



La WFSGI réunit à New York des responsables du monde du sport et de l'industrie afin de promouvoir la participation des jeunes dans le prolongement des grands événements sportifs

Le rassemblement « One Goal. Move the World. » explore la manière dont les acteurs des grands événements sportifs peuvent collaborer afin d'apporter aux jeunes et aux communautés des bienfaits durables en matière de santé physique et mentale.

New York, le 25 juin 2026 - La Fédération mondiale de l'industrie des articles de sport (WFSGI) a réuni hier des responsables du monde du sport, de la santé publique, de la société civile et de l'industrie mondiale des articles de sport lors d'un événement organisé chez adidas à New York. Organisé pendant la Coupe du monde de la FIFA 2026, cet événement a permis d'explorer une ambition commune : comment les parties prenantes des grands événements sportifs peuvent-elles renforcer leur collaboration afin d'avoir un impact durable sur l'activité physique, en particulier chez les enfants et les jeunes des communautés locales ?

La légende du football espagnol, de Manchester United et de Chelsea, et soutien de Common Goal, Juan Mata, a ouvert l'événement en appelant à un travail d'équipe entre toutes les parties prenantes pour maintenir les jeunes actifs et engagés dans le sport. a « *L'une des premières leçons que j'ai apprises dans le football, est qu'il faut une équipe pour réaliser ses rêves. Nous vivons selon ce principe sur le terrain, mais nous ne le voyons pas assez dans la société. Ce n'est pas la responsabilité exclusive d'une seule organisation, d'un seul détenteur de droits, d'un seul gouvernement ou d'une seule communauté de développer la participation et de susciter un amour durable pour le football ou tout autre sport. C'est à l'ensemble des acteurs du monde du sport de s'unir pour aider les enfants du monde entier à découvrir cette même lumière et cette même joie que j'ai moi-même connues en tant que footballeur.* »

L'événement de sensibilisation « One Goal. Move the World. » est soutenu par de grandes marques, membres de la WFSGI, notamment adidas, Amer Sports, Arena, ASICS, Brooks, Decathlon, New Balance, Nike, Oakley, Specialized et Under Armour. Il a réuni des détenteurs de droits, des villes hôtes, des ONG, des fondations, des agences des Nations unies et des leaders du secteur afin de partager des analyses et des stratégies fondées sur des données probantes, dans le but de collaborer efficacement pour ancrer l'héritage de la participation dans la conception et la mise en œuvre des méga-événements.



Cet événement s’inspire de la résolution de l’Organisation mondiale de la santé (OMS) de 2024 intitulée « Renforcer la santé et le bien-être grâce aux événements sportifs » (WHA77.12) ainsi que de l’expérience concrète acquise par des organisations œuvrant au niveau communautaire à travers le monde.

Une opportunité commune pour le sport et pour les jeunes

Alors que 81 % des adolescents dans le monde ne respectent pas les recommandations minimales d’activité physique de l’OMS, et que l’industrie des articles de sport est idéalement placée pour transformer les moments sportifs en habitudes durables, la WFSGI a organisé cette rencontre pour se concentrer sur ce qui fonctionne — et sur la manière dont l’industrie peut jouer un rôle plus actif.

Dave Wheeler, directeur des opérations chez New Balance et coprésident de la WFSGI, a ouvert l’événement en réaffirmant l’engagement de l’industrie à aller au-delà de la simple inspiration pour créer un impact pour les réels jeunes. Selon lui, *« La Coupe du monde de la FIFA nous rappelle le pouvoir extraordinaire du sport d’unir, d’inspirer et de faire bouger le monde. En tant qu’industrie des articles de sport, nous contribuons à rendre le sport possible — grâce aux produits sur lesquels comptent les athlètes, à l’innovation qui améliore les performances et aux partenariats qui soutiennent les programmes, les entraîneurs, les clubs et les communautés. Mais notre plus grand impact ne réside pas seulement dans ce que nous fabriquons ; il réside dans la manière dont nous aidons davantage de jeunes à découvrir la confiance, les liens et les opportunités que le sport peut offrir. C’est lors d’événements comme celui-ci que nous transformons l’inspiration en action — et que nous construisons un héritage qui commence bien avant le coup de sifflet final. »*

Emma Zwiebler, PDG de la WFSGI, a poursuivi : *« En tant que secteur qui fait bouger le monde, celui des articles de sport a un rôle unique à jouer grâce à notre portée mondiale, à notre influence culturelle et à notre passion pour encourager les gens à pratiquer une activité physique. Mais cela dépasse le cadre d’une marque, d’une organisation ou d’un secteur en particulier. Aujourd’hui, il s’agit de rassembler le large éventail d’acteurs indispensables à la concrétisation des ambitions liées à l’héritage des grands événements sportifs, de partager ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas, et de veiller à ce que la dynamique et les enseignements tirés de cette Coupe du monde profitent aux futurs organisateurs d’événements. En travaillant ensemble, nous pouvons répondre aux besoins des jeunes et des communautés qui en ont le plus besoin. »*

Du moment à un mouvement



*La première table ronde, intitulée « **D'un moment à un mouvement : pourquoi l'héritage de la participation doit commencer dès la conception de l'événement** », a examiné pourquoi et comment intégrer la participation des jeunes dès le début dans la planification des grands événements sportifs. La discussion était animée par Brianna Keys (directrice de l'impact social, FIFA Host City NYC/NJ), Brian Flinn (vice-président senior du flag football mondial, NFL), Jennifer Gray (responsable des partenariats régionaux, World Rugby), Renata Simril (PDG, Fondation LA84), Maya Stephen (responsable des partenariats, Soccer Forward) et Katie Hanna (directrice pour l'Amérique du Nord, Centre for Sport and Human Rights), entre autres.*

Les intervenants ont examiné comment les accords avec les villes hôtes, la planification de l'accès et de l'équité, ainsi que le rôle du secteur en tant que catalyseur actif – et non simple sponsor – peuvent se conjuguer pour produire des résultats significatifs pour les communautés.

De l'inspiration à l'habitude

*La deuxième table ronde, intitulée **De l'inspiration à l'habitude**, a examiné les initiatives efficaces au niveau communautaire pour transformer l'élan suscité par un événement en un changement de comportement durable, en mettant particulièrement l'accent sur les jeunes issus de milieux défavorisés. Parmi les intervenants figuraient Brianna Keys (directrice de l'impact social, FIFA Host City New York New Jersey), Jennifer Sullivan (directrice des opérations, New York City Football Club), Tom Farrey (directeur exécutif du programme « Sports & Society », Aspen Institute), Laurie Whitsel (conseillère auprès de la Physical Activity Alliance et vice-présidente de l'American Heart Association), Yasmine Oucherif (Generation 2026 : ambassadrice de Youth Media Forward), Mary Connor (PDG de Common Goal), Hector Moyeton (Ahsoka Changemakers) et Andy Jenkins (directeur du développement de la jeunesse chez South Bronx United).*

Les tables rondes et les ateliers parallèles ont permis de dégager cinq principes clés visant à pérenniser l'héritage des grands événements sportifs en matière de participation des jeunes et à atteindre les jeunes qui ont le plus à y gagner.

Le WFSGI collaborera avec les participants et d'autres parties prenantes intéressées afin de présenter ces cinq principes aux gouvernements lors de l'Assemblée mondiale de la santé qui se tiendra l'année prochaine à Genève.

##Fin##



À propos de la WFSGI

La Fédération mondiale de l'industrie des articles de sport (WFSGI) est l'association professionnelle mondiale représentant le secteur des articles de sport. Elle compte 150 entreprises membres qui représentent environ 70 % du chiffre d'affaires mondial de ce secteur. La WFSGI œuvre à la croisée du sport, des affaires et des politiques publiques afin de promouvoir une planète plus saine et plus active pour tous. La fédération est l'organisation reconnue pour les articles de sport au sein du Mouvement olympique et entretient des relations officielles avec l'Organisation mondiale de la santé afin de soutenir les objectifs mondiaux en matière d'activité physique. www.wfsgi.org

[Rapport 2025 de la WFSGI sur l'impact de l'activité physique : faire évoluer le monde vers un avenir actif | WFSGI - Fédération mondiale de l'industrie des articles de sport](#)

Contact presse

Linda Murphy, responsable de la communication de la WFSGI — lmurphy@wfsgi.org