

"NOUS NE VENDRONS JAMAIS CES BONNETS", LE PREMIER PRODUIT DÉRIVÉ 100% GRATUIT ET SOLIDAIRE

14.8.2026 - | Ligue de Football Professionnel

Dans le cadre de la journée mondiale contre le cancer, la Ligue de Football Professionnel, en collaboration avec les clubs de Ligue 1 McDonald's, de Ligue 2 BKT et l'Institut Rafaël, lance une campagne solidaire destinée aux supporters qui suivent un traitement provoquant une alopecie.

L'accompagnement des personnes atteintes d'un cancer constitue un élément important dans le processus de rémission. Selon une étude européenne récente menée auprès de plus de 12 000 individus*, la solitude augmenterait de 11% le risque de mourir du cancer. Face à ce constat la Ligue de Football Professionnel et les clubs ont décidé d'accompagner les supporters malades dans leur quotidien en créant des bonnets oncologiques aux couleurs de chaque club.

En détournant les codes traditionnels du marketing, cette initiative s'inscrit dans une démarche de sensibilisation et de soutien, en proposant un objet pensé comme un soutien plutôt que comme un produit commercial. Ces bonnets uniques constituent ainsi le premier objet de merchandising sportif entièrement offert par la LFP et les clubs. **Nous ne vendrons jamais ces bonnets.**

Spécialement conçus pour les patients en cours de traitement, ces bonnets répondent à une réalité souvent invisible : quand un supporter est touché par le cancer, le traitement ne provoque pas seulement la perte des cheveux, il met à distance ce qui faisait partie du quotidien, y compris le sentiment d'appartenir à un collectif.

Le cœur de la démarche, c'est la notion de "supporter", au double sens du terme : supporter son club, mais aussi supporter la maladie et les traitements. Le bonnet met en avant l'idée que ces personnes mènent plusieurs combats à la fois : contre la maladie, contre la fatigue, contre la perte d'estime de soi et souvent contre l'isolement social. La fragilité accentue ces difficultés.

Le bonnet devient alors un objet symbolique et concret de solidarité, il aide à lutter contre la stigmatisation liée à la perte de cheveux, il matérialise l'engagement du club envers ses supporters malades. Le film tourné à Auxerre, Brest, Saint-Étienne et Toulouse avec des joueurs professionnels et des supporters actuellement en traitement contre le cancer accompagne le lancement de cette campagne.

Ainsi, fabriqué dans une matière identique à celle des maillots, respirante et non irritante, chaque bonnet a été pensé pour rappeler aux supporters qu'ils font toujours partie de l'équipe, même lorsque le match se joue ailleurs.

Une campagne porteuse de sens

Ce partenariat entre la LFP et l'Institut Rafaël, structure de référence dans l'accompagnement global des personnes touchées par le cancer, repose sur une logique d'impact social maximal.

Ensemble ils défendent une approche centrée sur la personne et son bien-être, au-delà du seul traitement médical.

À travers cette initiative, la LFP et les clubs rappellent que le football ne se limite pas au terrain : il est aussi un puissant vecteur de lien social et de solidarité, notamment dans les moments les plus difficiles de la vie.

Tout au long de cette semaine, les clubs partageront un visuel de sensibilisation mettant en avant la tagline et le bonnet aux couleurs de son club.

Une action sur le long terme

Cette campagne s'inscrit dans le programme des très nombreuses initiatives des clubs professionnels depuis de nombreuses saisons. A travers de grandes campagnes de prévention ou bien d'actions locales auprès de centres spécialisés. Les clubs professionnels sont des acteurs engagés dans la lutte contre le cancer.

Ainsi, dans le cadre de cette journée mondiale du 4 février 2026, les clubs ont mené ce week-end des actions auprès de leurs supporters hospitalisés et des établissements de santé locaux. Par ailleurs, ils poursuivront leurs initiatives tout au long de la saison en se rendant notamment dans les hôpitaux de leur territoire afin de distribuer ces bonnets à leurs supporters malades.

Alain TOLÉDANO, Oncologue et Président de l'Institut Raphaël

« La lutte contre le cancer est un enjeu majeur pour notre société et notre système de santé. À mesure que les thérapies progressent, une évidence s'impose : accompagner les patients est tout aussi essentiel que soigner la maladie. Nutrition, sport-santé, lien social - ces dimensions sont des leviers décisifs pour aider les malades à se battre et à se reconstruire. C'est pourquoi nous défendons une médecine résolument centrée sur l'humain, et non uniquement sur la pathologie.

Cette conviction a guidé notre collaboration avec la Ligue de Football Professionnel et les clubs professionnels. À travers cette initiative, et le symbole fort de ces bonnets, il s'agit de rompre l'isolement, de soutenir et d'accompagner les malades. Nous saluons l'engagement du football professionnel français, qui démontre à nouveau qu'il peut être un acteur majeur de l'élan sociétal au service de tous.»

Jérôme BELAYGUE, Directeur de la communication et RSE de la LFP

« Le football s'impose aujourd'hui comme un puissant levier de mobilisation autour des grandes causes de santé. En ce sens, mettre la force médiatique et l'impact du football professionnel au service des messages de santé publique et de la prévention constitue l'un des piliers majeurs de notre programme d'engagement #1TEAM.

Dans le cadre de la lutte contre le cancer, et aux côtés de l'Institut Raphaël, nous souhaitons inscrire notre action dans une démarche solidaire et durable afin d'accompagner les patients. Cette première initiative nationale s'inscrit dans une dynamique collective, alors que l'ensemble des clubs professionnels s'engagent depuis de nombreuses saisons aux côtés des hôpitaux et des structures de santé. »

1TEAM pour une santé en action.

<https://www.lfp.fr/article/nous-ne-vendrons-jamais-ces-bonnets-le-premier-produit-derive-100-gratuit-et-solidaire>