



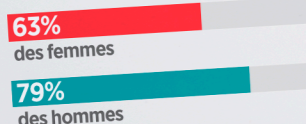
LE FOOTBALL, VECTEUR DE LIEN SOCIAL POUR 8 FRANÇAIS SUR 10

Partenaire de la FFF depuis 1974, le Crédit Agricole fête cette année 50 ans d'un engagement qui a débuté auprès du football amateur. Alors que l'Équipe de France masculine se prépare à partir pour l'Allemagne, le Crédit Agricole a souhaité évaluer l'impact du football et de sa pratique auprès des Français, ainsi que son importance en tant que vecteur de lien social. Des résultats révélateurs de la popularité de ce sport !

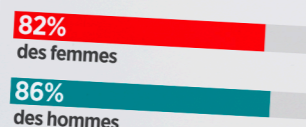
LE FOOTBALL, UN SPORT QUI RASSEMBLE GRÂCE À SON IMMENSE POPULARITÉ



71% des Français déclarent discuter de football avec leur entourage au moins de temps en temps.



Un chiffre encore plus élevé pour les 16-24 ans et avec nettement moins d'écart entre hommes et femmes.



54% déclarent regarder régulièrement les matchs de l'Équipe de France lors des grandes compétitions.

35% se disent supporters d'un club de foot professionnel.

32% déclarent posséder une écharpe ou un maillot.

50% des Français déclarent avoir déjà assisté à un match de football amateur dans un stade.

24% des Français déclarent être supporters d'un club de football amateur.

SA PRATIQUE EST UN VECTEUR DE LIEN SOCIAL ET D'INCLUSION



Plus de 20 millions de Français jouent actuellement au football ou y ont joué par le passé (43% de la population de plus de 16 ans).

Près de 8 Français sur 10

pensent que le football permet de rassembler des personnes issues de milieux sociaux différents (77%) ou de différentes cultures et origines (79%).

Les parents d'enfants jouant au football en club voient dans ce sport une véritable école de la vie qui permet aux enfants :

- d'apprendre la vie en communauté (91%)
- d'apprendre à respecter les autres (90%).



77% des Français considèrent que le foot féminin est de plus en plus visible.

ET LE CRÉDIT AGRICOLE DANS TOUT ÇA ?

Un soutien fort :

73%

des pratiquants réguliers se souviennent avoir bénéficié d'un équipement siglé Crédit Agricole (maillot, chasuble, ballon...).

Un soutien utile :

Le soutien du Crédit Agricole au football contribue à l'animation des territoires et au maintien de la vie locale pour

70% des Français

et favorise le lien social pour **62% des Français.**



Pour le Crédit Agricole, Ipsos a mené une enquête du 22 avril au 3 mai 2024 auprès d'un échantillon de 2000 personnes représentatives de la population française, avec un focus spécifique sur deux sous-populations clés : les personnes pratiquant le football régulièrement (au moins une fois par mois) et les parents et grands-parents d'enfants pratiquant le football en club.

