

Le sport a de quoi se mettre au travail

La pratique du sport en entreprise a rarement suscité un enthousiasme aussi marqué, en France comme en Europe. Pourtant, il existe un vrai décalage entre l'éclairage médiatique du « sport-santé » et le taux de pratiquants assidus.

Qu'on se le dise : le sport au travail, on en parle davantage qu'on ne le pratique ! Pourtant, face à une inactivité physique galopante et à la nécessité de tamponner les effets délétères de l'activité productive, on imagine que l'activité physique a le vent en poupe dans l'univers professionnel. D'autant plus qu'émerge, chez les salariés, une volonté croissante de bénéficier d'une palette de services *in situ*. Certes, sauf que cet intérêt grandissant est mis à mal par la réalité du terrain : nos enquêtes montrent que seuls 10 à 15% en moyenne des salariés s'y adonnent régulièrement. Ils sont environ 1,3 million en France dont une partie se défoule dans quelque 8 000 clubs d'entreprise, tandis que les autres s'auto-organisent. Comparés aux 15,6 millions de licenciés sportifs de la société civile, on réalise l'immensité du décalage. Ou plutôt du potentiel de développement ! Car si les employeurs se soucient de plus en plus, du moins en apparence, de la santé de leurs salariés, l'avènement d'une offre sportive structurée au travail reste trop souvent l'apanage des grandes sociétés du secteur tertiaire implantées dans les métropoles. Les petites entreprises, collectivités et autres administrations sont les parents pauvres du sport au travail. Les principales raisons invoquées pour justifier cette difficulté à percer la carapace professionnelle, outre le sempiternel « manque de temps », sont simples : offre inadaptée, manque d'infrastructures (type vestiaires) et difficultés d'organisations internes (horaires, réunions, déplacements...). Ajoutons que la plupart des acteurs de l'entreprise sont encore trop rarement convaincus des effets bénéfiques du sport. Parce que trop peu sensibilisés ?

Pourtant, le sport a tout pour séduire un univers du travail en quête de bien-être. Relativement consensuel et peu polémique, le sport est aussi – potentiellement – un des meilleurs antidotes au stress. Il génère a priori, cela a été démontré par l'OMS, une cascade d'effets bénéfiques sur

la santé physique, mentale et sociale des salariés. Il agit, nous l'avons constaté, sur l'intégration et la cohésion des équipes. Il fluidifie la circulation de l'information en densifiant les réseaux de communication. Parfois, il exerce même une véritable fonction de régulation, permettant de désamorcer ou de résorber des conflits latents. C'est aussi indéniablement un outil de fidélisation et d'attraction des salariés. Bref, l'activité physique au travail est un bon moyen de jouer sur l'ambiance générale et donc sur la motivation de tous (pratiquants et non pratiquants). C'est ainsi que le sport peut constituer un outil de productivité. Il n'y a pas que les études pointant la réduction de l'absentéisme qui le disent.

Ce constat n'est pas spécifique aux entreprises étudiées dans l'Hexagone, même si des différences culturelles génèrent des inégalités de développement sur le sol européen. En Italie par exemple, le sport se pratique plutôt dans le cadre du *dopolavoro* (temps libre), ce qui explique qu'à peine 4% des Italiens déclarent faire de l'exercice physique sur leur lieu de travail, alors qu'ils sont 26% en Lettonie. C'est l'Eurobaromètre spécial n°412 qui l'affirme ; la moyenne des pays de l'UE atteignant les 13%. Globalement, les pays nordiques ont une appétence plus marquée pour les activités physiques... y compris en entreprise ! Une étude de Skovgaard et Berggren (2000) a montré que 20% des entreprises danoises de plus de 100 salariés avaient une politique de développement du sport en interne. En Finlande, certaines comme Pekkaniska délivrent même une prime aux pratiquants les plus assidus (sic).

Reste à savoir comment promouvoir efficacement la pratique sportive. Car cela reste possible à moindre frais. La base, c'est l'aménagement : des temps et des espaces. Proscrire les réunions au moment de la pause méridienne, aménager (ponctuellement ou pas) une salle de réunion et se doter de quelques équipements modestes (douches/vestiaires) semblent à la portée de

Sport needs to get to work

Doing sport in the company has rarely been hailed so enthusiastically, in France and in Europe. Yet there is a real gap between the level of media interest in sport for health and the number of people doing sport regularly.

It needs to be said: there is a lot of talk about sport in the workplace but less action! Faced with the rapid rise in physical inactivity, however, and the need to soften the harmful effects of work itself, you would expect physical activity to be very important in the business world; especially since employees are showing an increasing desire to benefit from a range of services in their workplace. It seems obvious, except that this growing interest is stifled by the

reality on the ground. Our enquiries show that on average only 10% to 15% of employees regularly take advantage of the opportunities. In France that means about 1.3 million employees, some of whom use the 8,000 company clubs, while others organise things themselves. Compared with the 15.6 million members of sport clubs outside work, the huge gap – or rather, the enormous potential for development – becomes clear. Even if employers seem to care more

about the health of their employees, or give that impression, providing structured opportunities and facilities for sport at work remains the preserve of large companies in the services sector in big cities. Small businesses, local authorities and other administrative bodies are the poor relations when it comes to sport in the workplace. The main reasons given to explain the difficulty in getting the message across in business, apart from the eternal "lack of time", are

simple: unsuitable activities, lack of facilities (such as changing rooms), and problems with internal organisation (schedules, meetings, travelling and so on). On top of this, the majority of people in a business are still too rarely convinced of the beneficial effects of sport.

Is this because they have not been made aware of that?

Sport has everything it needs to seduce a working world in search of well-being. Sport is relatively uncontroversial and is also potentially one of the best antidotes to stress. The WHO has demonstrated that it generates a whole host of beneficial effects on the physical, mental and social health of employ-



Julien Pierre

Maître de conférences,
Facultés des Sciences du Sport,
Université de Strasbourg

Lecturer, Sport Science faculty,
University of Strasbourg



Membre du comité scientifique Sport et Citoyenneté

Julien Pierre est l'auteur de l'ouvrage « Le sport en entreprise : Enjeux de société », Economica, 2015



toute entreprise. On peut encourager finement la dépense physique en créant des challenges (type podomètre), en repérant puis en formant et en accompagnant les sportifs les plus motivés – l'article L. 6331-23 du Code du Travail l'encourage – car ce sont eux les véritables chevilles ouvrières du sport en entreprise. Associer la médecine du travail et, demain, les mutuelles aux campagnes internes sont des initiatives qui vont se développer. Cela ne fait aucun doute. Car l'avenir du sport en entreprise sera, demain, inextricablement lié à la santé. Et notamment à la santé connectée. Prendre le virage de la digitalisation et l'associer à la pratique sportive : voilà un vrai challenge pour les dirigeants qui veulent faire bouger leur entreprise !

www.sport-entreprise.com

Retrouvez cet article sur le site de notre partenaire **SPORSORA**

Sponsors :

www.sportsora.com

Le projet « Active Workplace – Healthy Lifestyle »

La Fédération Européenne du Sport d'Entreprise (EFCS) a conduit un projet à l'échelle européenne intitulé « Active Workplace, Healthy Lifestyle » (AWHL). Ce projet bénéficie du soutien de la Commission européenne dans le cadre du programme Erasmus+ Sport, en lien plus spécifiquement avec la Semaine européenne du Sport.

Le projet AWHL consistait à organiser des événements sportifs à destination des entreprises et des salariés dans 14 pays membres de l'EFCS pendant la première Semaine européenne du Sport. Des initiatives en Allemagne, en Autriche, en Belgique, au Danemark, en Espagne, en France, en Grèce, en Hongrie, en Italie, en Lettonie, à Malte, en République Tchèque, en Slovaquie et en Suède ont ainsi vu le jour.

L'objectif était d'encourager et de promouvoir la pratique de l'activité physique et sportive au sein du milieu professionnel et de démontrer au monde de l'entreprise que la pratique sportive en entreprise est non seulement utile (santé, perfor-

mance, cohésion, management...) mais surtout simple, ludique et conviviale. Démontrer par les chiffres, les arguments, les études mais également démontrer par la pratique et l'activité physique (dans la suite logique du slogan #BeActive) puisque l'ensemble des événements montés dans les pays membres de l'EFCS proposaient aux salariés de découvrir et de pratiquer eux-mêmes différents sports sur des lieux professionnels emblématiques.

Par exemple, en France, la Fédération française du sport d'entreprise (FFSE) a mené ses activités au sein du plus grand symbole « business » du pays : la Défense, le plus grand quartier d'affaires d'Europe avec 160 000 travailleurs quotidiens et 1 500 sièges d'entreprises. Ainsi, le 10 septembre, un village multisport a été monté sur l'Esplanade avec une dizaine d'activités sportives proposées, dont l'escrime, la marche nordique, la pétanque ou encore la zumba.

www.efcs.org
www.ffse.fr



#BEACTIVE
10 SEPTEMBRE 2015
ESPLANADE DE LA DEFENSE DES 11H30

AU PROGRAMME
ACTIVITÉS MULTISPORTS ADAPTÉES À TOUS
pétanque - zumba - tennis - volley-ball
marche nordique, et bien d'autres...

ANIMATIONS SPORTIVES
INFORMATIONS SUR LE SPORT D'ENTREPRISE

Contact : promotion@ffse.fr - 01 56 64 02 10

The “Active Workplace – Healthy Lifestyle” Project

The European Federation for Company Sport (EFCS) led a European-scale project with the title “Active Workplace Healthy Lifestyle” (AWHL). The project was supported by the European Commission within the framework of the Erasmus+ Sport programme, and linked more specifically to the European Week of Sport (EWoS).

The AWHL project involved organising sporting events aimed at

businesses and employees in the 14 EFCS Member States (Austria, Belgium, Czech Republic, Denmark, France, Germany, Greece, Hungary, Italy, Latvia, Malta, Slovenia, Spain and Sweden) during the first EWoS. The objective is to encourage and promote physical and sporting activity within the workplace and to show the business world that doing sport in the company is not only useful (improving health, perfor-

mance, cohesion, management and so on), but also easy, amusing and fun. This can be shown through figures, discussions and studies, and will also be demonstrated by taking part in a physical activity (as the logical follow-up to the motto #BeActive), since all the events staged in the different EFCS countries give employees the chance to discover and take part in different sports in key workplaces.

In France, for example, the French federation for Company Sport (FFSE) conducted these activities in the heart of the most symbolic business centre in the country: La Défense, the biggest business area in Europe, with 160,000 workers every day and the headquarters of 1,500 companies. On 10th September a multi-sport village was set up on the Esplanade, offering about a dozen sporting activities, including fencing, Nordic walking, bowls and zumba.

years. We have observed its positive effect on the integration and cohesion of teams. It improves the flow of information by opening up more communication networks. Sometimes it even acts as a regulator, by defusing or absorbing latent conflicts. It also has an undeniable role in attracting employees and making them loyal. In short, physical activity at work is a good way to influence the general atmosphere and thus motivate everyone (those who do sport and also those who do not). This is how sport can become a tool for better producti-

ty. It is not just the studies highlighting reduced absenteeism which say so. These observations can also be seen in studies from outside France, even if cultural differences mean that it has not developed evenly across Europe. In Italy, for example, sport more often takes place after work, which explains why barely 4% of Italians say that they do physical exercise in the workplace, as opposed to 26% of Latvians. The Special Eurobarometer 412 confirms this; the EU average is 13%. Overall, the Nordic countries have more appetite for physical activities... and that includes sport in the

workplace. A study of Skovgaard and Berggren (2000) showed that 20% of Danish businesses with over 100 employees had a policy for developing sport within the company. In Finland, some companies, such as Pekkaniska, even award a bonus to the most assiduous participants. It only remains to know an effective way to promote doing sport. It can be done for very little cost. The main thing is to provide the time and place. Every business should be able to ban meetings during the lunch break, equip a meeting room (temporarily or not) and install a few modest facilities (showers/changing rooms). Physical exercise can be subtly encouraged by set-

ting challenges, (such as a pedometer), by spotting and then training and supporting the most motivated sports men and women – as article L. 6331-23 of the employment laws suggests – because these people are the real linchpins of sport in the workplace. Getting the occupational health-care professionals and, in future, health insurers involved with internal campaigns are initiatives to be developed, that is for sure. The future of sport in the workplace will be inextricably linked to health, particularly to e-health. Here is the real challenge for directors who want to get their businesses moving: to get digitalisation working for sport!

Provide the time and space