



FOOTBALL SOCIAL RESPONSIBILITY

PLAN STRATÉGIQUE **FSR 2024** - ROYAL CHARLEROI SPORTING CLUB



SOMMAIRE

01

Résumé du management
page 1

02

Bref historique
page 3

03

Mission et vision du
fonctionnement community
page 5

04

Identification des ambitions et
partenaires sociaux
page 7

05

Aperçu des actions sociales
page 15



01

RÉSUMÉ DU MANAGEMENT

RÉSUMÉ DU MANAGEMENT

Depuis de nombreuses années, le Sporting de Charleroi s'est donné pour mission d'être un acteur majeur de la communauté du Grand Charleroi. Jusqu'aujourd'hui, deux axes ont guidé les nombreux projets et l'action du club en matière de Responsabilité Sociale et Sociétale :

- La création et le rôle de la Fondation du Sporting de Charleroi, qui récolte des fonds afin de venir en aide à des publics précarisés, aux mineurs protégés et aux personnes porteuses de handicap.
- La gestion de l'aspect "community", au travers duquel le Sporting de Charleroi s'implique dans divers projets sociétaux.

Depuis 2022, le club a structuré son approche FSR en définissant une vision et une roadmap claires.

1. Le club souhaite promouvoir **les valeurs d'inclusion, de transparence, d'excellence et de responsabilité** vis-à-vis de l'écosystème Carolo, en le matérialisant à travers de nombreux projets et initiatives.
2. Sur base de ses valeurs et d'une analyse SWOT, le club a défini 3 priorités capitales afin de réaliser les ambitions FSR du club:
 - a. **Mobiliser** en interne et mieux communiquer en externe
 - b. **Récolter des fonds** pour la Fondation
 - c. **Soutenir les communautés** (i.e. projets sociaux, sociétaux et environnementaux)
3. Le club a défini 6 piliers stratégiques qui visent à réaliser l'ambition de "**soutenir les communautés**"
 - a. Pilier 1 : Égalité et inclusion
 - b. Pilier 2 : Lutte contre le racisme et la discrimination
 - c. Pilier 3 : Protection et bien-être des enfants et des jeunes
 - d. Pilier 4 : Football pour tous
 - e. Pilier 5 : Protection de l'environnement
 - f. Pilier 6 : Lutte contre le Cancer et les maladies
4. Chacun de ces piliers a été traduit dans un **plan articulé de différentes initiatives**, mesurables et planifiées dans le temps, visant à assurer un suivi et une transparence optimale pour la réussite de celles-ci
5. **La cellule FSR du club** est désormais composée de 4 personnes employées du club et occupant d'autres fonctions et 1 bénévole à mi-temps.



02

BREF HISTORIQUE

BREF HISTORIQUE

Depuis la reprise du club en 2012, le Sporting de Charleroi s'est toujours montré très actif et impliqué dans l'impact social et sociétal qu'il peut avoir dans la région et ses communautés. Cet impact s'est matérialisé principalement autour de 2 projets distincts:

- La création et le rôle de la Fondation du Sporting de Charleroi. Cette ASBL est supervisée par la Direction du club en direct, et est animée activement par Karine V. (bénévole et sous-directrice d'école). D'une part, la Fondation récolte des fonds tout au long de l'année via divers événements et actions ciblées (e.g. Gala annuel, collecte de pièces dans le stade, ...), et d'autre part elle soutient plusieurs projets venant en aide à des publics précarisés, aux mineurs protégés, et aux personnes porteuses de handicap. Cette aide est apportée soit par un financement généreux, soit par des actions organisées (e.g. chasse aux œufs de Pâques, distribution de produits alimentaires et d'hygiène, cours de remédiation scolaire hebdomadaire, soutien aux tournois de l'équipe de Cécifoot).
- Toutes les associations liées à notre fondation se retrouvent [ici](#).
- La gestion de l'aspect "community" à travers une collaboration entre le club et la cellule "Fan Coaching" de la ville de Charleroi (subsidée par le Service Public Fédéral Intérieur dans le cadre du Plan Stratégique de Prévention et de Sécurité). La mission du Fan Coaching du Sporting de Charleroi se concentre sur la prévention de la violence lors des matches, ciblant le noyau dur des supporters et les clubs actifs et pacifiques, tout en assurant un rôle de médiation avec les riverains et les autorités de sécurité. En partenariat avec les services de sécurité, il encadre préventivement les supporters lors des matches à domicile et à l'extérieur, notamment pour les matches à risque. D'autres projets spécifiques sont également menés par le Fan Coaching, Fancoaching en collaboration avec la Cellule Football du S.P.F.I. et la Pro League.

A travers ces deux entités, beaucoup de projets ont été réalisés (cfr. plus de détails à la Section 9 du présent document).

Depuis 2022, le club a structuré son approche FSR en définissant une vision et une roadmap de projets. La cellule FSR du club est désormais composée de 4 personnes employées du club et occupant d'autres fonctions et 1 bénévole à mi-temps.



03

MISSION ET VISION DU
FONCTIONNEMENT
COMMUNITY

MISSION ET VISION DU FONCTIONNEMENT COMMUNITY

Depuis de nombreuses années, le Sporting de Charleroi s'est donné pour mission d'être un acteur majeur de la communauté du Grand Charleroi. Ce soutien se matérialise à travers de nombreux projets et initiatives qui visent à promouvoir les valeurs d'inclusion, de transparence, d'excellence et de responsabilité vis-à-vis de l'écosystème Carolo.

A travers ce document, le club souhaite matérialiser des valeurs, des objectifs et des projets qui, pour certains, sont déjà menés depuis des années, mais n'ont jamais pu être cristallisés dans une vision claire et articulée. Ce document est donc le résultat d'une vision et d'un engagement réel du club au sein de sa communauté.

Dans les mois qui viennent, et ce tous les deux ans, le Sporting de Charleroi fournira une mise à jour de ce plan stratégique FSR, qui sera validé par le Conseil d'Administration et sera supervisé/implémenté par le Comité de Direction.

Uefa Club Licensing System & FSR criteria - 2023:

UEFA FSR CRITERIA	VALEUR RCSC	PILIERES FSR
FSR Club Strategy	Contenu de ce document	
Anti-racism	Inclusion	Pilier #2
Football for all abilities	Inclusion	Pilier #4
Child & Youth protection and welfare	Inclusion	Pilier #3
FSR Club Officer	Cfr. organigramme de ce document (section 4)	
Environmental protection		Pilier #5
Equality & inclusion	Inclusion	Pilier #1



04

DENTIFICATION DES
AMBITIONS ET
PARTENAIRES SOCIAUX

DENTIFICATION DES AMBITIONS ET PARTENAIRES SOCIAUX

Sur base de sa mission et vision FSR, ainsi que sur base des résultats de l'analyse SWOT, le Sporting de Charleroi a défini 3 priorités capitales afin de réaliser les ambitions FSR du club:

- Mobiliser en interne et mieux communiquer en externe
- Récolter des fonds pour la Fondation
- Soutenir et financer des projets sociaux, sociétaux et environnementaux

#Mobilisation #Communication

- Communiquer sur nos objectifs FSR au sein du club pour mobiliser
- Communiquer sur nos actions et initiatives en externe pour conscientiser (i.e. Relayer notre plan FSR via une campagne de communication claire et illustrée)

#Fondation : Collecte de Fonds

Organisation d'activités diverses pour collecter des fonds, afin de subsidier les financements FSR selon l'objet social de la Fondation du Sporting de Charleroi. La Fondation s'insère dans le tissu social de Charleroi en collaborant et en aidant de nombreuses associations : L'A.S.B.L le 26, l'A.S.B.L Reumonjoie, l'A.S.B.L Faim et Froid, les restos du Coeur, le C.P.A.S de Charleroi, le Centre André Focant, la Croix Rouge section de Jumet, Home "l'Accueil" à Gosselies.

Actuellement, la Fondation peut soutenir des projets venant en aide aux personnes porteuses de handicap.

- **Gala de la Fondation du Sporting de Charleroi**
 - Pilier Stratégique: #0 Collecte de Fonds pour la Fondation
 - Objectif: La Fondation du Sporting de Charleroi organise chaque année un Gala prestigieux pour récolter des fonds afin de financer les nombreux projets philanthropiques contenus dans ce document. Cette organisation permet d'attirer 300 convives qui souhaitent faire des dons, de plusieurs façons, la Fondation (repas, tombola, dons, etc.)
 - Partenaires sociaux: /

- **Opération tirelire**

- Pilier Stratégique: #0 Collecte de Fonds pour la Fondation
- Objectif: Plusieurs fois par an, le Sporting organise une collecte de fonds “de petites pièces” auprès des supporters. La dernière occasion en date fut lors du match contre la Gantoise le 5/11/23
- Partenaires sociaux: /

- **Opération parrainage d'un sac de vivres**

- Pilier Stratégique: #0 Collecte de Fonds pour la Fondation
- Objectif: Dans le cadre des journées partenaires, il est proposé aux participants de parrainer un ou plusieurs sacs de vivres. Une moyenne d'une centaine de sacs ont été parrainés.
- Partenaires sociaux: /



Gala de la Fondation du Sporting de Charleroi



Opération tirelire



Option de parrainage de sac de vivres

#Piliers 1-6 : Soutien aux communautés

Le Sporting de Charleroi en collaboration avec le Fancoaching de la Ville de Charleroi et la Fondation du Sporting de Charleroi, travaillent sur 6 piliers stratégiques, qui sont décrits ci-dessous

• **Pilier 1: Égalité et inclusion**

Le Sporting de Charleroi s'investit pleinement dans des initiatives visant à promouvoir l'égalité et l'inclusion au sein de la communauté. En participant activement au projet Younited, le club offre un soutien matériel et socio-professionnel à une équipe de football composée en majorité de personnes précarisées. Il collabore également avec le réseau EFDN pour encourager le football en tant qu'outil de développement social.

Le club organise régulièrement des actions humanitaires, notamment la distribution de vivres et de produits d'hygiène aux personnes dans le besoin. Lors de ces distributions des petits déjeuners sont offerts. Le club a également financé et mis en place une "wash mobile", pour garantir une hygiène de vie aux personnes précarisées. En collaboration avec les supporters, des actions comme la récolte de matériel scolaire pour la rentrée des classes et la distribution de nounours pendant les fêtes sont menées pour soutenir les enfants défavorisés.

Au-delà du football, le Sporting de Charleroi cherche à laisser un héritage significatif en engageant des actions culturelles telles que "Charleroi c'est toi que je préfère", qui inclut le guidage des visiteurs du stade par des fans engagés et le développement d'une collection patrimoniale regroupant des archives, des images, des maillots et des drapeaux du club. Ces initiatives reflètent l'engagement continu du club en faveur de l'égalité, de l'inclusion sociale et du bien-être de la communauté.

• **Pilier 2: Lutte contre le racisme et la discrimination**

Le Sporting de Charleroi s'engage résolument dans la lutte contre le racisme et la discrimination en mettant en place des projets impactants. Chaque année, le centre de formation participe à la formation « Come Together », dispensée par la fédération, pour sensibiliser et prévenir les discriminations au sein du football. Cette initiative vise à instaurer des valeurs d'égalité et de respect au cœur du club.

Lors de chaque match à domicile, le Sporting utilise son annonce micro pour souligner son engagement ferme contre le racisme. Cette action contribue à sensibiliser le public et renforce le positionnement du club contre le racisme. Le club participe également activement à des initiatives nationales, comme la participation sur la lutte contre l'homophobie dans le football. En collaboration avec la ProLeague, le fan coaching joue un rôle essentiel dans cette initiative, contribuant à une réflexion collective sur le rôle du football dans la promotion de l'inclusion et de la diversité. Dans une démarche de formalisation de ses engagements, le Sporting de Charleroi travaille à l'élaboration d'un code éthique et de bonne gouvernance. Ce document consolidera les bonnes pratiques internes, renforçant ainsi la lutte contre le racisme et la discrimination au sein de l'organisation.

En parallèle, le club participe à des projets éducatifs, comme le parcours pédagogique à la caserne Dossin, visant à sensibiliser et éduquer contre les comportements discriminatoires dans le cadre du football. Ces actions témoignent de l'engagement continu du Sporting de Charleroi en faveur de l'inclusion et de la diversité.

Enfin, depuis Avril 2024, la Fondation participe projet "la Méthode MBO MPENZA" qui lutte contre la discrimination. Ce projet, porté par l'ancien Diable Rouge, repose sur 3 axes essentiels : 1/ la sensibilisation, 2/ l'éducation et 3/ l'action.

- **Pilier 3: Protection et bien-être des enfants et des jeunes**

Le Sporting de Charleroi place la protection et le bien-être des enfants et des jeunes au cœur de ses initiatives, assurant ainsi un environnement propice à leur épanouissement. Le club investit significativement dans son centre de formation, proposant un parcours de foot-étude à plus de 250 jeunes en partenariat avec 4 écoles et 1 internat. Le club prend en charge les éducateurs, les transports, et aménage les horaires pour concilier harmonieusement formation élite de football, besoins scolaires et familiaux.

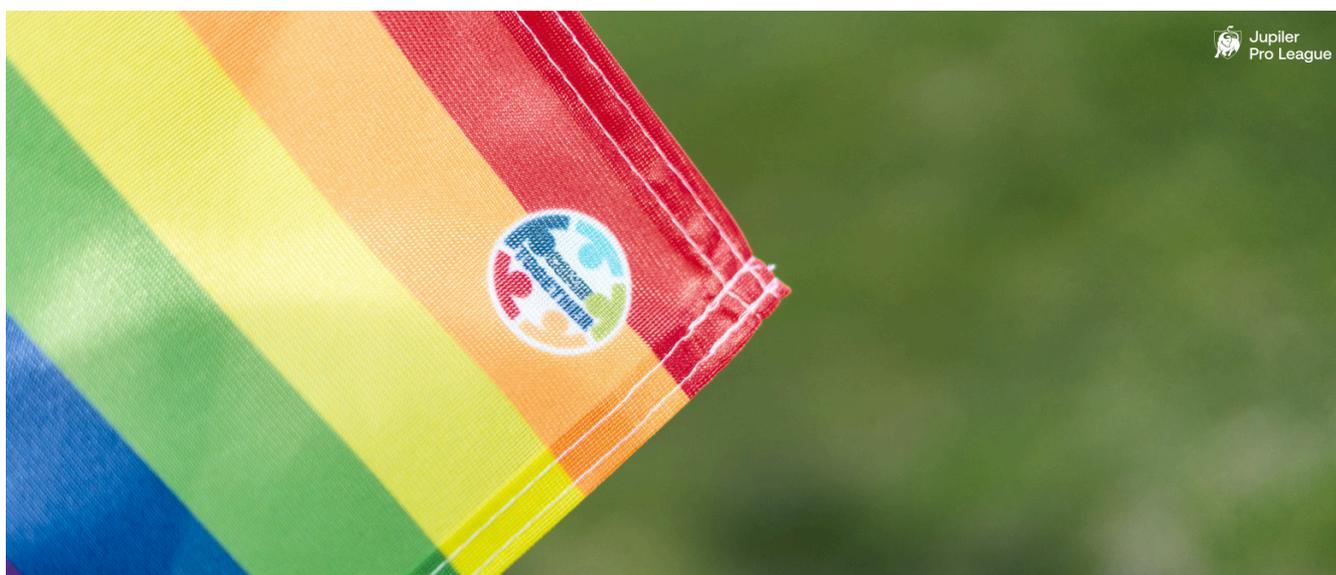
Le Sporting de Charleroi collabore également sur plusieurs projets avec l'école Le Soleil Levant, une école pour jeunes filles porteuses de handicap. Cette collaboration se fait notamment en accueillant des élèves en stage, dans différents domaines: Secteur Habillement et Arts Appliqués pour réaliser des inventaires de vêtements, Secteur Hôtellerie pour de l'aide en cuisine, ... Le Sporting de Charleroi a même engagé une élève à la fin de son stage. Enfin, le Sporting met à disposition ses infrastructures pour le défilé annuel de la section "habillements", durant lequel les élèves peuvent présenter les tenues réalisées dans le cadre du cours de sérigraphie et de couture.

Dans le cadre du soutien scolaire, le Sporting de Charleroi organise des cours gratuits en mathématiques, sciences et langues pour les jeunes du secondaire ainsi que pour les élèves de primaire. Ces cours, dispensés par des enseignants, ont lieu au stade les mercredis après-midis, les frais étant entièrement pris en charge par le club. Le Sporting de Charleroi s'engage également à rendre le football accessible aux jeunes en fixant des tarifs avantageux. La gratuité est offerte aux moins de 8 ans, et les moins de 12 ans bénéficient d'un tarif réduit de 5€. De plus, le club offre des places gratuites à tous les jeunes de moins de 16 ans munis de la carte de riverain de la ville de Charleroi. En soutenant le projet pilote du Lycée Voyage, le Sporting de Charleroi offre son soutien logistique en mettant à disposition ses locaux et matériels. Ce projet novateur, coordonné par Éduquer Demain, propose une approche d'apprentissage basée sur le voyage pour les jeunes de 14 ans et plus. Le club a accueilli avec enthousiasme la première édition du Lycée Voyage en septembre 2022, soulignant son engagement en faveur de l'éducation innovante et de l'épanouissement des jeunes.

- **Pilier 4: Football pour tous**

Le Sporting de Charleroi s'illustre par son engagement sans faille dans l'inclusion, mettant le football à la portée de tous. Des tournois handifoot et une équipe de cécifoot bénéficient des installations et du soutien logistique du club, brisant les barrières pour les personnes en situation de handicap visuel. La gratuité des matches à domicile est offerte aux Personnes à Mobilité Réduite, soulignant l'accessibilité du club.

Le Sporting va au-delà des terrains en parrainant l'ASBL Alternative 21 et en envisageant des collaborations innovantes, telles que le ramassage des déchets par un groupe de patients d'un centre psychiatrique. Le club s'investit également dans le Football Kick-Off, un événement majeur du handifoot, démontrant son engagement constant envers une pratique inclusive du football, accessible à tous, y compris ceux avec un handicap mental ou moteur. Ces actions concrètes témoignent de l'impact positif du Sporting de Charleroi dans la promotion du "Football pour Tous".



- **Pilier 5: Protection de l'environnement**

Le Sporting de Charleroi s'engage résolument dans des initiatives respectueuses de l'environnement, démontrant son leadership en matière de durabilité. La gestion des déchets a subi une transformation majeure, avec la mise en place d'îlots de tri sur tous les sites du club. Des formations ont été dispensées à l'ensemble du personnel, instaurant une conscience accrue de la nécessité du recyclage.

En vue de réduire son empreinte carbone, le Sporting prévoit d'électrifier une grande partie de sa flotte de véhicules d'ici 2025, remplaçant ainsi les véhicules thermiques. Cette transition vers des véhicules hybrides illustre l'engagement du club en faveur de modes de transport plus durables.

Le club va plus loin en planifiant la construction d'un nouveau complexe d'entraînement en 2025-26. Ce projet ambitieux se concentre sur l'utilisation de matériaux durables, tels que l'isolation avec des produits de Gramitherm, et la création d'une structure accessible par les transports publics, renforçant ainsi l'exemplarité environnementale.

Le Sporting de Charleroi va également construire un nouveau stade moderne et multifonctionnel, soumis à des normes environnementales rigoureuses, avec une utilisation de matériaux respectueux de l'environnement et des accès facilités par les transports publics. En parallèle, le club explore l'utilisation de gobelets réutilisables lors des matches à domicile, témoignant de son engagement à réduire les déchets plastiques et à promouvoir des alternatives durables. Ces initiatives globales définissent le Sporting de Charleroi comme un acteur majeur du sport respectueux de l'environnement.

- **Pilier 6: Lutte contre le Cancer et les maladies**

Au vu de la notoriété et visibilité du club, nous pensons également avoir un rôle à jouer dans la prévention des maladies et dans la lutte contre ce fléau qu'est le cancer. Concernant la lutte contre l'alcoolémie, le Sporting vise à conscientiser ses supporters quant à la consommation d'alcool à l'intérieur du périmètre du stade, par le biais de diverses campagnes. Celles-ci ont pour but d'éviter certains excès, qui peuvent mettre en danger la sécurité de tous les supporters, ainsi que celle de la société en général.

Chaque année, le Sporting de Charleroi soutient le Télévie, une opération caritative au profit de la lutte contre le Cancer, en leur reversant une partie du prix des tickets vendus lors d'un match à domicile. De plus, le Sporting met également en vente des sacs réutilisables aux couleurs du Télévie, dont les bénéfices sont également reversés à l'organisation.

En plus de cela, depuis plusieurs années, le club soutient la recherche sur le cancer du sein par le biais la campagne "Octobre Rose", en collaboration avec ThinkPink. Ce partenariat permet, tout au long du mois d'octobre, de sensibiliser et de soutenir les personnes touchées de près ou de loin par ce cancer très agressif, qui touche près d'une femme sur neuf en Belgique. En 2023, le Sporting de Charleroi a décidé de mettre en place diverses actions de soutien, comme le versement d'1€ par ticket à l'occasion du match contre l'Antwerp (25/10), le soutien aux actions du groupe de supporters 100% féminin les "Wallon's Girls" (e.g. vente de bics et de rubans roses), et la mise en avant de femmes dans le stade et dans la communication sur les réseaux pour sensibiliser à la cause.

Enfin, en 2023, le Sporting s'est également associé au Grand Hôpital de Charleroi, par le biais de l'organisation "Maison Mieux Être", dans le cadre de la campagne Movember. Cette action s'intéresse aux cancers qui touchent le plus les hommes (e.g. prostate, testicules). Ainsi, tout au long du mois de novembre, le club a tenu à sensibiliser son public au dépistage de deux des cancers les plus mortels chaque année dans notre pays.

A l'occasion de la réception de Westerlo (25/11), le club s'est engagé à reverser 1€ par ticket vendu au profit de la recherche contre le cancer. Le Sporting a également publié des contenus mettant en scène les joueurs du club, qui ont relevé le challenge de la moustache. L'association Maison Mieux Etre a également bénéficié d'une énorme visibilité via le club, et d'apport en sponsoring via des partenaires du Sporting.





05

APERÇU DES ACTIONS SOCIALES

APERÇU DES ACTIONS SOCIALES

Opération tirelire

- Pilier Stratégique: #0 collecte de fonds pour la fondation
- Objectif (incl. groupe cible): Chaque année, la fondation opère une séance de récolte de fonds appelée “opération tirelire” pour récolter un maximum de fonds reversée à la fondation. Ensuite ces fonds sont reversés pour les différentes activités de la fondation lorsque du nouveau matériel ou des déplacements doivent être effectués.
- Partenaires sociaux:
- Fréquence: 1 fois par saison
- KPI:

AMO Cité de l'Enfance Charleroi - Tacle aux Préjugés

- Pilier Stratégique: #1 Égalité et inclusion
- Objectif (incl. groupe cible): utiliser le football pour sensibiliser des jeunes (75 jeunes de diverses communes de la périphérie de Charleroi + 1 MENA (mineur étranger non-accompagné)), bénéficiaires encadrés par des services de la jeunesse, à la problématique de la discrimination.
- Partenaires sociaux: l'AMO Tudijeunes et la fan coaching de la Ville de Charleroi
- Fréquence: one-shot

Younited

- Pilier Stratégique: #1 Égalité et inclusion
- Objectif (incl. groupe cible): s'impliquer dans la structure sociale Younited de l'Union Belge de Football (RBFA), destinée aux personnes précarisées, majoritairement sans-abris. Ces dernières années, le Fancoaching de la Ville de Charleroi s'est investi pour organiser cet événement à Charleroi, et cela a rencontré un franc succès. Le club s'investit chaque année dans ce projet, au niveau logistique (fourniture d'équipements complets, de chaussures et d'infrastructures), ainsi qu'en mettant en contact les joueurs Pros avec l'équipe de Younited, réalisant ainsi une passerelle entre les deux équipes et permettant au public ciblé par le projet de se sentir intégré. Tel le slogan de la Younited => My Team / My Home. De plus, les joueurs de l'équipe Younited bénéficient de tickets pour aller voir chaque match à domicile de l'équipe A. Chaque année, le club participe à “l'action de Noël”, organisée par la Pro League, qui met en vente aux enchères un maillot floqué et porté du club. En 2024, le club crée une page entièrement dédiée à l'équipe Younited en mettant chaque joueur de son équipe en avant comme l'équipe première. L'équipe Younited participe à de nombreux tournois de foot au long de l'année que la cellule communication s'occupe de couvrir et de relayer sur les réseaux. Avec Younited, le club espère pouvoir intégrer plusieurs membres de l'équipe dans le milieu professionnel et redonner une nouvelle chance à ces joueurs.

- Partenaires sociaux: Younited (Marine Poliart, responsable Younited région wallone), CPAS de Charleroi (Isana Laachari T1, Rochdi Boukhliq T2, Cedric Vandeplass T3), Pro League et RBFA
- Fréquence: récurrent
- KPI: nombre d'heures de contact avec les joueurs professionnels, membres de personnel dédié à l'équipe, nombre de participants aux activités, nombre de publications sur les réseaux sociaux, nombre de personnes qui se réinsèrent socialement..



Wash mobile

- Pilier Stratégique: #1 Égalité et inclusion
- Objectif (incl. groupe cible): le Sporting de Charleroi a financé la Wash mobile, afin de permettre aux sans-abris et aux personnes vivant dans la précarité d'avoir une bonne hygiène de vie en permettant de laver leurs vêtements.
- Partenaires sociaux: /
- Fréquence: one-shot
- KPI: Nombre de personnes ayant utilisé la Wash mobile, durée totale de l'action, personnel mobilisé.

Rentrée des classes

- Pilier Stratégique: #1 Égalité et inclusion
- Objectif (incl. groupe cible): En collaboration avec les groupes des supporters du Sporting de Charleroi, le club organise une récolte de matériel scolaire pour la rentrée des classes des enfants précarisé de Charleroi. Cette action a lieu dans le stade au mois d'août.
- Partenaires sociaux: les groupes de supporters du Sporting de Charleroi (le 12e Homme)
- Fréquence: récurrent
- KPI: quantité totale de matériel, Nombre d'enfants servis en matériel scolaire, Personnel mobilisé

Distribution de vivres

- Pilier Stratégique: #1 Égalité et inclusion
- Objectif (incl. groupe cible): plusieurs fois sur l'année, le Sporting de Charleroi vient en aide aux personnes dans la précarité et aux sans-abri afin de leur permettre d'avoir accès à des biens de première nécessité comme de la nourriture, de l'eau et des produits d'hygiène. Le club organise une collecte et ensuite, distribue les vivres au sein même du stade, dans la T3. Grâce à cette action, le Sporting montre son soutien envers les personnes démunies.
- Partenaires sociaux: N/A
- Fréquence: les collectes de vivres ont lieu en moyenne trois fois par an.
- KPI: 200 colis sont offerts à chaque distribution. Plusieurs tonnes de vivres sont distribuées chaque année. Une équipe de 12 bénévoles est mobilisée à chaque distribution.



Nounours Party

- Pilier Stratégique: #1 Égalité et inclusion
- Objectif (incl. groupe cible): En collaboration avec les groupes des supporters du Sporting de Charleroi, le club organise une récolte de nounours suit sont ensuite offerts durant les fêtes de fin d'année à des enfants défavorisés de la région. Cette action a lieu dans le stade au mois de Décembre.
- Partenaires sociaux: CPAS de la Ville de Charleroi, les groupes de supporters du Sporting de Charleroi (le 12e Homme)
- Fréquence: récurrent (dernière organisation en décembre 2021).
- KPI: Nombre de nounours récoltés, Nombre d'enfants qui ont reçu un nounours, Personnel mobilisé

Païri Daiza pour mamans et enfants en foyer

- Pilier Stratégique: #1 Égalité et inclusion
- Objectif (incl. groupe cible): Prise en charge du déplacement en train + des entrées à Païri Daiza pour 32 mamans et 16 enfants
- Partenaires sociaux: ABSL le 26 (Foyer d'accueil, d'hébergement et d'accompagnement pour femmes en difficultés sociales)
- Fréquence: one-shot (Avril 2023)
- KPI: # invitations et trajets payés

Réchauds pour sans-abris

- Pilier Stratégique: #1 Égalité et inclusion
- Objectif (incl. groupe cible): Prise en charge de 50 réchauds pour les personnes sans abri.
- Partenaires sociaux: Croix Rouge de Belgique/ Section de Jumet.
- Fréquence: one-shot (Juillet 2023)
- KPI: nombre de réchauds achetés

Journée international des droits des femmes

- Pilier Stratégique: #1 Égalité et inclusion
- Objectif (incl. groupe cible): Le RCSC a tenu à mettre à l'honneur ses supportrices à l'occasion de la réception du Cercle de Bruges, le 8 mars dernier. Pour ce match, le club a fait un choix fort : toutes les femmes souhaitant assister à ce match ont pu bénéficier d'un ticket gratuit. De plus, les enfants de moins de 12 ans, garçons ou filles, ont également pu venir gratuitement. Concernant les hommes, ceux-ci ont pu profiter d'une réduction importante sur les places, qui leur ont été vendues au prix de 5€.
- Partenaires sociaux: ?
- Fréquence: 1x/an, autour de la date officielle.
- KPI: Nombre de places femmes vendues, Nombre de places totales vendues.

Come Together

- Pilier Stratégique: #2 Lutte contre le racisme et la discrimination
- Objectif (incl. groupe cible): Come Together est le plan d'action mis en place par l'Union Belge et qui a pour but de tacler la discrimination, toujours bien présentes dans les stades de Pro League. Cette campagne vise à pouvoir signaler des comportements haineux et discriminants lors des matchs de football. De plus, il est également possible de signaler des propos injurians postés sur internet. Le RCSC, à l'instar de tous les clubs de première division féminine, a participé à des workshops ayant pour but de sensibiliser les clubs à la problématique. Ces formations permettent d'apprendre à gérer certaines situations de discriminations et de pouvoir réagir lorsque celles-ci se présentent.
- Partenaires sociaux: Union Belge de football, ACFF.
- Fréquence: Annuellement
- KPI:

Kazerne Dossin

- Pilier Stratégique: #2 Lutte contre le racisme et la discrimination
- Objectif (incl. groupe cible): Dans le cadre d'un match de football, il peut malheureusement encore se passer des faits de discrimination, envers le personnel ou les joueurs d'un club de football. C'est pourquoi la Pro League, en collaboration avec la cellule de Fan Coaching (de la Ville de Charleroi), a décidé de sanctionner les auteurs de ces faits avec une approche plus pédagogique. Le but est d'effectuer une visite guidée de la Kazerne Dossin, située à Malines et dont le musée retrace le rôle de la caserne militaire durant la seconde guerre mondiale. A l'issue de cette visite, les supporters concernés doivent écrire un rapport de réflexion, devant traduire une prise de conscience des actes qu'ils ont commis et de leur gravité.
- Partenaires sociaux: Pro League & Kazerne Dossin
- Fréquence: one-shot
- KPI: nombre de supporters concernés, résultats des rapports à rendre, taux de récurrence, Personnel mobilisé.

Mettons la violence hors jeu

- Pilier Stratégique: #2 Lutte contre le racisme et la discrimination
- Objectif (incl. groupe cible): En collaboration avec l'ACFF, la Fédération Wallonie Bruxelles et la Ville de Charleroi, le RCSC tend à conscientiser ses supporters quant à la violence dans les stades, mais aussi au sein du football amateur. Le Sporting a organisé une formation de sensibilisation de gestion de la violence, conjointement avec l'ACFF. De plus, le RCSC participe à Trait Rouge, une action qui aura lieu les 6 et 7 avril sur tous les terrains de football en Belgique.. Tous les acteurs du football (supporters, joueurs, entraîneurs, arbitres,..) sont invités à arborer un trait rouge au niveau du visage afin de marquer leur engagement contre la violence. Concernant cette action, le Sporting de Charleroi s'est équipé d'un kit reprenant divers objets tels que des bâches, des posters et des sticks de couleur rouge.

- Partenaires sociaux: Ville de Charleroi, ACFF, Fédération Wallonie-Bruxelles
- Fréquence: Annuellement
- KPI: Nombre de formations, Personnel Mobilisé, Nombre d'incidents liés à la violence, Nombre de formateurs impliqués

Prévention de la maltraitance

- Pilier Stratégique: #2 Lutte contre le racisme et la discrimination
- Objectif (incl. groupe cible): Tous unis contre la violence faites aux femmes est une action qui a été entreprise en partenariat avec l'association Soroptimists et le club. Ainsi des flyers de sensibilisation ont été distribués à l'entrée du stade pour communiquer sur les best practices à entreprendre lorsque quelqu'un est victime de maltraitance.
- Partenaires sociaux: Soroptimists
- Fréquence: 1 match cette saison contre l'USG
- KPI: Distribution de 5000 signets

Méthode Mbo Mpenza

- Pilier Stratégique: #2 Lutte contre le racisme et la discrimination
- Objectif (incl. groupe cible): Le projet "la Méthode MBO MPENZA", porté par l'ancien Diable Rouge, repose sur 3 axes essentiels : 1/ la sensibilisation, 2/ l'éducation et 3/ l'action. Ayant lui même été victime de discrimination durant sa carrière, Mbo Mpenza souhaite à travers ce projet éduquer et informer sur les différents aspects de discrimination. Les valeurs transmises aux jeunes seront mises en pratique sur un terrain de foot et dans leur vie quotidienne. Le Home "Trait d'union" à Marchienne-au-Pont pour mineurs protégés participe au projet. La Fondation du Sporting de Charleroi soutient financièrement ce projet, et logistiquement: car Mbo Mpenza se rendra d'abord au sein de l'institution pour sensibiliser les jeunes, mais ensuite un grand tournoi sera organisé le 19 mai 2024 au centre d'entraînement des Diables rouges à Tubize. Cette journée rassemblera 300 jeunes.
- Partenaires sociaux: Mbo Mpenza
- Fréquence: one-shot (19 mai 2024)
- KPI: Financement du projet

Fanday

- Pilier Stratégique: #3 Protection et bien-être des enfants et des jeunes
- Objectif (incl. groupe cible): chaque année, le Sporting de Charleroi organise une journée pour les supporters et les enfants : le fan day. Le club met ainsi en avant ses supporters en leur offrant la possibilité d'interagir avec nos joueurs et de mieux connaître certains de nos partenaires grâce à plusieurs stands. Les enfants ont l'occasion de participer à des jeux ludiques avec les joueurs mais aussi aux différents stands présents (simulations, lots à gagner,..). Notre fondation et le 12ème ont également un stand d'information. Cette journée est centrée sur le partage et la bienveillance.

- Partenaires sociaux: les groupes de supporters du Sporting de Charleroi (le 12e Homme)
- Fréquence: récurrent
- KPI: Nombre d'enfants présents, Activités spéciales pour les enfants, Personnel mobilisé



Distribution de jouets pour la Saint Nicolas

- Pilier Stratégique: #3 Protection et bien-être des enfants et des jeunes
- Objectif (incl. groupe cible): le Sporting de Charleroi a distribué des jouets aux enfants placés (mineurs protégés) à l'occasion de la Saint Nicolas
- Partenaires sociaux: Home "L'Accueil" à Gosselies
- Fréquence: one-shot (Décembre 2023)
- KPI: Cadeaux offerts

Soutien scolaire

- Pilier Stratégique: #3 Protection et bien-être des enfants et des jeunes
- Objectif (incl. groupe cible): Le Sporting de Charleroi organise des cours de soutien scolaire pour les jeunes fréquentant l'enseignement secondaire en mathématiques, sciences et langues, ainsi que des cours pour des élèves de l'enseignement primaire. Les cours sont gratuits et dispensés dans le stade les mercredis après-midis par des enseignants de métier.
- Partenaires sociaux: professeurs bénévoles
- Fréquence: récurrent
- KPI: 6 enseignants sont mobilisés et une cinquantaine d'enfants sont inscrits, Efficacité des cours.

Développement et insertion professionnelle

- Pilier Stratégique: #3 Protection et bien-être des enfants et des jeunes
- Objectif (incl. groupe cible): Le Sporting de Charleroi collabore sur plusieurs projets avec l'école Le Soleil Levant, une école pour jeunes filles porteuses de handicap. Cette collaboration se fait notamment en accueillant des élèves en stage, dans différents domaines: Secteur Habillement et Arts Appliqués pour réaliser des inventaires de vêtements, Secteur Hôtellerie pour de l'aide en cuisine, ... Le Sporting met également à disposition ses infrastructures pour le défilé annuel de la section "habillements", durant lequel les élèves peuvent présenter les tenues réalisées dans le cadre du cours de sérigraphie et de couture.
- Partenaires sociaux: l'école Le Soleil Levant
- Fréquence: récurrent
- KPI: 4 stages par an

Lycée Voyage

- Pilier Stratégique: #3 Protection et bien-être des enfants et des jeunes
- Objectif (incl. groupe cible): Le Sporting de Charleroi soutient le Lycée Voyage en lui fournissant locaux et matériels afin d'organiser ces activités une fois sur l'année. Il s'agit d'un projet pilote d'école décentralisée constituée de classes mobiles dont la première a ouvert en septembre 2022 en Wallonie. Cette école de jour s'adresse aux jeunes de 14 ans et plus et propose notamment un accompagnement personnalisé vers un diplôme reconnu (CESS, Examen d'entrée à l'université). Le voyage est sans nul doute le meilleur moyen d'apprendre durablement, en connexion avec le réel, la vraie vie. Le pari du Lycée Voyageur est de retrouver, pour les élèves ET les professeurs, le goût de l'apprentissage, de la transmission et du travail, grâce au voyage. Ce projet est porté par l'ASBL belge Éduquer Demain et coordonné par une jeune enseignante déterminée à transformer l'école secondaire pour mieux préparer les jeunes aux défis de l'avenir. Le vendredi 30 septembre 2022, le Sporting de Charleroi a été très heureux d'accueillir cette première édition du Lycée Voyage en ses installations du stade (gratuitement).
- Partenaires sociaux: Lycée Voyage
- Fréquence: one-shot
- KPI: Nombre d'écoles participantes, Nombre de classes fournies, Quantité totale de matériel

Promotion de la jeunesse

- Pilier Stratégique: #3 Protection et bien-être des enfants et des jeunes
- Objectif (incl. groupe cible): Pour chaque rencontre à domicile, les enfants carolos âgés de moins de 16 ans peuvent obtenir un ticket gratuit, sur présentation de la carte "C-Gratuit" en billetterie. Cette offre traduit une volonté de la part de la Ville de Charleroi et de divers clubs sportifs (dont fait partie le RCSC), de rendre le sport carolo accessible et de susciter des vocations sportives auprès des plus jeunes supporters.
- Partenaires sociaux: Ville de Charleroi
- Fréquence: récurrent
- KPI: Nombre de tickets "C-Gratuit" par match à domicile

Viva For Life

- Pilier Stratégique: #4 Football pour tous
- Objectif (incl. groupe cible): chaque année, le Sporting de Charleroi collecte des fonds pour Viva for Life, l'opération menée par la RTBF, en faveur des enfants âgés entre 0 et 6 ans appartenant à une famille vivant en dessous du seuil de pauvreté. Lors d'un match à domicile par saison, le club reverse une partie des gains, obtenus via la vente de tickets, à Viva for Life.
- Partenaires sociaux: Viva for Life & RTBF
- Fréquence: récurrent
- KPI: Fonds récoltés pour l'action, Personnel mobilisé, Nombre de personnes qui ont effectué un don.

Cécifoot

- Pilier Stratégique: #4 Football pour tous
- Objectif (incl. groupe cible): Le Sporting de Charleroi soutient une équipe de cécifoot, organisant des entraînements bihebdomadaires et participant à des tournois internationaux. L'objectif est d'intégrer et d'épanouir les personnes déficientes visuelles en les engageant dans des projets sociaux et sportifs. Le club prend en charge les frais associés au fonctionnement de l'équipe. Le Sporting offre toute la panoplie d'équipements chaque année à cette équipe
- Partenaires sociaux: Cécifoot Charleroi
- Fondation: Sponsor principal du Cécifoot Charleroi
- Fréquence: récurrent
- KPI: Personnel mobilisé, Nombre de joueurs dans l'équipe, Total des équipements fournis.



Matériel de psychomotricité pour le centre André Focant

- Pilier Stratégique: #4 Football pour tous
- Objectif (incl. groupe cible): Le Sporting de Charleroi a offert du matériel de bien-être (Armoire de Snoezelen, couvertures lestées, portique et balançoires pour adultes) au centre André Focant
- Partenaires sociaux: Centre André Focant à Grandrieu
- Fréquence: one-shot (Décembre 2023)
- KPI: Matériel offert

Recyclage et Tri

- Pilier Stratégique: #5 Protection de l'environnement
- Objectif (incl. groupe cible): En collaboration avec un partenaire spécialisé dans la récolte et le recyclage des déchets, le Sporting de Charleroi a entamé une transformation massive de la gestion des déchets sur tous les sites occupés par le club: le stade, les bureaux et le centre d'entraînement. Ce projet a été lancé en mars 2022, et la transformation est maintenant accomplie: une rationalisation de la gestion des déchets et une conscientisation du personnel a été menée, à savoir: des îlots de tri ont été mis en place partout sur les sites concernés ainsi que des formations de tout le personnel (administratif et techniciens de surface) ont été réalisées. Des enfants de notre École des Jeunes vont également visiter le centre innovant de recyclage "Valtris" de Tibi en décembre 2023.
- Partenaires sociaux: Tibi
- Fréquence: récurrent
- KPI: Nombre de formations organisées, Personnel mobilisé, Nombre enfants de l'école des jeunes (visite Valtris)

Gobelets réutilisables - événements

- Pilier Stratégique: #5 Protection de l'environnement
- Objectif (incl. groupe cible): Suite au nouveau décret approuvé par le Parlement wallon, les gobelets en plastique à usage unique sont désormais interdits dans les rassemblements et événements sportifs. Depuis septembre 2023, le Sporting de Charleroi propose donc ses gobelets réutilisables, dont la caution vaut un euro. Le but est de réduire l'impact environnemental que les événements sportifs tels que les matchs de football peuvent générer.
- Partenaires sociaux: Re-Uz, AB Inbev
- Fréquence: récurrent
- KPI: Nombre de gobelets vendus par match, Nombre de gobelets récupérés-supporters Away, Nombres de gobelets récupérés-supporters Home, Personnel mobilisé.

Télévie

- Pilier Stratégique: #6 Lutte contre le Cancer et les maladies
- Objectif (incl. groupe cible): Chaque année, le Sporting de Charleroi collecte des fonds en soutien à la lutte contre le cancer. Le club reverse au Télévie une partie du prix du ticket vendu à l'occasion d'un match déterminé, une fois par an. De plus, l'année dernière, le club a également commercialisé des sacs réutilisables arborant les couleurs du Télévie, les bénéfices de cette vente étant également reversés à l'association Télévie.
- Partenaires sociaux: Télévie & RTL Belgium
- Fréquence: récurrent
- KPI: Fonds totaux récoltés, Personnel mobilisé, Nombre de sacs vendus, Nombre de tickets vendus

Pink October

- Pilier Stratégique: #6 Lutte contre le Cancer et les maladies
- Objectif (incl. groupe cible): En 2023, le Sporting de Charleroi s'est engagé pleinement dans la campagne d'Octobre Rose, en partenariat avec l'organisation Think Pink. Ce mois d'Octobre fut en effet dédié à la sensibilisation et au soutien envers toutes les personnes touchées par le cancer du sein. Le Sporting de Charleroi a décidé de soutenir cette cause importante en mettant en place plusieurs actions de sensibilisation tout au long du mois d'Octobre: communication, vidéo, vente de rubans roses, ... De plus, 1€ par ticket vendu lors du match contre l'Antwerp (21/10) ont été reversés à l'association Think Pink, contribuant ainsi directement à la recherche et au soutien des personnes touchées.
- Partenaires sociaux: Think Pink
- Fréquence: récurrent
- KPI: Fonds totaux récoltés, Personnel mobilisé, Nombre de tickets vendus.

Movember

- Pilier Stratégique: #6 Lutte contre le Cancer et les maladies
- Objectif (incl. groupe cible): Le Sporting de Charleroi s'est engagé pleinement dans la campagne Movember durant le mois de Novembre, en partenariat avec l'organisation Maison Mieux Être (du Grand Hôpital de Charleroi). Ce mois de Novembre fut en effet dédié à la sensibilisation et au soutien envers toutes les personnes touchées par les cancers de type 'masculin', surtout celui de la prostate. Le Sporting de Charleroi a décidé de soutenir cette cause importante en mettant en place plusieurs actions de sensibilisation tout au long du mois de Novembre: communication, vidéos, mise en avant de la "moustache" lors de vidéos et dans le stade. De plus, 1€ par ticket vendu lors du match contre Westerlo (25/11) ont été reversés à l'association Maison Mieux-Être, contribuant ainsi directement à la recherche et au soutien des personnes touchées.
- Partenaires sociaux: Maison Mieux-Être
- Fréquence: récurrent
- KPI: Fonds totaux récoltés, Personnel mobilisé, Nombre de tickets vendus.



Cap 48

- Pilier Stratégique: #6 Lutte contre le cancer et les maladies
- Objectif (incl. groupe cible): Chaque année lors d'un match, le CAP48 en partenariat avec une association (cette année le Soleil Levant) vient vendre des post it pour récolter un maximum de fonds pour ces associations.
- Partenaires sociaux: Soleil Levant
- Fréquence: 1x par ans
- KPI:



FOOTBALL SOCIAL RESPONSIBILITY

PLAN STRATÉGIQUE FSR - ROYAL CHARLEROI SPORTING CLUB
