

8 MARS - ALKÉ

**FAIR GAME
EQUAL
OPPORTUNITIES**





FAIR GAME STARTS WITH EQUAL OPPORTUNITIES

En ce 8 mars 2025, nous célébrons la Journée internationale des droits des femmes, une date symbolique instaurée par les Nations Unies en 1977, mais dont les racines plongent bien plus loin dans l'histoire.

Elle trouve son origine dans les luttes ouvrières et les mouvements de femmes au tournant du XXe siècle, en Amérique du Nord comme en Europe. C'est une journée de réflexion et d'action, dédiée à honorer les victoires passées tout en continuant à combattre les inégalités persistantes. Parmi les nombreux domaines où les droits des femmes restent à défendre, le sport demeure un terrain de bataille crucial.

Bien que des progrès aient été réalisés, de nombreuses barrières subsistent, notamment en termes de reconnaissance, de représentation et d'accès équitable aux ressources. Lors de la création d'ALKÉ en 2019, notre ambition était claire : promouvoir la place des femmes dans le sport à travers le vêtement et mettre en avant le sport comme un levier d'émancipation pour les femmes. Nous avons voulu proposer des équipements adaptés aux envies et morphologies des femmes, leur offrir plus de visibilité et surtout participer activement et durablement à changer les mentalités.

En 2025, nos défis restent les mêmes. Les disparités perdurent, que ce soit dans les infrastructures, le sponsoring ou la perception sociale du sport au féminin. C'est pourquoi, en cette Journée internationale des droits des femmes, ALKÉ réaffirme son engagement à faire avancer la cause, à valoriser les femmes sur et hors des terrains, et à contribuer à construire un avenir plus équitable.

Dans ce contexte, pour le 8 mars, ALKÉ lance une campagne "FAIR GAME, EQUAL OPPORTUNITIES" soulignant la nécessité de lutter contre les barrières qui freinent la progression du sport au féminin, cette campagne s'appuie sur l'étude ci-dessous et sur une mini-collection de maillots & totebags lancés pour l'occasion en partenariat avec l'association Alice Milliat.



Les inégalités persistantes dans le sport à l'encontre des femmes

Participation et pratique sportive

L'accès des femmes au sport reste marqué par un déséquilibre évident. Dès l'enfance, les stéréotypes de genre influencent fortement les choix d'activités. On tend à orienter les filles vers des sports dits « doux », comme la danse ou la gymnastique, tandis que les garçons sont encouragés à pratiquer des sports plus « physiques » comme le football ou le rugby.

Le premier lieu de matérialisation de ces inégalités est la cour de récré, avec le terrain de foot qui accapare l'espace pris d'assaut par les garçons, les filles se retrouvent alors en périphérie. Edith Maruéjols, experte dans la géographie de l'espace, a mis en évidence dans de nombreuses études que la plupart des espaces de loisirs urbains sont conçus pour les hommes et fréquentés en majorité par les hommes.

Un documentaire magnifique "La Conquête de l'Espace" réalisé par notre marraine Nicole Abar met en avant ce phénomène social qui ancre dès le plus jeune âge les stéréotypes et "la place" de chaque genre. Le documentaire met en lumière le rôle du sport, dans le rapport au corps et la construction de la confiance en soi. La façon dont se créent les stéréotypes liés à la façon de courir, de réceptionner une balle, qui ne sont pas innés mais purement une représentation d'une façon genrée de pratiquer le sport.

Ce déséquilibre se renforce à l'adolescence. Une fille sur deux arrête de faire du sport à ce moment-là, un taux six fois plus élevé que celui des garçons, selon un rapport de l'UNESCO de 2024. Plusieurs facteurs expliquent cette situation : le manque de soutien, un environnement peu inclusif, mais aussi des complexes liés au rapport au corps.

En France, avant la pandémie, seulement 14 % des filles de 11 à 14 ans atteignaient les 60 minutes d'activité physique quotidiennes recommandées par l'OMS, contre 25 % des garçons. Pour les adolescentes de 15 à 17 ans, ce chiffre chute encore à 11 %. Ce décrochage a des conséquences bien réelles, au-delà des risques liés au manque d'activité physique sur la santé, il prive de nombreuses jeunes filles d'un espace d'expression, de développement personnel et de renforcement de la confiance en soi. (1)

Enfin, ce phénomène perdure à l'âge adulte. En effet, les types de pratiques diffèrent selon le genre. Les femmes s'orientent plus fréquemment vers des activités de remise en forme et de gymnastique, tandis que les hommes sont davantage présents dans les sports collectifs ou les disciplines cyclistes.

Par ailleurs, si les femmes pratiquent souvent le sport de manière encadrée ou en club, elles restent sous-représentées dans les tournois et compétitions. En effet, seulement 22 % des femmes possèdent une licence sportive, contre 33 % des hommes.

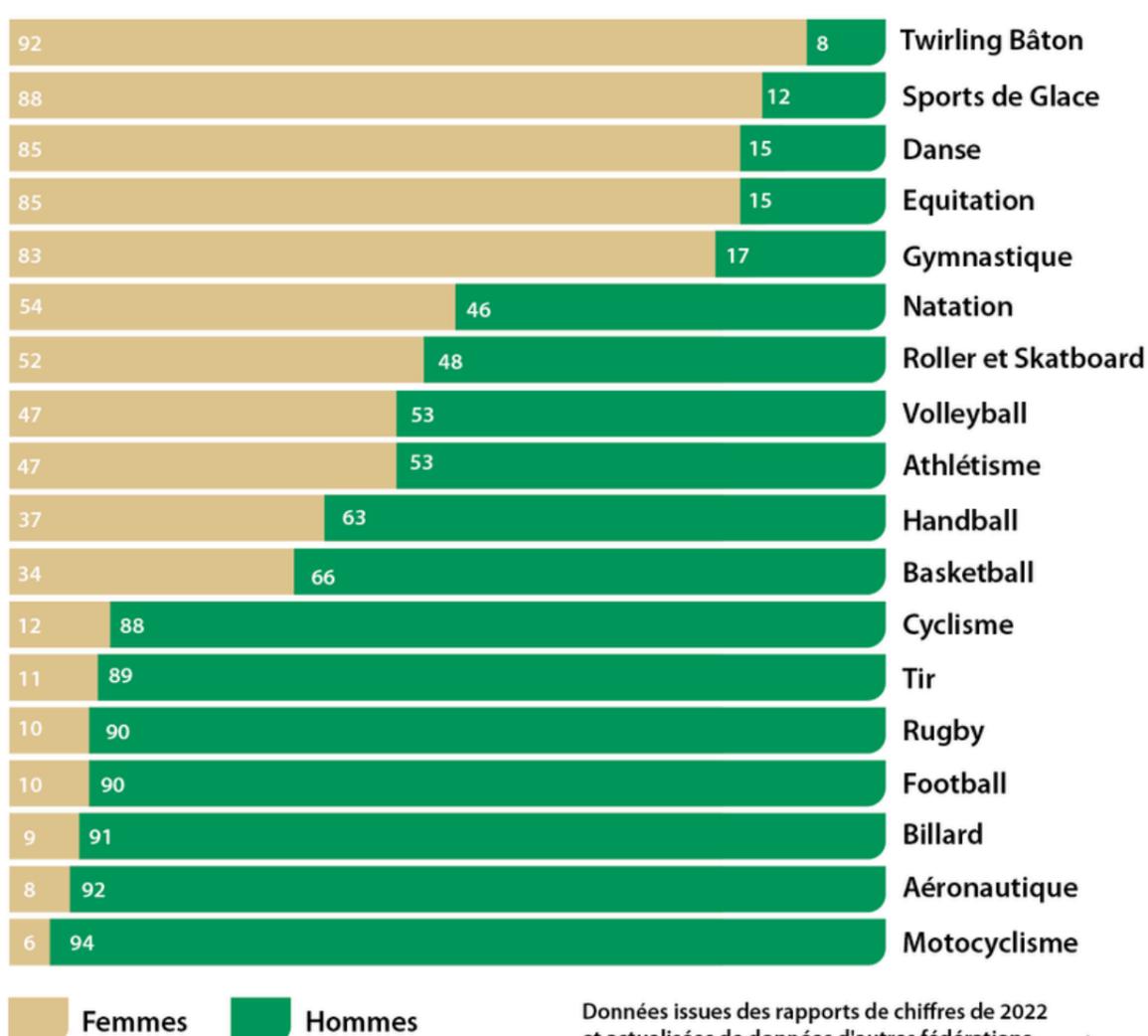
En 2022, environ 5,9 millions de licences ont été délivrées à des femmes, soit 38 % du total. Toutefois, parmi les 91 fédérations délégataires, les femmes sont majoritaires dans seulement 10 d'entre elles, notamment la fédération des sports de glace (88 % de licences féminines) et celle de danse (85 %).

À l'opposé, certaines disciplines comme la pêche sportive en apnée affichent une présence masculine écrasante (97 % d'hommes contre seulement 3 % de femmes).

La fédération d'équitation détient le plus grand nombre de licences féminines pour les personnes de 15 ans et plus, suivie par la fédération d'éducation physique et gymnastique volontaire, puis la fédération multisport scolaire.

En revanche, les fédérations de football, de tennis et de golf dominant du côté masculin, étant celles qui délivrent le plus grand nombre de licences aux hommes âgés de 15 ans et plus).(2,3)

RÉPARTITION DES LICENCES DANS LES PRINCIPALES FÉDÉRATIONS SPORTIVES



« Mon entraîneur a dit que je courais comme une fille. J'ai répondu que s'il courait un peu plus vite, lui aussi pourrait y arriver. » - Mia Hamm

Les inégalités persistantes dans le sport à l'encontre des femmes

Représentation dans les instances dirigeantes et rémunération

Les femmes restent largement sous-représentées dans les instances dirigeantes du sport. Une étude de la Sport Integrity Global Alliance de 2023 révèle que seules 26,9 % des positions de direction dans les fédérations sportives internationales sont occupées par des femmes. Parmi les 31 fédérations internationales étudiées, seules trois sont dirigées par des femmes.

La situation est similaire en France. En octobre 2024, le CNOSF rapportait que les femmes ne représentaient que 38 % des membres des instances sportives. Malgré une légère amélioration grâce aux quotas instaurés par la loi de 2014, seules deux femmes président une fédération olympique de sport d'été.

L'écart salarial entre hommes et femmes est tout aussi frappant. En 2024, une étude de Right for Education a montré que les athlètes masculins gagnent en moyenne 20 à 30 % de plus que leurs homologues féminines, avec des différences particulièrement marquées dans des sports comme le basketball, le tennis et le golf. Par exemple, les joueurs de football masculin peuvent gagner jusqu'à 500 fois plus que les femmes.

En Belgique, un rapport de l'Institut pour l'égalité des femmes et des hommes a révélé un écart salarial de 81 % entre les sportifs et sportives. Et au niveau mondial, l'enquête de l'ONU Femmes a mis en lumière qu'aucune femme ne figure parmi les 100 athlètes les mieux payés en 2024. (4,5,6,7)

La sous-représentation médiatique des athlètes féminines

Le sport au féminin gagne en visibilité, mais la couverture médiatique reste encore insuffisante. Bien que 62 % des français et françaises consomment des contenus sportifs féminins, comme des compétitions ou des interviews, la majorité le fait de façon occasionnelle.

Seuls 21 % des Français suivent régulièrement* le sport au féminin, soit deux fois moins que le sport en général. La plupart des spectateurs (41 %) ne suivent ce contenu que de manière occasionnelle, et 38 % ne le regardent presque jamais.

Les hommes représentent 63 % des fans réguliers de sport au féminin, mais les femmes ne sont pas en reste. En effet, 56 % d'entre elles s'intéressent au sport au féminin de temps en temps.

En revanche, l'engagement régulier des femmes est en forte hausse, un signe que les mentalités évoluent. Les jeunes et les seniors sont les plus enclins à suivre ce sport, ce qui témoigne d'un changement positif dans la façon de consommer le sport. (8,9,10)

Malgré cette dynamique, le manque de couverture médiatique reste un frein au développement du sport au féminin. L'accès limité aux retransmissions, l'absence de sponsors et la faible visibilité des compétitions sont des obstacles qu'il faudra surmonter.

* au moins une fois par semaine

En effet, sur les milliers d'heures consacrées au sport annuellement toutes chaînes confondues, on voit seulement des hommes durant 74% du temps ; 4,8% de ce temps médiatique consacré au sport concerne des féminines, et 21% des compétitions "mixtes" (selon les chiffres de l'ARCOM - 2018-2021).

De plus, la médiatisation des sportives reste soumise à certaines conditions. On attend d'elles qu'elles prouvent leur "féminité", comme une exigence implicite. Ainsi, de nombreuses footballeuses et autres athlètes adoptent des codes esthétiques traditionnels comme des cheveux longs, du maquillage, du vernis à ongles, des bijoux... D'ailleurs, il n'est pas rare qu'on interroge davantage une athlète féminine sur sa vie personnelle, avant de poser des questions sur sa performance et son entraînement. À cet égard, le dernier rapport de l'ARCOM, montre que la majorité des commentaires sur les athlètes féminines pendant les JOP étaient sur des controverses et polémiques alors qu'au contraire chez les hommes c'est sur la performance sportive.

Cette mise en scène du sport et ses enjeux financiers ont renforcé cette soumission aux standards classiques de féminité. (11,12,13)

Par ailleurs, la présence des sportives dans les médias reste limitée et peu diversifiée. Les lanceuses de marteau, les haltérophiles ou encore les athlètes des sports de combat restent largement invisibilisées.

En conséquence, les femmes et les jeunes filles ont peu de figures auxquelles s'identifier, comme si ce qui n'était ni montré, ni relayé, ni évoqué n'existait tout simplement pas.

CHIFFRES CLÉS DE LA MÉDIATISATION

À GAUCHE DURANT LES JOP EN 2024, À DROITE EN MOYENNE SUR 2018-2021

37 %

DU VOLUME HORAIRE DE RETRANSMISSIONS D'ÉPREUVES DURANT LES JOP CONCERNAIT DU SPORT FÉMININ

6.4 M



DE TÉLÉSPECTATEUR.ICES POUR LA FINALE DE BASKET FEMMES

18 %

TEMPS DE PAROLE DES COMMENTATRICES; CONTRE 56% POUR LES HOMMES

22 %

DE SPORT FÉMININ RETRANSMIS PENDANT LES JEUX PARALYMPIQUES

5 %

DES RETRANSMISSIONS SPORTIVES CONCERNENT DU SPORT FÉMININ (2018-2021)

19 %

DE FEMMES EN PATEAU DANS LES PROGRAMMES SPORTIFS

11 %

DU TEMPS DE PAROLE EST DÉDIÉ AUX FEMMES EN PATEAU

21 %



DES FRANÇAIS SUIVENT RÉGULIÈREMENT DU CONTENU SPORTIF FÉMININ

SOURCE : ARCOM 2025



SOURCE : ARCOM 2023



Les inégalités persistantes dans le sport à l'encontre des femmes

Stéréotypes, obstacles culturels et matériels

Les stéréotypes de genre et les barrières culturelles continuent de freiner les femmes dans le sport, particulièrement dans les disciplines perçues comme « masculines ».

Un exemple marquant est celui de Cathy Freeman, qui a défié les stéréotypes raciaux et de genre en remportant l'or en athlétisme aux Jeux Olympiques de Sydney en 2000. Mais malgré sa victoire historique, elle a dû faire face à des critiques concernant son apparence, jugée « trop masculine ». Cela montre à quel point les athlètes féminines sont souvent jugées sur leur apparence ou leur comportement, bien au-delà de leurs performances sportives.

Le syndrome de l'imposteur est aussi un phénomène fréquent chez les athlètes féminines, à l'instar de Simone Biles. Malgré son immense palmarès, la gymnaste américaine a souvent ressenti des doutes sur sa légitimité, notamment sous la pression médiatique et sociétale. Lors de Jeux Olympiques de Tokyo en 2021, elle a mis en lumière l'importance de la santé mentale dans le sport de haut niveau en se retirant de plusieurs épreuves. Son courage a permis d'ouvrir le débat sur les attentes irréalistes imposées aux femmes dans le sport et la nécessité d'un environnement plus bienveillant.

Des obstacles culturels et religieux tendent également à limiter la pratique des femmes, comme le montre par exemple l'interdiction du port du voile en compétition par la fédération française de football, et la récente adoption par le Sénat d'une proposition de loi visant à interdire le port de signes religieux en compétition dans n'importe quel sport en France. Ces dispositions limitent l'accès à la pratique de femmes et de fait leur émancipation par ce biais. Selon les experts de l'ONU, l'interdiction du port du voile dans le sport en France est considérée comme « discriminatoire » et va à l'encontre de l'engagement des fédérations sportives internationales. (14,15,16,17,18,19)

De plus, on constate encore trop souvent que les tenues sportives destinées aux femmes ne sont pas véritablement pensées pour elles, mais plutôt adaptées à partir d'équipements initialement conçus pour les hommes. Ce manque de réflexion approfondie entraîne de nombreuses inégalités et contraintes, tant en matière de performance que de confort ou d'image.

Exemple d'inégalités de tenues sportives privilégiant pendant longtemps l'esthétique à la praticité :

- Par exemple, en Hockey sur gazon jusqu'à récemment, les joueuses étaient tenues de porter une jupe, contrairement à leurs homologues masculins équipés de shorts. **Ce n'est qu'en 2023 que la fédération française de hockey a officialisé la possibilité pour les femmes d'opter pour un short, s'alignant ainsi sur la décision prise auparavant par l'Angleterre.**
- D'autres disciplines sont également concernées par ces inégalités vestimentaires. En **gymnastique artistique**, les justaucorps traditionnels, très échancrés et imposés depuis des décennies, ont récemment été remis en question.
- De même, en **beach-volley**, la différence de traitement est flagrante. En effet, alors que les hommes peuvent jouer en short et débardeur, les femmes ont longtemps été contraintes de porter des bikinis, une règle qui a soulevé de nombreuses critiques sur l'hypersexualisation de leur tenue.

- Un exemple marquant, en Beach Handball de l'équipe de Norvège avait écopé d'une amende pour une compétition en 2021 car elles s'étaient toutes présentées en short.
- Enfin, un autre sujet qui revient fréquemment est la **problématique des shorts blancs dans les sports collectifs**, notamment en football. Ces tenues, imposées depuis longtemps par tradition, posent un réel problème pour les joueuses, notamment en période de menstruations générant une anxiété supplémentaire en compétition.
- Consciente de cette contrainte, la fédération anglaise de football a récemment autorisé les équipes féminines à porter des shorts de couleur alternative, une avancée que d'autres fédérations commencent à suivre. (20,21,22)

Aujourd'hui encore, de nombreuses sportives sont confrontées à ce type de jugements concernant leur corps, leurs tenues ou leur attitude, ce qui continue de contribuer à leur marginalisation et à un manque de reconnaissance.

En lien avec l'équipement, les infrastructures sportives posent un réel problème - que ce soit l'accès au terrain, des vestiaires dignes de ce nom, ou encore les créneaux horaires inadaptés.

La plupart des installations sportives sont majoritairement destinées aux hommes. Les créneaux horaires pour les femmes sont réduits, et l'accès à des terrains ou gymnases peut être restreint, ce qui limite leur pratique et leur progression.

- **Créneaux horaires** - Dans certains clubs ou centres sportifs, les créneaux réservés aux équipes féminines sont limités aux horaires les moins pratiques, comme tard le soir ou très tôt le matin. Cela complique l'organisation pour les sportives, notamment celles qui ont des obligations professionnelles ou familiales.
- **La problématique des vestiaires** - Le manque de vestiaires est un vrai frein au développement de la pratique: De nombreux complexes sportifs ne disposent pas de vestiaires distincts pour les femmes, les obligeant à se changer dans des conditions peu adaptées. Même pour le sport en plein air, le manque de vestiaires pour se changer rend la pratique plus occasionnelle.
- **Qualité des infrastructures** - les équipements réservés aux filles sont souvent de moindre qualité : Certaines équipes féminines doivent s'entraîner sur des terrains secondaires ou usés, tandis que les meilleures infrastructures sont réservées aux hommes. Une vraie problématique est également le manque d'éclairage et de toilettes pour les terrains en libre accès qui sont déjà monopolisés par les hommes mais en plus, manquent souvent de sanitaires proches et d'éclairage corrects aux alentours, ayant un impact sur le sentiment de sécurité que peuvent ressentir les athlètes.

Malgré les différents freins, des solutions concrètes tendent à émerger pour accélérer ce changement et garantir aux femmes la place qu'elles méritent sur tous les terrains. Les mentalités évoluent, comme en témoigne l'autorisation récente du short en gymnastique française, offrant aux athlètes plus de confort et de liberté de mouvement.

Cette avancée marque une étape importante dans la remise en question des normes vestimentaires longtemps imposées aux sportives.

« J'ai envie de dire à toutes les filles que ce n'est pas le maquillage et le look qui comptent. Vous êtes tellement plus que votre apparence. »

- Katie Taylor, boxeuse

Réduire les inégalités / Des initiatives pour un sport plus équitable et inclusif

Les Jeux Olympiques de Paris 2024 ont marqué une avancée historique. En effet, pour la première fois autant de femmes que d'hommes ont participé à la compétition. Un symbole fort qui prouve que l'égalité dans le sport est possible. Les Jeux Paralympiques n'étaient pas en reste, ils ont vu le plus de femmes athlètes participer de l'Histoire.

Pourtant, cette parité numérique ne doit pas masquer les réalités du quotidien. En effet les écarts de rémunération, la sous-médiatisation, le manque d'accès aux infrastructures ou encore inégalités dans les postes de direction restent toujours aussi présents.

Alors, comment transformer cette avancée en un véritable changement de fond ? Comment faire en sorte que l'égalité ne soit pas qu'une exception olympique, mais bien une norme à tous les niveaux du sport ?

Pour cela, il faut des actions concrètes et durables.

Encourager la pratique sportive des filles dès le plus jeune âge

Il est essentiel de lutter contre les stéréotypes de genre dès le plus jeune âge pour permettre aux filles d'accéder au sport dans des conditions égales.

Cela passe par une sensibilisation accrue des enseignants, des parents et des clubs sportifs à l'importance d'un accès égal au sport, sans distinction de sexe. Des initiatives comme "Her Game Too" au Royaume-Uni montrent qu'une sensibilisation accrue favorise une plus grande participation féminine.

En éliminant les préjugés et en encourageant les filles à pratiquer des activités physiques, on crée un environnement où elles peuvent s'épanouir et développer leur potentiel.

Un exemple concret de cette démarche en France en 2024 est le programme "1 000 terrains pour 2024". Ce programme vise à créer des espaces sportifs accessibles à tous, avec une attention particulière portée aux quartiers populaires, où les filles sont souvent les grandes oubliées des infrastructures.

Dans ce cadre, des villes comme Paris, Marseille et Lille ont déjà inauguré des terrains de basket et de football 100 % féminins.

Il est également crucial de multiplier les programmes d'initiation au sport pour les jeunes filles. En proposant des cours gratuits, des journées découvertes ou des événements sportifs dans les écoles et les associations, on offre à toutes les filles quels que soient leurs moyens ou leur milieu l'opportunité de découvrir des disciplines variées. Ce sont les initiatives notamment d'associations comme Little Miss Soccer, Egal Sport, La Belleville Champion's Ligue avec l'équipe des PanamPride, Sinequanon FC, etc. (23,24)

Des entreprises s'engagent également pour développer la pratique féminine et briser les barrières des terrains de jeux. C'est le cas notamment de Manita, qui oeuvre depuis 2020 pour rendre le foot accessible à toutes les femmes, peu importe leur âge et leur niveau. Elle permet de s'initier et commencer ce sport en toute confiance, et/ou d'y jouer régulièrement. Le tout de la manière la plus adaptée aux contraintes et aux emplois du temps de chacune. De la pratique individuelle ou de la création d'équipe en entreprise, elle s'adapte aux besoins de chacune.

Enfin, un autre levier essentiel pour encourager la pratique sportive des filles est la lutte contre les tabous, notamment celui des règles qui demeure une cause majeure d'abandon chez les adolescentes.

MullenLoxe, en collaboration avec Persil (marque d'un détergent à lessive) et l'Arsenal FC, a lancé la campagne 'Every stain should be part of the game' traduit par : 'Chaque tache devrait faire partie du jeu' portée par des joueuses comme Beth Mead et Katie McCabe.

Cette initiative remet en question les doubles standards du sport. En effet, si le sang des blessures est célébré, les taches menstruelles restent stigmatisées. En valorisant chaque tache comme un signe d'honneur, cette campagne encourage les jeunes filles à pratiquer le sport sans crainte ni honte. (25)

Augmenter la représentation des femmes dans les instances dirigeantes

La présence des femmes dans les instances dirigeantes des fédérations sportives reste encore insuffisante.

Il est temps de prendre des mesures concrètes pour garantir une représentation équitable des femmes à tous les niveaux de décision.

L'imposition de quotas, comme celle instaurée en 2014 pour la représentation des femmes dans les conseils d'administration des fédérations sportives en France, constitue une avancée nécessaire.

Parallèlement, il est essentiel de former et d'accompagner les femmes vers des rôles de leadership.

Des programmes de mentorat, des formations spécialisées et un accompagnement pour les anciennes sportives vers des carrières de dirigeantes sont des leviers puissants pour encourager l'émergence de nouvelles figures féminines dans le domaine du sport.

Un exemple concret est le "Club des 300" du CNOSF (Comité National Olympique et Sportif Français) visant à promouvoir la parité hommes-femmes dans les instances dirigeantes du sport en France. Ce programme accompagne les femmes vers des fonctions de leadership dans le sport. Il propose du mentorat, des formations et un réseau pour soutenir les dirigeantes en devenir. Il a réuni entre 2022 et 2024, plus de 300 femmes dirigeantes. Suivant le pas, les fédérations d'Aviron et de Basket ont déclinés des programmes similaires au sein de leur fédération. (26,27)

« Je ne suis pas la prochaine Usain Bolt ou la nouvelle Michael Phelps. Je suis la première Simone Biles. »
- Simone Biles

Réduire les inégalités / Des initiatives pour un sport plus équitable et inclusif

Réduire les écarts de rémunération et améliorer les contrats des sportives

Tout d'abord, réduire les écarts de rémunération et améliorer les contrats des sportives passe par une réforme des modèles économiques et des droits TV.

Une meilleure redistribution des revenus et des quotas de diffusion pour les compétitions féminines garantirait une visibilité accrue, attirant ainsi plus de sponsors et de financements.

L'instauration d'un salaire minimum obligatoire, à l'image de la ligue féminine de football américaine assurerait des revenus plus justes tandis que des protections renforcées pour la maternité garantiraient la continuité des carrières.

Dans ce sens, on peut aussi noter l'**initiative de l'UEFA UNSTOPPABLE**, un investissement d'un milliard d'euros pour développer le football au féminin en Europe sur les six prochaines années. L'UEFA introduit un Cadre de standards minimums pour les équipes nationales féminines en Europe portant notamment sur la professionnalisation de l'encadrement, le staff médical, accès aux installations, cadre national pour l'instauration d'un salaire minimum et la maternité).

Dès l'EURO 2025, l'UEFA augmentera le montant global des primes à 41 millions d'euros, soit une augmentation de 156 % par rapport à 2022.

De plus, dans les équipes nationales, l'**alignement des primes entre hommes et femmes**, comme en Norvège et aux États-Unis, et la transparence des salaires dans les clubs et fédérations contribueraient à réduire les inégalités. (28,29,30,31)

L'engagement des marques - Un exemple récent est l'engagement de Nike, reconduit comme équipementier officiel de la Fédération Française de Football jusqu'en 2034 à l'issue du dernier appel d'offres. Ce partenariat couvre l'équipement de toutes les équipes nationales, masculines et féminines, ainsi que le soutien au football amateur et aux arbitres. Nike s'est également engagé à investir dans le développement du football au féminin à tous les niveaux en France. Estimé à environ 50 millions d'euros par an, ce renouvellement de contrat contribue à renforcer le financement du football féminin favorisant ainsi sa professionnalisation et sa visibilité.

La création de la Ligue Féminine de Football Professionnel en France, effective depuis le 1^{er} juillet 2024, marque une étape décisive dans le développement du football féminin. Cette initiative vise à professionnaliser les clubs, améliorer les conditions des joueuses et renforcer l'attractivité des compétitions nationales.

Avec un budget initial de 10 millions d'euros pour la saison 2024-2025, en hausse de 33% par rapport à l'exercice précédent, la LFFP prévoit d'élargir la Première Ligue Arkema de 12 à 14 clubs d'ici la saison 2026-2027. Parallèlement, le nombre de licenciées devrait doubler pour atteindre 500 000 d'ici 2028.

Ces mesures contribuent à accroître la visibilité du football au féminin en France, attirant davantage de sponsors et de diffuseurs, et offrant aux joueuses des conditions professionnelles optimales. (32,33,34)

Réduire les inégalités / Des initiatives pour un sport plus équitable et inclusif

Renforcer la médiatisation du sport féminin

Pour lutter contre la sous-représentation du sport au féminin, il est crucial de renforcer sa médiatisation. Cela passe d'abord par l'instauration de quotas obligatoires de diffusion pour garantir une présence équitable des sportives à l'antenne (comme celle instauré en 2014 en France.)

Les événements comme la Coupe du Monde féminine de football, qui a attiré plus d'un milliard de téléspectateurs en 2019, démontrent clairement que le public est demandeur de sport au féminin, à condition que celui-ci soit visible.

Pendant les Jeux Olympiques de 2024, parmi les meilleures audiences françaises figure la finale de basket féminine opposant la France aux Etats-Unis qui a réunit plus de 6.4M de téléspectateurs.

De plus, des études, comme celles de l'UEFA réalisées en Aout 2022, montrent qu'un nombre croissant de fans se tournent vers les compétitions féminines.

En effet, les finales de l'Euro féminin 2022 ont battu des records d'audience surpassant de nombreux événements masculins. Ce phénomène indique qu'une couverture accrue et une plus grande mise en avant peuvent entraîner un engouement populaire.

Les sponsors jouent aussi un rôle déterminant. En effet, tant qu'ils privilégient le sport masculin pour des raisons économiques, cela continue de marginaliser les sportives.

Il est urgent que les marques investissent de manière égale dans les équipes féminines, car cela contribue à un cercle vertueux de visibilité et de professionnalisation. (35)

Quelques exemples toutefois porteurs et impactants :

- Lors de la Coupe du Monde féminine 2023, Orange a marqué les esprits avec une campagne publicitaire percutante visant à déconstruire les préjugés sur le football au féminin. En montrant des actions spectaculaires de joueuses maquillées numériquement pour ressembler à des hommes, puis en révélant qu'il s'agissait en réalité de performances féminines ainsi, la marque a mis en lumière le talent des footballeuses. ([lien vidéo](#))
- Un exemple marquant d'investissement ciblé dans le football féminin est le partenariat entre Deloitte et la section féminine du Paris Saint-Germain. En devenant sponsor majeur de l'équipe, Deloitte a choisi de soutenir exclusivement le développement du football féminin, une démarche encore rare dans le sponsoring sportif. Initialement signé en 2022, ce partenariat a été renouvelé en 2024 pour trois saisons supplémentaires. Ainsi, cet engagement permet d'améliorer les infrastructures, les conditions d'entraînement et la visibilité du club, tout en envoyant un signal fort aux autres marques.
- En Allemagne, la Bundesliga féminine a connu une augmentation significative de son financement et de sa visibilité, grâce à un soutien financier accru de ses partenaires commerciaux.

Enfin, les médias doivent cesser de réduire les sportives à leur image ou à des récits stéréotypés et de les mettre en avant pour leurs performances et leurs talents.

Des initiatives comme "Sport Féminin Toujours" mené par l'ARCOM démontrent qu'il existe un vrai potentiel économique et médiatique à investir dans le sport féminin, et que cette visibilité accrue peut non seulement changer la perception du public, mais aussi ouvrir de nouvelles opportunités pour les athlètes.

C'est aussi en changeant les personnalités qui parlent du sport au féminin qu'on permet un discours plus inclusif et porteur. Ainsi, la création d'associations comme : "Femmes journalistes de sport" vise à améliorer la représentation des femmes dans les médias sportifs en France. Ce collectif milite pour une plus grande égalité femmes-hommes dans les rédactions sportives, en élaborant notamment une charte invitant les responsables à s'engager pour une meilleure représentation des femmes journalistes.

Dans cette optique, l'ouvrage "Merci Alice", publié en mai 2024 par l'Association Alice Milliat et le collectif Femmes Journalistes de Sport, met en lumière 80 championnes olympiques et paralympiques françaises, renforçant ainsi la reconnaissance des sportives et leur place dans l'histoire du sport.(36,37,38,39,40)

Chez ALKÉ, nous œuvrons chaque jour pour un sport plus inclusif, où chaque athlète peut s'épanouir sans contrainte ni discrimination.

Comme le rappelle Phumzile Mlambo-Ngcuka, ancienne Directrice exécutive d'ONU Femmes : « Le football est le sport le plus pratiqué et le plus suivi au monde. S'il promeut l'autonomisation des femmes, il peut avoir une influence considérable sur l'avancement de l'égalité des genres. »

Continuons à bâtir un avenir où chaque femme trouve sa place sur le terrain.

L'égalité dans le sport n'est pas un privilège, mais un droit.

Références

- (1) <https://www.tf1info.fr/sport/c-est-souvent-ce-qui-est-le-plus-facile-a-arreter-une-fille-sur-deux-delaisse-le-sport-a-l-adolescence-2346322> + https://www.lemonde.fr/idees/article/2024/07/12/dans-le-sport-de-competition-la-mixite-reste-hors-jeu_6249280_3232.html
- (2) https://injep.fr/tableau_bord/les-chiffres-cles-du-sport-2023-pratiques-sportives-selon-le-sexe/
- (3) <https://sporsora.com/whoarewe/actualites-sporsora/item/4936-les-chiffres-cles>
- (4) <https://www.unwomen.org/fr/jeux-olympiques-de-paris-2024-une-nouvelle-ere-pour-les-femmes-dans-le-monde-du-sport/faits-et-chiffres-les-femmes-dans-le-sport>
- (5) https://www.lemonde.fr/sport/article/2024/10/09/les-federations-sportives-au-defi-de-la-parite-femmes-hommes_6347256_3242
- (6) <https://rightforeducation.org/fr/2024/10/22/remuneration-hommes-femmes-sport>
- (7) <https://www.rtf.be/article/ecart-salarial-dans-le-sports-les-hommes-gagnent-cinq-fois-plus-que-les-femmes-11393374>
- (8) <https://www.arcom.fr/actualites/sport-feminin-toujours-2023-l-operation-de-larcom-pour-plus-de-sport-feminin-lantenne-sur-les-plateaux-et-dans-les-instances-sportives>
- (9) <https://fr.statista.com/statistiques/986226/francais-regardant-sport-feminin-television/>
- (10) <https://www.arcom.fr/se-documenter/etudes-et-donnees/etudes-bilans-et-rapports-de-larcom/sport-feminin-panorama-des-pratiques-de-consommation-audiovisuelle>
- (11) <https://www.lequipe.fr/Medias/Actualites/L-operation-sport-feminin-toujours-pour-montrer-l-ecart-mediatic-avec-le-sport-masculin/1376896>
- (12) <https://www.oxfamfrance.org/inegalites-femmes-hommes/inegalites-femmes-sport>
- (13) <https://balises.bpi.fr/femmes-et-sport-2-mediatisation-sportives/>
- (14) <https://www.rfi.fr/fr/sports/20240611-elles-ont-marqu%C3%A9-les-jo-cathy-freeman-symbole-de-la-r%C3%A9conciliation-australienne-de-sydney-2000>
- (15) https://www.lemonde.fr/sport/article/2021/07/27/jo-de-tokyo-2021-l-americaine-simone-biles-se-retire-du-concours-par-equipes-en-gymnastique-a-la-surprise-generale_6089679_3242.html
- (16) <https://sportloiret.fr/1900/11/25/onu-cinq-choses-a-savoir-sur-les-femmes-et-le-sport/>
- (17) [https://www.lemonde.fr/sport/article/2024/10/09/les-federations-sportives-au-defi-de-la-parite-femmes-hommes_6347256_3242].(https://www.lemonde.fr/sport/article/2024/10/09/les-federations-sportives-au-defi-de-la-parite-femmes-hommes_6347256_3242.html)
- (18) <https://www.unwomen.org/fr/jeux-olympiques-de-paris-2024-une-nouvelle-ere-pour-les-femmes-dans-le-monde-du-sport/faits-et-chiffres-les-femmes-dans-le-sport>
- (19) https://www.lemonde.fr/societe/article/2023/06/29/interdiction-du-voile-dans-les-competitions-de-football-le-conseil-d-etat-juge-la-reglementation-de-la-fff-adaptee-et-proportionnee_6179807_3224
- (20) <https://www.ffhockey.org/federation/toute-l-actualite/2652-le-federation-francaise-de-hockey-vote-une-avancee-historique-relative-aux-tenues-de-ses-joueuses>

- (21) <https://www.cnews.fr/sport/2022-10-26/manchester-city-les-joueuses-du-club-anglais-ne-porteront-plus-de-short-blanc?>
- (22) <https://www.thewomensvoices.fr/news/jo-2024-les-joueuses-de-beach-volley-francaises-disent-non-au-bikini/>
- (23) <https://www.lfp.fr/article/parce-que-le-12e-homme-est-aussi-une-femme-celebrons-toutes-les-spectatrices-des-stades>
- +[https://www.aja.fr/her-game-too-a-la-rencontre-de-nos-u17-et-u19/#:~:text=Pour rappel%2C Her Game Too,et respectées de manière égale.](https://www.aja.fr/her-game-too-a-la-rencontre-de-nos-u17-et-u19/#:~:text=Pour%20rappel%2C%20Her%20Game%20Too,et%20respect%C3%A9es%20de%20mani%C3%A8re%20%C3%A9gale.)
- (24) <https://www.sports.gouv.fr/plan-5000-terrains-de-sport-d-ici-2024-678>
- (25) <https://www.mullenloweglobal.com/work/every-stain-should-be-part-of-the-game>
- (26) <https://www.olbia-conseil.com/wp-content/uploads/2023/06/oeil-dEgal-Sport-Quelle-parite-pour-les-federations-olympiques-en-2024-DEF.pdf>
- (27) <https://cnosf.franceolympique.com/le-club-des-300>
- (28) <https://sporsora.com/ressources/chiffes-cles-etudes-sporsora/1017-etude-two-circles-x-sporsora-le-developpement-economique-du-sport-feminin-en-france-compressed/file>
- (29) <https://fr.uefa.com/development/womens-football/>
- (30) <https://fr.euronews.com/2023/07/27/egalite-de-gendre-dans-le-sport-les-defis-des-athletes-femmes>
- (31) <https://www.rtbef.be/article/les-etats-unis-suivent-l-exemple-de-la-norvege-et-du-bresil-sur-l-egalite-salariale-en-selection-de-football-10995396>
- (32) <https://www.fff.fr/article/12434-nike-equipementier-officiel-de-la-fff-jusqu-en-2034.html>
- (33) <https://www.fff.fr/748-ligue-feminine-du-football-professionnel-lffp-.html>
- (34) https://www.footofeminin.fr/Ligue-Professionnelle-Une-nouvelle-etape-franchie-nouveaux-noms-et-nouveaux-logos_a19192.html
- (35) <https://fr.uefa.com/news-media/news/0278-15ffa4ac74d6-44bc27a6d547-1000--plus-de-365-millions-de-personnes-ont-suivi-l-euro-femini/>
- (36) <https://www.psg.fr/equipes/football-feminin/content/l-equipe-feminine-du-paris-saint-germain-et-deloitte-france-annoncent-le-renouvellement-de-leur-partenariat-jusqu-en-2027>
- (37) <https://www.clemi.fr/ressources/ressources-pedagogiques/le-role-de-larcom-pour-ameliorer-la-mediatisation-du-sport-feminin>
- (38) <https://www.sports.gouv.fr/mediatiser-le-sport-au-feminin-1709>
- (39) <https://www.fondationdefrance.org/fr/actualites-de-fondations/fondation-alice-milliat-promouvoir-le-sport-au-feminin>
- (40) <https://femmesjournalistesdesport.fr/notre-charte/>
- (41) <https://inside.fifa.com/fr/news/mlambo-ngcuka-le-football-peut-avoir-une-influence>