément de cette action nationale, de très nombreuses initiatives seront portées par les clubs dans leurs territoires :

La saison dernière, le **RC Strasbourg Alsace** a signé un partenariat longue durée avec l'ONaC-VG. Une collaboration qui a permis au club alsacien au cours des derniers mois de réaliser plusieurs actions en faveur du Bleuet de France. Sur ce week-end de mobilisation, le club invitera 20 jeunes pupilles de la Nation et leurs accompagnateurs à assister au match. Deux d'entre eux donneront le coup d'envoi symbolique, et un maillot floqué, signé et porté sera mis aux enchères au profit de l'ONaC-VG. Depuis le début de cette collaboration, les équipes de la Racing Mutest Académie ont visité le camp de concentration de Struthof, et une exposition « Sport et Mémoire » a été organisée avec des ateliers pédagogiques à destination des jeunes du centre de formation.

À l'occasion de la réception du SM Caen, le **FC Metz** déploiera pour la deuxième saison consécutive un tifo du Bleuet de France en Tribune Nord Basse lors de l'entrée des joueurs.

Pour soutenir le Bleuet de France, faites un don sur :
https://don.bleuetdefrance.fr/don/~mon-don

Le Bleuet de France assure depuis la fin de la Première Guerre Mondiale le soutien psychologique, matériel et financier des hommes et femmes qui ont risqué leur vie pour la France, des victimes d'actes terroristes, des soldats blessés en opération extérieure (OPEX), des anciens combattants, des orphelins et des veuves de guerre.

Contacts médias :

Ligue de Football Professionnel
pressoffice@communicationlfp.fr
01 53 65 38 94

Centre médias du ministère des Armées et des Anciens combattants
media@dicod.fr
09 88 67 33 33

Délégation à l'information et
à la communication de la défense
DICoD
Centre médias du ministère des Armées et des Anciens combattants
60, boulevard du général Martial Valin
CS 21623 - 75009 Paris Cedex 15