



HAL
open science

Rapport final - Étude d'impact et héritage sociaux de la Coupe du Monde féminine FIFA France 2019 - Décembre 2020

Cécile Ottogalli-Mazzacavallo, Virginie Nicaise, Guillaume Bodet, Aurélie
Épron

► To cite this version:

Cécile Ottogalli-Mazzacavallo, Virginie Nicaise, Guillaume Bodet, Aurélie Épron. Rapport final - Étude d'impact et héritage sociaux de la Coupe du Monde féminine FIFA France 2019 - Décembre 2020. [Rapport de recherche] 3, Comité Local d'Organisation de la Coupe du Monde Féminine FIFA France 2019 (LOC 2019). 2020. hal-03261604

HAL Id: hal-03261604

<https://hal.science/hal-03261604>

Submitted on 3 Apr 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



COUPE DU MONDE FÉMININE
FRANCE 2019

Rapport final

Étude d'impact et héritage sociaux
de la Coupe du Monde féminine,
FIFA, France 2019™

Décembre 2020





Rapport final

Étude d'impact et héritage sociaux de la Coupe du Monde féminine, FIFA, France 2019

Décembre 2020



Sommaire

Préface	7
Introduction	9
Méthodologie	10
Axe 1 - Les conséquences de la CDMF sur les représentations sociales de la population	12
L'intérêt porté au football pratiqué par les femmes.....	14
La notoriété de l'événement : Coupe du Monde Féminine de la FIFA, France 2019™.....	15
L'image et les stéréotypes du football pratiqué par les femmes.....	17
Contribution de la CDMF à l'égalité femmes / hommes.....	19
Axe 2 - Les conséquences de la CDMF sur la pratique sportive organisée	23
La situation dans les clubs avant la Coupe du Monde.....	24
Impact sur les clubs de football des villes hôtes et de la ville témoin.....	26
Impact sur les clubs sportifs hors football des villes hôtes et de la ville témoin.....	27
Axe 3 - Les conséquences de la CDMF sur les politiques publiques territoriales	30
Les perceptions de l'impact et héritage de la CDMF 2019 dans les collectivités territoriales.....	31
L'impact social immédiat de la CDMF en matière d'actions de promotion du sport pour les femmes avant et pendant l'événement.....	36
L'héritage de la CDMF en matière de promotion du sport pratiqué par des femmes dans les collectivités.....	37
Les difficultés rencontrées par les collectivités territoriales.....	40
Conclusion de l'étude d'impact social de la CDMF FIFA, France 2019™	43
Points clés	47
Les auteur-es	48
Remerciements	48
Le laboratoire de recherche	49



Préface

Lorsqu'en mars 2015, la FIFA a fait à la France l'honneur de lui confier l'organisation de sa Coupe du monde féminine 2019, un premier rêve était devenu réalité : pouvoir accueillir la plus prestigieuse compétition de football féminin. Pour la FFF, cela concrétisait le travail mené dans le cadre du plan de développement de la féminisation, initié par le président Noël Le Graët.

Il nous restait un second rêve à réaliser : faire de ce rendez-vous exceptionnel une très belle fête. Une fête du sport, du jeu et de la mixité, une fête capable de réunir l'ensemble du football français et de lui laisser un héritage pour l'avenir. Ce rêve-là a mobilisé les énergies de ceux qui ont œuvré à la réussite de cette ambition.

Gianni Infantino, président de la FIFA, nous a adressé le plus beau des compliments en évoquant ensuite « la plus belle Coupe du monde féminine de la FIFA de l'histoire ». Quelle récompense pour notre Comité local d'organisation et les neuf villes hôtes, Grenoble, Le Havre, Lyon, Montpellier, Nice, Paris, Reims, Rennes et Valenciennes !

La vision que nous avons sans cesse portée autour de ce Mondial était centrée sur cinq enjeux majeurs : la réussite sportive, l'excellence organisationnelle, le rayonnement national, l'engouement populaire, et l'héritage pour la mixité et pour le sport féminin. Ces objectifs ont été atteints, les chiffres et les témoignages en attestent. Au-delà, leur synergie devait aussi contribuer à faire de cette Coupe du monde un évènement à fort impact.

Une première étude, publiée en juillet 2020, a permis de mesurer son impact économique et environnemental, illustré par des retombées directes et indirectes très positives pour notre pays, les territoires et la collectivité. Mais il était également important pour nous d'évaluer et d'objectiver son héritage social et sociétal réel, particulièrement sur le thème de la mixité.

Les résultats de cette nouvelle étude qui sont présentés ici sont riches d'enseignements. Le succès d'ensemble de cette Coupe du monde féminine 2019 a été unanimement perçu, l'image du football féminin en est ressortie grandie, de nombreuses barrières se sont effacées. Les retombées de son impact social seront encore plus significatives à moyen terme.



Brigitte HENRIQUES

Vice-Présidente Déléguée de la Fédération Française de Football et du Comité Local d'Organisation

La Coupe du monde 2019 a enclenché un mouvement ancré sur l'importance d'avoir des hommes et des femmes dans toutes les structures au nom de la mixité. Elle a sensibilisé puis convaincu l'ensemble des acteurs, des spectateurs, des téléspectateurs que le sport féminin était digne d'être connu et reconnu à sa juste valeur.

Ce constat reflète les progrès que la Coupe du monde a engendrés et décuple notre volonté de poursuivre encore et toujours nos efforts en profondeur, de renforcer notre politique de développement, en nous inscrivant dans une continuité d'action et dans le temps long, avec tous les acteurs concernés. Nous avons déjà parcouru beaucoup de chemin, en étant partis de loin. Il en reste beaucoup à accomplir. Alors, en route !



Introduction

Impact et héritage sociaux d'un événement sportif



Cette étude, commanditée par le Comité Local d'Organisation (LOC) de la FIFA et réalisée par le Laboratoire sur les Vulnérabilités et l'Innovation dans le Sport de l'Université Lyon 1, porte sur l'impact et héritage sociaux de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA, France 2019™ (CDMF), qui s'est déroulée du 7 juin au 7 juillet 2019, en France.

Dans la perspective d'un événement voulu comme un levier de développement durable du sport pour les femmes, la présente étude d'impact/héritage se structure autour de trois axes de recherche et d'évaluation :

🚫 **Axe 1** – Les conséquences de la CDMF sur les représentations sociales de la population : dans quelle mesure l'événement sportif modifie-t-il les attitudes, les perceptions et les représentations des individus ?

👉 **Axe 2** – Les conséquences de la CDMF sur la pratique sportive organisée des femmes : dans quelle mesure l'événement sportif stimule le secteur et la pratique sportive à destination des femmes ?

🔄 **Axe 3** – Les conséquences de la CDMF sur les politiques publiques territoriales : dans quelle mesure l'événement sportif stimule l'action publique ?

Ces trois axes permettent d'appréhender, sous différents angles, les dynamiques et processus à l'œuvre dans les villes hôtes pour objectiver l'impact de cette Coupe du Monde sur l'une des neuf thématiques clés : la mixité (promouvoir la mixité à tous les niveaux organisationnels de l'événement et être un acteur clé du changement de la place des femmes dans le sport et la société).

Le terme d'impact désigne les conséquences directes résultant d'un événement, qui sont temporaires et qui vont, plus l'on s'éloigne de l'événement, progressivement disparaître. À l'inverse, le terme héritage désigne des conséquences durables.

Concernant l'impact/héritage social, il fait référence à la faculté d'un événement sportif à produire des changements individuels et collectifs dans les systèmes de valeurs, les comportements, les structures communautaires, le style et la qualité de vie.

Méthodologie

Les méthodologies et protocoles de recherche varient en fonction de l'objectif poursuivi dans chaque axe de l'étude :

AXE 01

Mesurer l'impact sur les représentations de la population

- ▶ Par questionnaires auprès de la population
- ▶ 3 mois avant, 3 mois après la CDMF et un an après

Échantillon avant la CDMF : 3004 personnes ; échantillon trois mois après : 1443 personnes ; échantillon un an après : 2262 personnes sondées.

- ▶ **Notoriété de la CDMF** : connaissance de l'événement international, suivi médias et réseaux sociaux, regarder à la télévision et assister aux matchs. Un an après la CDM, intérêt porté à la D1 Arkema.
- ▶ **Connaissance et image du football pratiqué par les femmes** : les joueuses, la sélectionneuse, représentations, images et stéréotypes.
- ▶ **Impact social de la CDMF** : visibilité et pratique sportive des filles et des femmes, fonctions d'entraîneuse et de dirigeante, retombées, enthousiasme et ferveur populaire autour de l'événement.

AXE 02

Mesurer l'impact sur les politiques sportives dans les clubs

- ▶ Par questionnaires 3 mois avant
- ▶ Par entretiens auprès des dirigeant-es des organisations sportives (football et autres activités) 3 mois après la CDMF

*Echantillon avant la CDMF : 96 organisations sportives, 46 disciplines, 17 clubs de football
Echantillon trois mois après : 60 clubs sportifs – 30 clubs de football et 30 clubs sportifs*

- ▶ **Caractérisation de la situation des filles et femmes dans les clubs sportifs** des villes hôtes et une ville témoin.
- ▶ **Impact sur les clubs de football et hors football** : degré d'engagement et d'appréciation de l'événement, projection des dirigeant-es dans de nouveaux projets à destination des filles et des femmes.
- ▶ **Impact sur l'environnement des clubs sportifs** : changement de regard des parties prenantes des clubs.

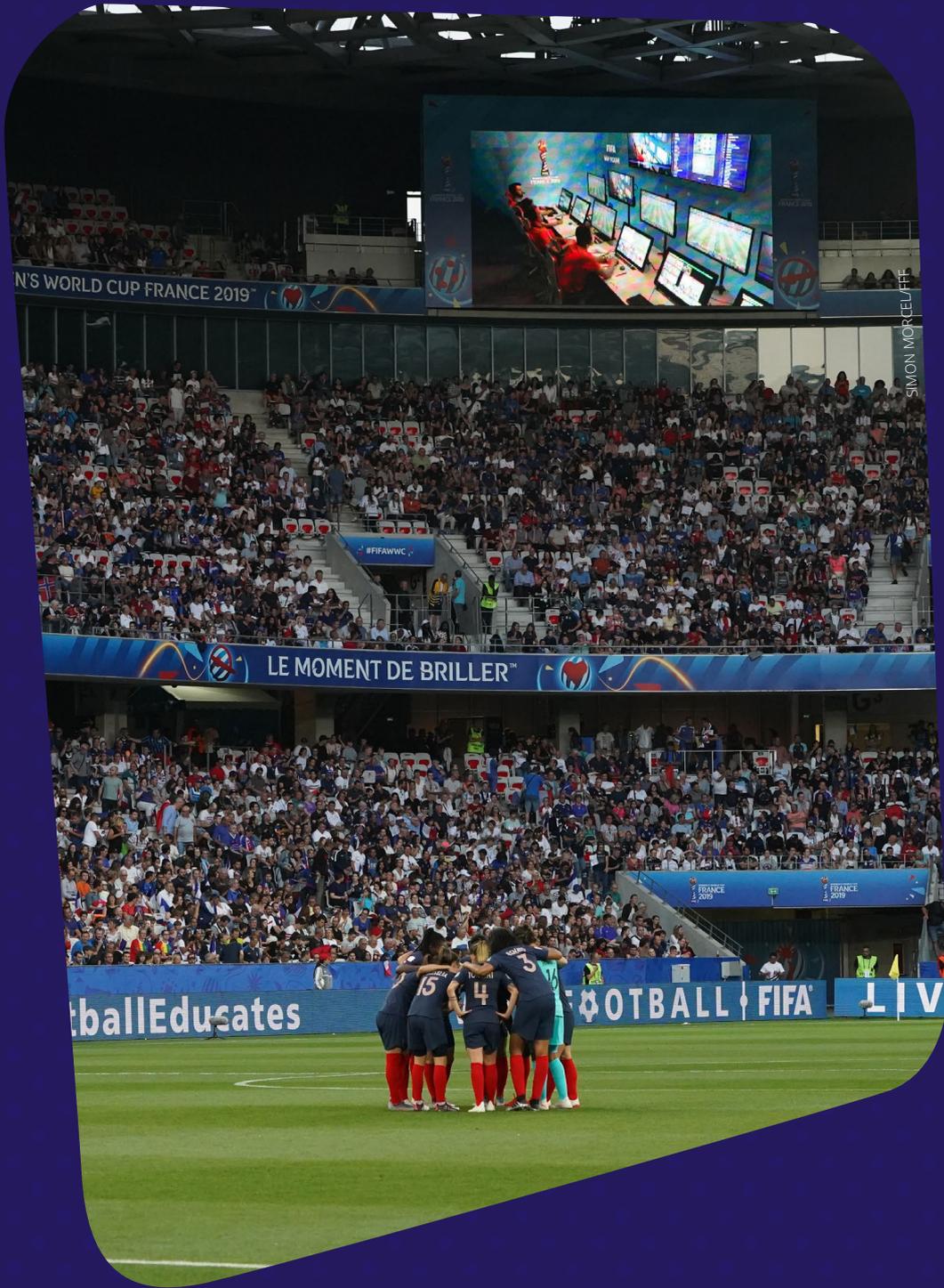
AXE 03

Mesurer l'impact sur les politiques publiques territoriales

- ▶ Par entretiens auprès des agent-es et élu-es de 4 villes hôtes (services égalité et services sport)
- ▶ 3 mois avant et un an après la CDMF

25 entretiens trois mois avant la CDMF et 18 entretiens un an après la CDMF

- ▶ **Évaluation des modalités de réalisation d'une politique intégrée de l'égalité** en matière de promotion et développement des sports dans les collectivités territoriales.
- ▶ Entretiens sur les **objectifs poursuivis, les actions mises en place, les ressources disponibles, les procédures d'évaluation et les difficultés rencontrées** (approche comparée avant et après la CDMF).
- ▶ Entretiens sur les **perceptions de l'impact et héritage sociaux** de la CDMF un an après l'événement.



AXE
01



Les conséquences de la CDMF
sur les représentations sociales
de la population

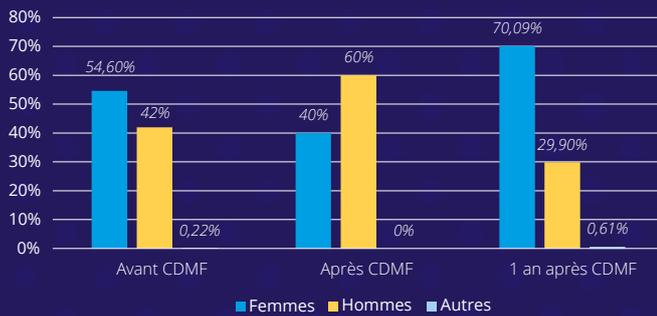


Caractéristiques des échantillons

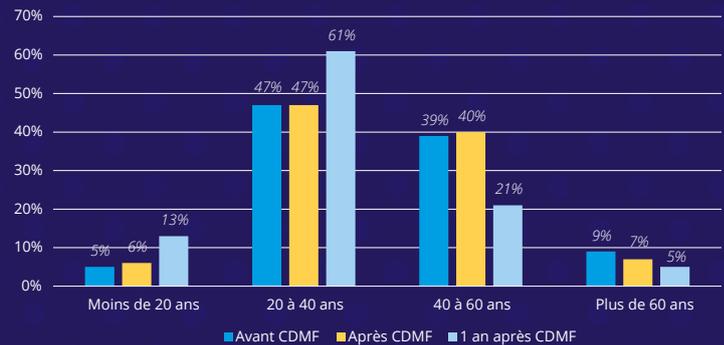
▲ Nombre de participant·es avant, 3 mois après la CDMF et 1 an plus tard

Date de passation des questionnaires	Avant CDMF 2 Avril au 5 Juin 2019	3 mois après CDMF 4 Octobre au 15 Novembre 2019	1 an après 15 Avril au 10 Juillet 2020
TOTAL	3004	1443	2262

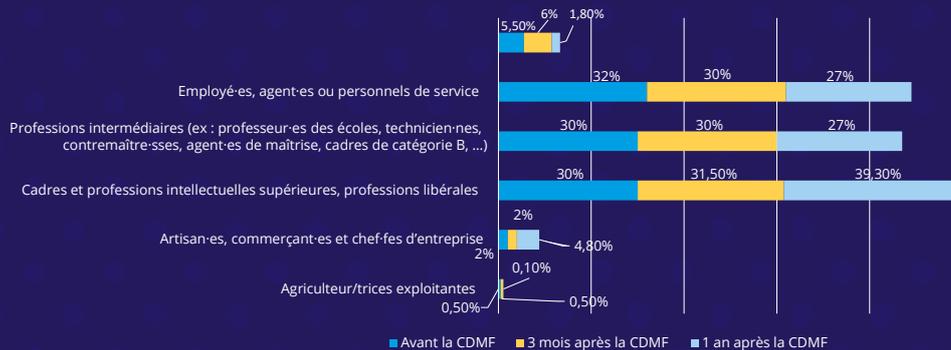
▲ Répartition sexuée des 3 échantillons



▲ Répartition par tranche d'âge des 3 échantillons



▲ Catégories socio-professionnelles des échantillons



▲ Pratique sportive des échantillons

Échantillon avant la CDMF	Échantillon 3 mois après	Échantillon 1 an après	Votre niveau d'activité physique et sportive
62%	63%	59%	Oui, je fais régulièrement de l'activité physique.

▲ Pratique du football des échantillons

	Échantillon avant la CDMF	Échantillon 3 mois après	Échantillon 1 an après
% pratiquant·es de Football	25%	21%	22%
% licencié·es FFF	12,5%	10%	13%

▲ Intention de pratiquer le football pour les non-pratiquant·es

Pour les 75% de l'échantillon qui ne pratiquent pas le football (ni en loisirs, ni au sein d'une structure), il est intéressant de noter que 4%, sont des femmes et ont l'intention de pratiquer le football dans un futur proche. 3 mois après la CDMF, les 79% qui ne pratiquent pas le football, 5% d'entre elles envisagent de pratiquer dans un futur proche. 1 an après la CDMF, les 78% qui ne pratiquent pas le football, 6% d'entre elles envisagent de pratiquer dans un futur proche.

▲ L'implication dans la pratique du football



► L'intérêt porté au football pratiqué par les femmes

Avant la Coupe du Monde, à la question, « avez-vous déjà regardé un match de football pratiqué par les femmes au cours de ces 4 dernières années ? », près de 80% de l'échantillon répondent par l'affirmative. Trois mois après la CDMF, ce résultat augmente à 88%, pour revenir au niveau de départ, un an après la CDMF.

Avant la CDMF, sur les 80% qui ont déjà regardé un match de football pratiqué par les femmes, elles et ils ont regardé pour les $\frac{3}{4}$ moins que 10 matchs sur les 4 ans.

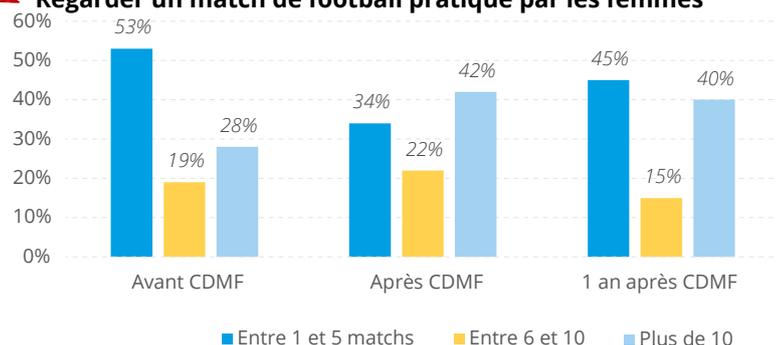
Après la CDMF, sur les 88% qui ont déjà regardé un match de football pratiqué par les femmes, elles et ils ont regardé pour les $\frac{2}{3}$, moins que 10 matchs sur les 4 ans. Un an après la CDMF, le constat est identique.

Concrètement, la CDMF a permis à la population française d'avoir accès et de voir les matchs de football pratiqué par les femmes.

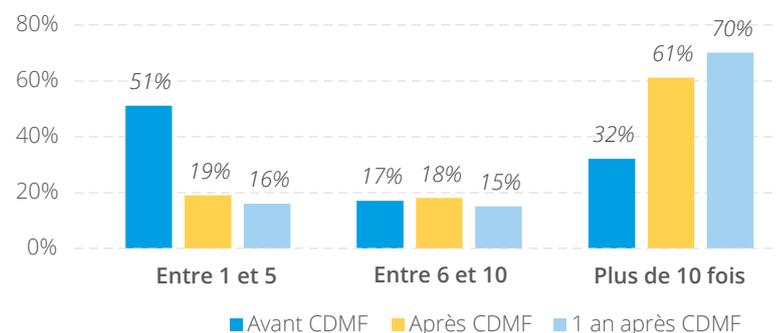
Parmi les 10% de pratiquant-es de football, on peut remarquer un fort intérêt pour le football pratiqué par les femmes : 32% avant, 61% juste après à 70% des pratiquant-es ont vu plus de 10 matchs.

Pour les non pratiquant-es de football, l'intérêt à regarder les matchs est présent juste après l'évènement, puis régresse 1 an après la CDMF pour retrouver des niveaux pré-CDMF.

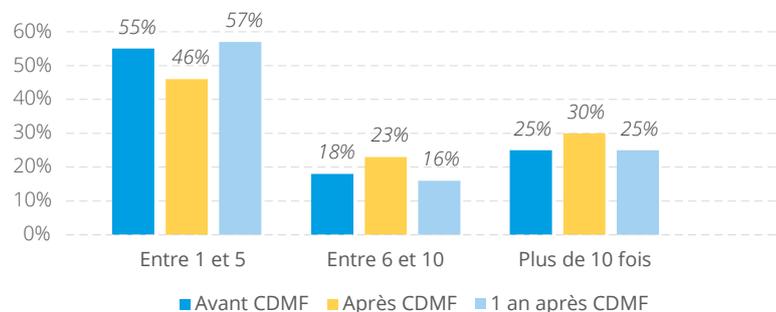
► **Regarder un match de football pratiqué par les femmes**



► **Pratiquant-es de football : regarder un match de football pratiqué par les femmes**



► **Non pratiquant-es de football : regarder un match de football pratiqué par les femmes**



▼ La notoriété de l'événement Coupe du Monde Féminine de la FIFA, France 2019™

La CDMF FIFA France 2019 a bénéficié d'une couverture médiatique sans précédent.

Ainsi, près de 87% de la population enquêtée avait entendu parler de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA avant l'événement, avec plus de la moitié de la population répondant « beaucoup ».

Après la CDMF, 96% de la population a eu connaissance de l'évènement, dont 81% « beaucoup ».

Un an après la CDMF, 88% de la population a entendu parler de l'événement, dont 64% beaucoup.

La CDMF a un impact sur les connaissances de la population qui ne semble pas durer dans le temps.

▲ La connaissance de l'événement

	Avant			Après			1 an après		
	Total %	H%	F%	Total %	H%	F%	Total %	H%	F%
Moyen	35	37	33	15	11	17	24	16,5	24
Beaucoup	52	49	57	81	84	80	64	78,5	63

▲ L'intérêt porté à la Coupe du Monde

Suivre dans les médias et réseaux sociaux : la CDMF, en France ? (%)			Regarder les rencontres à la télé, tablette, téléphone ? (%)			Assister physiquement au match ? (%)		
Avant	Après	1 an après	Avant	Après	1 an après	Avant	Après	1 an après
80	82	63	80	83	67	63	52	38

Près de 80% des répondant-es sont intéressé-es à suivre la CDMF, à regarder les matchs à la télévision, et près de 63% ont prévu d'assister à un match. Cet intérêt était d'autant plus fort, voire remarquable, que dans notre échantillon (cf. chapitre de la pratique du football des répondant-es), seulement 25% disaient faire du football, dont 12,5% étaient licencié-es FFF. Cette compétition a intéressé et pas seulement les personnes investies dans le football.

Après la Coupe du Monde, si nous prenons la moyenne des réponses à ces questions, les analyses statistiques révèlent que l'intérêt à suivre la Coupe du Monde Féminine a augmenté tant dans les médias et réseaux sociaux (avant la CDMF : 3.9/5 et après 4.2/5) que dans le fait

de vouloir regarder les rencontres (avant la CDMF : 3.95 et après : 4.2). Par contre, l'intérêt à assister aux matchs a baissé après la Coupe du Monde. Ce dernier point est peut-être lié au fait que l'équipe de France ait été éliminée en ¼ finale (Avant la CDMF : 3.44/5 et après la CDMF 3.15/5).

Un an après la CDMF, 63% des répondant-es affirment avoir suivi la compétition sur les réseaux sociaux et 67% ont regardé des matchs. Le taux d'intérêt à assister aux matchs baissent fortement un an après : 38% seulement des sondé-es déclarent avoir été intéressé-es à assister à un ou plusieurs matchs de la compétition.

Conclusion : les analyses laissent penser que cet évènement a fait naître un intérêt notable au sein de la population durant les phases de préparation et de compétition, mais qui ne s'est pas maintenu dans le temps.

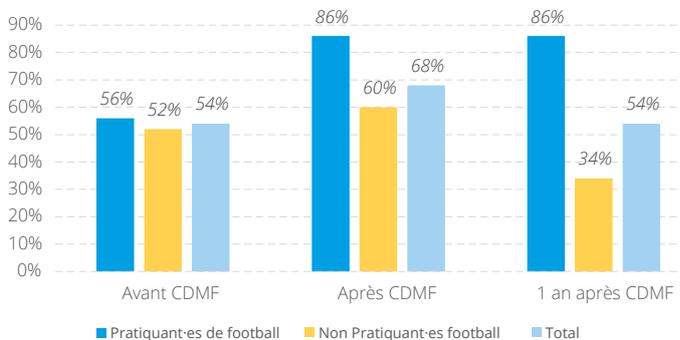
▲ Intérêt porté à la Division 1 et à l'équipe de France depuis la CDMF

Suivi la saison de Division 1 Féminine ?	Regardé des rencontres de D1 Féminine ?	Assisté physiquement à des rencontres de D1 Féminine ?
39%	36%	18%

Un an après la CDMF, nous nous sommes intéressé·es à la Division 1. 39% des sondé·es indiquent avoir suivi les résultats du championnat de Division 1 lors de la saison 2019-2020, 36% affirment avoir regardé des

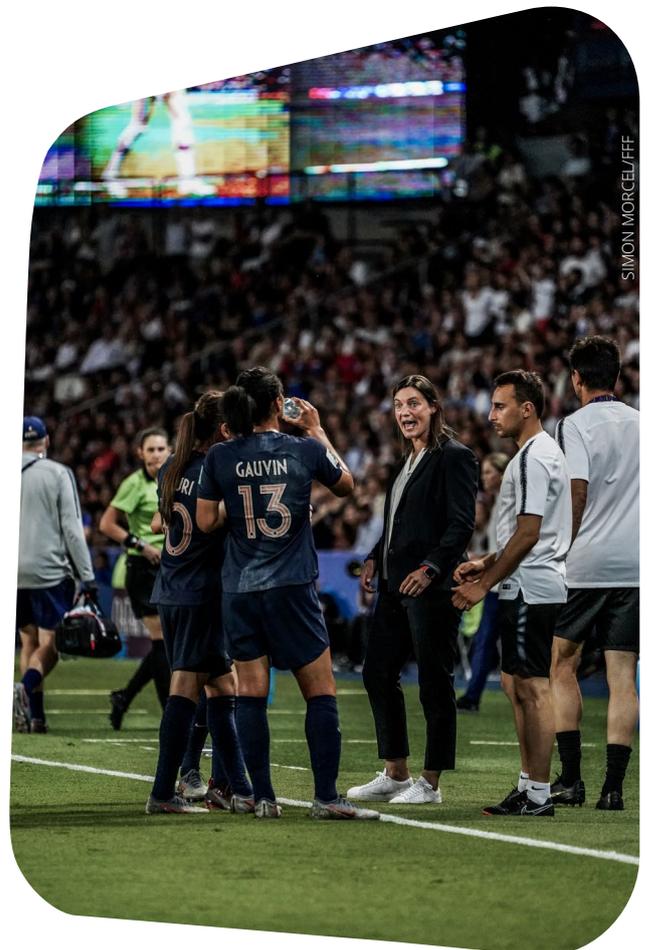
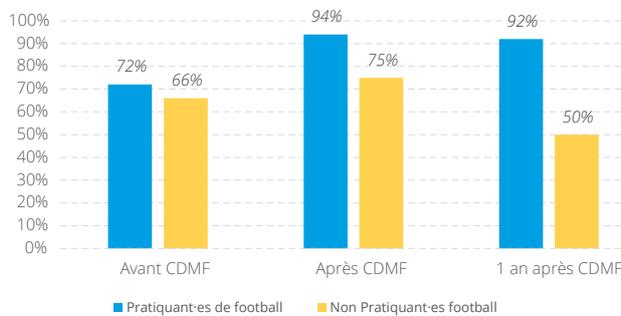
rencontres du championnat, cependant, moins d'une personne sur 5 (18%) indique avoir assisté physiquement à des matches.

▲ Connaissances du / de la sélectionneur·se de l'équipe de France



La sélectionneuse Corinne Diacre et les joueuses ont gagné en notoriété pendant l'événement auprès du grand public, mais cette notoriété a chuté 1 an après la CDMF pour le grand public non-pratiquant·es de football.

▲ Connaissance des joueuses de l'équipe de France



SIMON MORCEL/FFF

➤ L'image et les stéréotypes sur le football pratiqué par les femmes

▲ Association de 10 mots qualificatifs du football pratiqué par les femmes

	Avant	3 mois après	1 an après
Femmes	Technique, Olympique Lyonnais , sportive, égalité, respect , méconnu , ballon, équipe, sport, courage	Technique, fair-play, respect , ambiance, égalité , football, sport , compétition, équipe, jeu	Technique, respect, fair-play , force, courage, sport , féminisme, égalité , équipe, ballon
Hommes	Football, sport, égalité, Olympique Lyonnais , lent, respect , intéressant, technique , spectacle, agréable	Olympique Lyonnais, sport, égalité, beau jeu, agréable, lent, technique, fair-play, respect, jeu	USA, Olympique Lyonnais, lent, sport , football, égalité, technique, respect, fair-play , agréable

En gras les mots communs entre les femmes et les hommes.

En bleu les mots plutôt positifs.

En rouge les mots plutôt négatifs.

Interrogées sur les mots qu'elles et ils associent au football pratiqué par les femmes, les répondant·es ont le plus souvent fait émerger les notions d'égalité, de respect et de fair-play.

L'Olympique lyonnais revient de façon récurrentes dans les réponses des répondant·es pour les performances de son équipe et de son investissement dans le football pratiqué par les femmes.

Les répondant·es ont tendance à mettre en avant le caractère « méconnu » du football pratiqué par les femmes, avant la Coupe du monde, tendance qui s'amenuise après l'événement. Cette Coupe du Monde a donc permis de renforcer la visibilité et mis en avant l'aspect militant autour de cette pratique sportive, évoqué notamment à travers la notion de « féminisme ».

Les hommes interrogés soulignent davantage l'intérêt et l'agréabilité du football pratiqué par les femmes (« beau jeu », « agréable »), mais insistent sur la lenteur du jeu tout en valorisant leur qualité technique, à toutes les étapes de l'étude.



En bleu, les mots communs entre les femmes et les hommes.



▲ L'adhésion aux stéréotypes sexuels chez les femmes et les hommes

Lorsque les répondant·es se positionnent sur leur propre adhésion aux stéréotypes sexuels, il s'avère que les femmes n'adhèrent pas aux stéréotypes, à la différence des hommes.

En comparant les femmes non-pratiquantes et pratiquantes, nous constatons qu'elles ont la même perception sur l'adhésion aux stéréotypes sexuels que la population en générale.

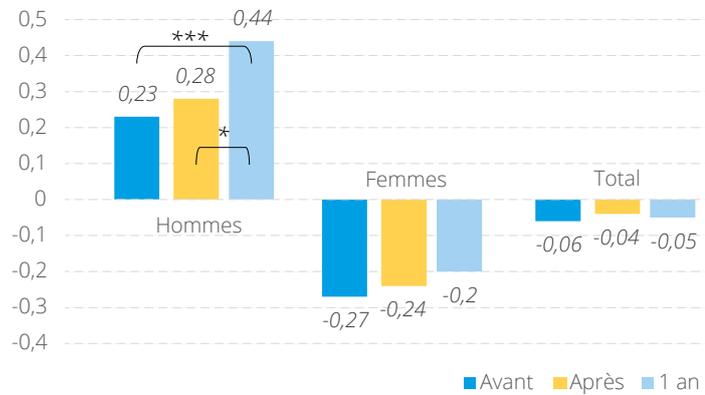
Chez les femmes non-pratiquantes, le degré d'adhésion aux stéréotypes sexuels n'a pas changé dans le temps. Non seulement elles n'adhèrent pas aux stéréotypes sexuels, mais en plus leurs perceptions relativement sont stables.

Chez les hommes pratiquants du football, l'adhésion aux stéréotypes est la plus élevée et le score augmente significativement (0,32 ; 0,72 ; 0,81), alors que chez les non-pratiquants de football, le score baisse significativement juste après la CDMF (0,2 à 0,07) et revient au niveau initial un an après la CDMF (0,21).

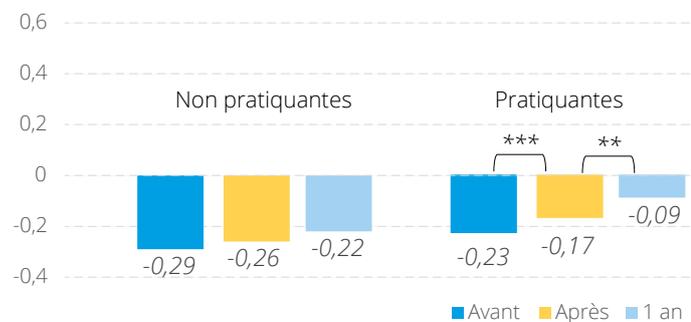
Paradoxalement, la CDMF semble donc avoir renforcé l'adhésion aux stéréotypes des hommes pratiquants du football.

Les hommes percevraient-ils une forme de menace de l'investissement par les femmes au sein de la pratique du football ?

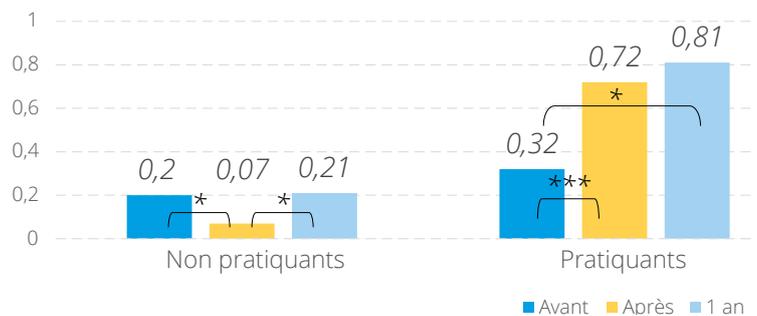
▲ Adhésion aux stéréotypes sur le football selon le sexe



▲ Adhésion des femmes aux stéréotypes selon la pratique ou non du football



▲ Adhésion des hommes aux stéréotypes selon la pratique ou non du football



Plus le score est positif, plus l'adhésion au stéréotype est forte, adhérent ainsi à ce propos selon lequel les hommes sont meilleurs que les femmes au football. Lorsque $p < 0.05$, les différences de mesures entre avant, 3 mois après la Coupe du Monde et 1 an après, est significative. * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$

➤ Contribution de la CDMF à l'égalité femmes / hommes

Nous avons mesuré les croyances des sondé-es quant au rôle de la CDMF comme levier du changement vers plus d'égalité entre les femmes et les hommes.

▲ Pensez-vous que l'organisation de la Coupe du Monde a contribué à ...

	Avant la CDMF		3 mois après		1 an après	
	F	H	F	H	F	H
... améliorer les rapports sociaux entre les femmes et les hommes de manière générale	55.5%	52.7%	50.7%	54.7%	39%	42%
... développer la visibilité des sportives	96%	94.3%	52%	51%	90%	88%
... développer la pratique sportive des filles et des femmes en général	94.3%	92.1%	94.2%	89.7%	80%	84%
... favoriser l'accès des femmes aux fonctions d'entraîneuses	74.5%	72.4%	58%	57%	53%	49%
... favoriser l'accès des femmes aux fonctions de dirigeantes	64%	63.4%	47.8%	49.2%	35%	41%
... développer la pratique du football des filles et des femmes	96.9%	85.3%	89.6%	91.7%	88%	86%
... augmenter le nombre de licenciées	91.5%	93.4%	90.2%	88.2%	82%	82%
... réduire les inégalités dans les conditions de pratique du football (accès aux créneaux d'entraînements, nombre d'éducateur/trices, etc.) entre les hommes et les femmes	66%	66.6%	49.2%	55%	36%	47%
... développer la médiatisation des sportives	92.1%	91%	87.1%	84.9%	81%	78%

La Coupe du Monde a permis de médiatiser et rendre visible le football pratiqué par les femmes pendant un mois, mais il apparaît ambitieux de faire reposer sur un événement seul la charge de contribuer à réaliser ces changements sociaux.

Les attentes sont fortes sur la contribution de la CDMF à développer la pratique sportive en général et du football des filles/femmes, augmenter le nombre de licenciées et la médiatisation et la visibilité des sportives.

Les attentes semblent plus faibles sur les rapports sociaux entre les femmes et les hommes, l'accès des femmes aux fonctions d'entraîneuse et/ou dirigeante, et la réduction des inégalités dans les conditions de pratique du football (créneaux d'entraînements, nombre d'éducateur/trices) entre les femmes et les hommes.

Les femmes ont des attentes plus importantes sur la contribution de la CDMF que les hommes.

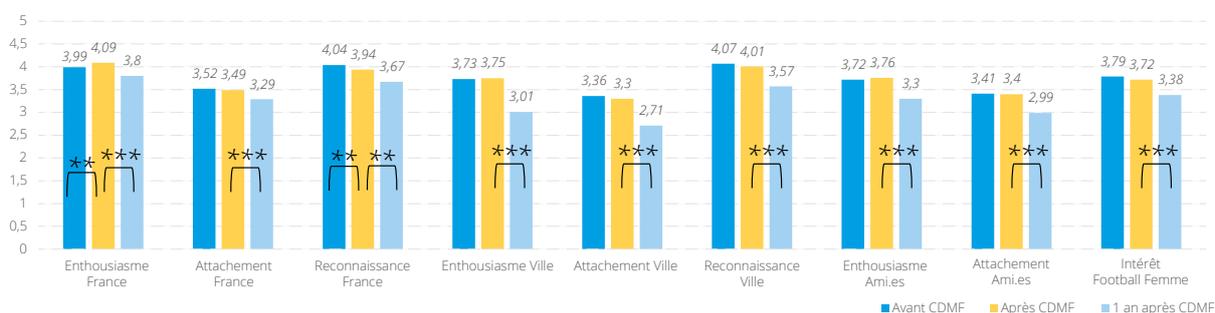
► La cohésion, l'attachement, la ferveur de l'événement national, au sein des villes et des groupes sociaux

Par ailleurs, nous avons mesuré l'attachement (liens d'amitiés entre les Français-es dans une communauté locale et dans différents groupes) et l'enthousiasme à différents niveaux.

Avant la CDMF, comme de nombreux événements internationaux, les répondant-es sont en accord avec le fait que la CDMF contribue

à renforcer l'enthousiasme d'être Français-es (3,99) et plus mitigé-es sur le renforcement de l'enthousiasme d'être de telle ou telle ville ou l'envie d'être entre ami-es. Globalement, les répondant-es estiment que la CDMF suscite de la joie, du plaisir, de l'enthousiasme plus qu'un sentiment d'appartenance.

► Attachement et Enthousiasme envisagés suite à l'organisation d'un tel évènement



3 correspond à moyennement d'accord, 4 : d'accord et 5 : tout à fait d'accord. * = $p < 0.05$; ** = $p < 0.01$; *** = $p < 0.001$.

La CDMF a créé un moment de divertissement et d'animation et a généré de l'enthousiasme et un engouement des Français-es autour de l'événement. Cet événement a produit du plaisir,

mais pas au point de générer des interactions et des liens durables entre la population et l'appartenance aux villes hôtes.

► Conclusion

Si l'évènement a permis de médiatiser, rendre accessible le football pratiqué par les femmes et de mieux faire connaître ses actrices, cet impact ne dure pas dans le temps et régresse progressivement dès les mois qui suivent la CDMF.

Ainsi, l'évènement n'a pas affecté durablement les perceptions et représentations de la population, même si quelques éléments explicatifs sont identifiables (cf. Les difficultés rencontrées, p.40).

La rupture s'est amorcée dès la fin de l'évènement international (en référence à la deuxième collecte de données, 3 mois après).

Le football pratiqué par des femmes profite-t-il d'une communication et visibilité ponctuelle ? L'évènement ne semble pas avoir affecté durablement les perceptions et représentations de la population, même si quelques améliorations sont observées.



Les conséquences de la CDMF
sur la pratique sportive
organisée

AXE
02



➤ La situation dans les clubs avant la Coupe du Monde

À la question traitant de l'existence d'un engagement formel dans leur structure pour la promotion du sport des femmes, 86,5% des organisations ont répondu négativement. Parmi, les 13,5% d'organisations ayant répondu positivement, l'engagement se traduit par sa nature (clubs ou sections uniquement féminines), des documents formalisés et/ou des actions mises en œuvre.

Toutefois, près de 52% des organisations sportives interrogées déclaraient mettre en place des actions particulières pour promouvoir la mixité. Ces actions prennent la forme de cours, entraînements, et de tournois et rencontres amicaux, de compétitions mixtes sur une ou plusieurs catégories d'âge, de stages pendant les vacances scolaires, des actions mixtes de découverte de la pratique, de promotion et de communication, partenariats avec un club « masculin » ou « féminin », d'évènements festifs.

95% des clubs mixtes ne distinguaient pas les sponsors/partenaires des garçons/hommes de ceux des filles/femmes

En termes de lieux d'entraînements, pour 90% des organisations interrogées les lieux d'entraînements étaient identiques pour les pratiquants et les pratiquantes. Pour les 10% d'organisations ayant des lieux d'entraînement différents, le lieu le plus adapté à la pratique du haut niveau était, pour une très large majorité (77,8%), celui des garçons/hommes. Pour ce qui est des organisations sportives accueillant à la fois des pratiquant·es, le nombre moyen d'entraînements par semaine était très proche : 5,6 séances/semaine pour les pratiquantes et 5,8 séances/semaine pour les pratiquants, avec une moyenne de 4,2 séances/semaine disponibles pour la meilleure équipe ou la meilleure athlète fille/femme contre une moyenne de 4 séances/semaine disponibles pour la meilleure équipe ou le meilleur athlète garçon/homme, lorsque cela s'appliquait.

En ce qui concerne le partenariat des clubs mixtes, 95% d'entre eux ne distinguaient pas les sponsors/partenaires des garçons/hommes de ceux des filles/femmes, et 88,5% d'entre

eux n'étaient pas en mesure de distinguer la part du budget dédiée à la pratique des filles/femmes de celle dédiée à la pratique des garçons/hommes. Parmi les 10 organisations sportives pouvant faire cette distinction, 3 estimaient que les budgets étaient égaux, 2 organisations avaient un budget supérieur pour la pratique des filles/femmes tandis que 5 organisations possédaient un budget supérieur pour la pratique des garçons/hommes.

94% des organisations déclaraient ne pas avoir de tarification différenciée entre les filles/femmes et garçons/hommes

La majorité des organisations interrogées déclaraient ne pas organiser d'évènements à destination des pratiquantes, mais 69% d'entre elles déclaraient ne pas le faire non plus à destination des pratiquants. Lorsqu'il existait une billetterie lors des évènements organisés, 94% des organisations déclaraient ne pas avoir de tarification différenciée entre les filles/femmes et garçons/hommes et 95,5% des organisations déclaraient ne pas mettre en œuvre d'actions spécifiques à la promotion des compétitions des filles/femmes, lorsque c'était applicable.

Chiffres clés

87%

des clubs n'ont pas d'engagement formel pour la promotion du sport des filles/femmes
Si oui, essentiellement des projets et de l'évènementiel

58%

pensent mettre en œuvre des projets pour assurer l'égalité F/H (majoritairement de manière ponctuelle)
Si non, « l'égalité existe » – « pas de discrimination » et « manque de moyens financiers et humains »

89%

des clubs ne sont pas en capacité d'identifier la partie du budget allouée à la pratique des filles/femmes
68% ne savent pas si leur collectivité souhaite mettre en place des outils de diagnostic de la place des filles/femmes

Concernant la question des subventions différenciées entre les filles/femmes et les garçons/hommes provenant des collectivités locales, **90% des organisations ont répondu qu'il n'existait pas de subventions annuelles/récurrentes différenciées** et 91,3% ont répondu qu'il n'existait pas de subventions occasionnelles / évènementielles différenciées.

Dans le cas d'une différenciation au niveau des subventions annuelles / récurrentes différenciées, elles l'étaient quasi exclusivement en faveur des filles/femmes, exclusivement au niveau des subventions occasionnelles / évènementielles. Lorsque c'était le cas, **18,5% des clubs déclaraient établir des statistiques sexuées** pour identifier les bénéficiaires des actions menées **en lien avec les subventions différenciées** provenant des collectivités locales.

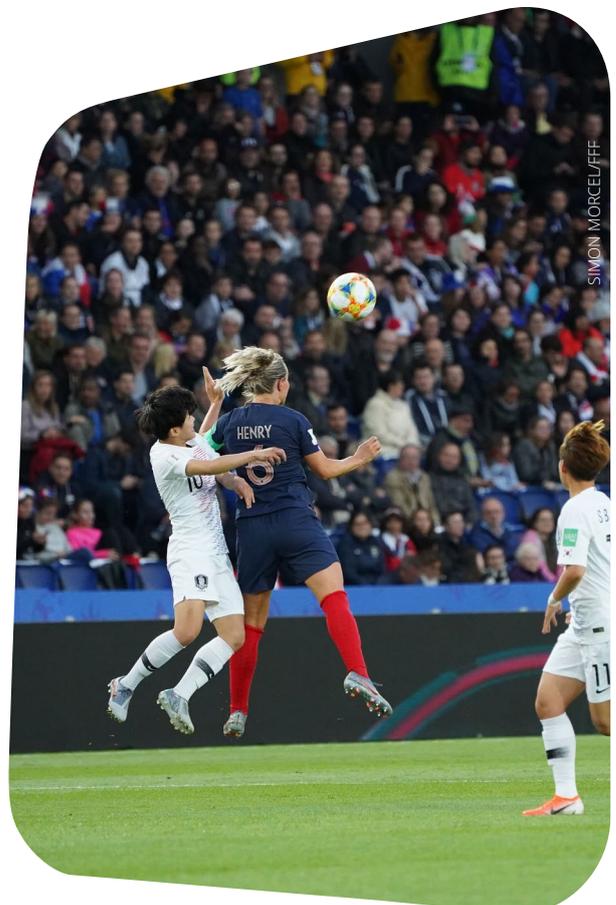
En moyenne, 80,3% des encadrant-es des pratiquants garçons/hommes et 61,5% des encadrant-es des pratiquantes étaient des hommes.

Dans les structures interrogées, le nombre moyen de bénévoles filles/femmes était de 9 tandis qu'il était près du double (17) pour les bénévoles garçons/hommes. En moyenne, **80,3% des encadrant-es des pratiquants garçons/hommes et 61,5% des encadrant-es des pratiquantes étaient des hommes.** En moyenne, ces organisations sportives possédaient 1,7 salariés garçons/hommes contre 0,7 salariées filles/femmes. Pour ce qui est **des conseils d'administration/comités directeurs** de ces structures sportives, ils étaient composés **en moyenne de 5,4 hommes et de 2,7 femmes.**

Dans 74% des cas la fonction de président était occupée par un homme, dans 64,6% des cas la fonction de trésorier était occupée par un homme, et dans 54,2% des cas la fonction de secrétaire était occupée par une femme.

Dans 88% des clubs, il n'existe pas d'actions particulières favorisant la parité F/H dans les postes à responsabilités

Quant aux questions relatives à l'existence d'actions favorisant la parité hommes/femmes dans les postes à responsabilités d'une part et de campagnes de sensibilisation sur la thématique de la mixité hommes/femmes dans les postes à responsabilité, respectivement **86,5% et 92,7% des organisations ont répondu négativement.** Néanmoins, près de 44% des organisations sportives interrogées pensaient mettre en œuvre des projets pour assurer l'égalité entre les hommes et les femmes pour les différents statuts (pratiquant-es, responsables, bénévoles, etc.). Parmi celles qui ne le pensaient pas, il est à noter qu'une proportion importante pensait que cette égalité est déjà mise en œuvre.



SIMON MORCEU/FFF

➤ Impact sur les clubs de football des villes hôtes et de la ville témoin

Les résultats sont présentés en deux parties traitant dans un premier temps les réponses des clubs de football et dans un second temps les réponses des autres clubs sportifs. Chaque section est articulée autour des grandes parties du guide d'entretien à savoir (1) la perception et l'engagement du club et de ses membres vis-à-vis de la CDMF FIFA France 2019, (2) la projection ou l'engagement à réaliser de nouveaux programmes à destination de la pratique des filles et des femmes, et (3) la perception des parties prenantes du club.

▲ Perceptions et engagement vis-à-vis de la CDMF FIFA, France 2019

Les clubs sportifs ont quasi unanimement perçu la CDMF comme **une réussite**, au niveau de l'organisation, l'ambiance dans les stades et dans les villes. Seul bémol, l'affluence non maximale lors de certaines rencontres.

« une belle mise en lumière du football féminin »

Les clubs de football eurent **cependant une implication très variable**, influencés par des facteurs externes (l'engagement de la ville, des ligues et districts), et des facteurs internes (l'existence d'une section féminine, la taille du club). Les clubs de football estiment que la CDMF a **sensiblement amélioré la notoriété et l'image du football et du sport pratiqué par les femmes**. Mais, essentiellement auprès du grand public, et peu au niveau du monde du football.

« les papas et les mamans ont moins de préjugés ce qui leur donne plus envie d'amener leurs filles »

La CDMF est davantage perçue comme **un événement accélérateur**, dans une tendance plus globale, mais pas comme un événement déclencheur. La très grande majorité des clubs de football interrogés **observent un impact modeste en termes de nouvelles pratiquantes** (moins de 10 nouvelles joueuses), malgré une augmentation parfois importante du nombre de demandes.

Deux raisons sont principalement invoquées. La mixité, dans les petites catégories, qui semble parfois « faire peur », plus particulièrement semble-t-il dans les clubs situés dans ou à proximité de quartiers prioritaires de la politique de la ville.

« nous sincèrement la Coupe du Monde, sur le club, ça n'a pas beaucoup d'impact »

Cependant, il n'est pas déterminé si cette perception concerne les pratiquantes potentielles et/ou leurs parents, et à quel niveau ce sentiment est partagé. La deuxième raison est le manque de ressources des clubs et notamment le manque d'espaces de pratiques et de créneaux disponibles.

▲ Engagement dans de nouveaux projets et programmes

Très peu de clubs de football envisagent s'engager dans de nouveaux programmes à destination de la pratique des filles/femmes.

Soit parce qu'ils sont, selon eux, déjà très investis, soit par manque de ressources.

Ils se montrent très souvent ouverts à participer à des projets si accompagnés et/ou si le leadership est porté par d'autres.

▲ Changement de regard des parties prenantes des clubs

La très grande majorité des clubs de football **ne perçoivent pas de changement de regard particulier post-CDMF des collectivités locales** concernant la pratique des filles/femmes. Mais plusieurs clubs soulignent un dialogue positif avec les collectivités à ce sujet (cf. axe 3 de l'étude).

« la mairie nous suit je ne vais pas dire le contraire mais pas sur les féminines en particulier, et pas assez de façon général »

Dans leur très grande majorité, les clubs de football **ne perçoivent aucun changement dans le regard des partenaires privés**, actuels ou potentiels.

► Impact sur les clubs sportifs hors football des villes hôtes et de la ville témoin

De manière générale, les clubs interrogés ont été peu diserts, ne se sentant guère impliqués par l'objet de l'enquête et les questions, traduisant un impact très marginal de la CDMF FIFA sur les clubs sportifs hors football.

► Perceptions et engagement vis-à-vis de la CDMF FIFA, France 2019

Globalement, les clubs interrogés ont perçu l'événement de manière positive, mais avec un intérêt superficiel dans la très grande majorité des cas.

« ça avait l'air pas mal, un bon engouement populaire, du monde dans les stades, plutôt une réussite »

Dans leurs représentations, il s'agissait avant tout d'un événement de football, et non d'un événement sportif mobilisateur dans l'ensemble de la communauté sportive, ou non-sportive, de la ville.

En conséquence, **il n'est pas réellement possible de parler de l'implication des clubs sportifs dans l'événement**. Seuls les amateurs/trices de football étaient intéressé-es à titre individuel, ce qui fit dire à l'un des répondant-es qu'il ne s'agissait « pas d'un engouement populaire ».

« des membres du club sont allés voir des matchs de foot mais cela n'a pas été un objet de mobilisation dans le club »

Leurs perceptions et commentaires vont dans le sens d'une **appréciation distante** d'un événement participant à améliorer la notoriété et changer l'image du sport pratiqué par les femmes, et l'image « masculine » du football : « ça avait l'air pas mal, un bon engouement populaire, du monde dans les stades, plutôt une réussite ». Toutefois, plusieurs répondant-es restaient sceptiques quant à la possibilité de changer significativement et durablement les perceptions du grand public du football pratiqué par les femmes de manière particulière, et du sport pratiqué par les femmes de manière globale.

Seuls les clubs interrogés de la ville de Nice semblaient avoir apprécié l'événement, et s'être sentis concernés même indirectement par l'événement. D'autres sollicitations des villes ont été parfois notées, comme par exemple l'organisation de la « *journée du sport féminin* », mais elles n'ont guère été saisies, notamment pour des raisons de calendrier.

« Non il n'y a eu aucun impact... Vu que nous sommes très, disons que nous sommes très différents du foot dans notre association »

En cohérence avec les propos précédents, **aucun impact particulier n'a été observé et/ou anticipé**. Pour beaucoup, la médiatisation importante lors de la Coupe du Monde n'a pas duré, et le football pratiqué par les femmes semblait déjà être retombé dans son anonymat pré-CDMF. Seul un club omnisport a constaté de nombreuses inscriptions de jeunes filles dans plusieurs sections.

► Engagement dans de nouveaux projets et programmes

Aucun engagement nouveau en lien avec la CDMF dans des programmes à destination de la pratique des filles et des femmes n'a été évoqué. Cependant, de nombreux clubs mixtes estimaient déjà être actifs, et envisageaient simplement de poursuivre leur investissement.

► Changement de regard des parties prenantes des clubs

Aucun changement de regard des parties prenantes, qu'elles soient publiques ou privées, des clubs en lien avec la CDMF n'a été observé. Quelques clubs ont noté un engagement de leur municipalité envers la féminisation du sport et des clubs sportifs tandis que d'autres ont souligné que la mixité sociale semblait rester une priorité.

AXE
03



Les conséquences de la CDMF
sur les politiques publiques
territoriales





Les perceptions de l'impact et de l'héritage de la CDMF 2019 dans les collectivités territoriales

► Perception générale de l'expérience CDMF

Un an après la Coupe du Monde féminine, FIFA, France 2019, les agent-es et les élu-es dans les collectivités territoriales valident unanimement **une expérience très positive, voire même extraordinaire de l'événement où le fait d'avoir pu être partie prenante de l'organisation est nommé, parfois, comme « un privilège »**.

Le degré de satisfaction autour de l'événement est élevé, allant bien « *au-delà des attentes* » et s'exprime par les registres suivants :

- le plaisir partagé (notamment avec la population) ;
- l'engouement populaire, médiatique (local et national) inédit autour de l'événement (densité des célébrations, intérêt et diffusion médiatique, nombre de spectateur/trices aux stades, mixité sociale) ;
- l'ambiance sécurisée, sereine et festive (public différent, plus familial, *tranquille*, absence de débordement populaire, d'infractions ou autres manifestations de violence autour des matchs) ;
- l'enthousiasme collectif dans les territoires (fort investissement des parties prenantes, adhésion d'une pluralité de services territoriaux, multiplications des liens interpersonnels) ;
- l'épanouissement professionnel vécu (montée en compétences pour de nombreux protagonistes) et l'exemplarité des sportives (une image inspirante pour les femmes et jeunes filles).

« Il n'y a pas photo sur l'analyse qu'on peut faire. Ça a été un grand moment de sport, même si la France, sportivement, n'a pas atteint la finale, ça a été une très belle organisation, une très belle réussite »

Ces perceptions ne sont pas toujours dénuées de stéréotypes et révèlent des postures féministes distinctes dans l'appréciation de l'événement :

- souvent différentielistes lorsqu'il s'agit de vanter les particularités « du féminin » associées à la réussite de l'événement (« comme le football d'avant, mais en positif, moins bourrin, plus de cinéma ») ;
- parfois universalistes lorsqu'il s'agit de déconstruire les stéréotypes de genre et de mettre en avant la qualité du spectacle fourni comme équivalent à celui des matchs d'hommes.



SIMON MORCEL/FFF

► Perceptions de l'organisation et de la réussite de la CDMF

Les évaluations sont excellentes. Tous et toutes relèvent que l'événement était bien organisé, avec efficacité, que rares ont été les erreurs ou défaillances visibles. Là encore, ressort l'idée que l'événement a été **au-delà des espérances** grâce à :

- L'investissement extraordinaire des personnes impliquées dans l'organisation au niveau des villes hôtes ;
- L'efficacité et la qualité des relations avec l'équipe Impact et Héritage du LOC ;
- Ce qui a permis de compenser les difficultés rencontrées (cf. questions difficultés).

« Quand j'ai commencé à expliquer à tout le monde qu'on allait faire la Coupe du Monde féminine dans notre stade on m'a pris un peu pour un cinglé au début ! C'était pas gagné. Et en fait on a réussi, on l'a fait, on l'a bien fait »

L'objectivation de cette réussite de la Coupe du Monde 2019 est la plupart du temps évaluée dans l'immédiateté de l'événement. Dans ce cas, la perception de réussite est consensuelle et objectivée par des indicateurs variés :

- Nombres de billets vendus ;
- Rapidité de vente des billets ;
- Haute valeur symbolique de certaines manifestations populaires lors des matchs ;
- Ferveur lors des animations locales ;
- Rayonnement des territoires hôtes ;
- Dynamique des clubs de football locaux ;
- Qualité du spectacle ;
- Quantité et qualité des liens entre les personnels ;
- Satisfaction des supporters.

Plus rarement, cette réussite est évaluée à plus long terme, au regard de ce qu'il reste un an après l'événement de la Coupe du Monde. Dans ce cas, les avis sont plus mitigés, mentionnant le coup d'arrêt provoqué par la pandémie de COVID19 :

- Retombée de la médiatisation ;
- Retombée de l'engouement dans les clubs ;
- Difficulté à faire fructifier les actions engagées dans les collectivités.

« Il y a eu quand même un assez fort engouement populaire qui s'est manifesté à la fois par les audiences des matchs retransmis, et puis par le public dans les stades, ça a vraiment permis de parler du foot féminin comme jamais on en avait parlé. Et tout ça dans cette ambiance bon enfant, sympa et joviale qui caractérise quand même à ce jour le foot féminin par rapport au foot masculin. »

Force est de constater que cette réussite, largement plébiscitée, tant nationalement que localement, est rarement objectivée par des données tangibles propres l'évaluation de l'action publique territoriale.

Cette difficulté n'est pas nouvelle et constitue un des problèmes majeurs des politiques sportives notamment en matière d'événements sportifs (Chen & Henry, 2016) : rationaliser les actions et projets en administrant des suivis et des évaluations précises afin d'agir plus efficacement et durablement.



► Perceptions de l'impact de la CDMF à l'égard des sportives et des footballeuses en particulier

Les perceptions sont partagées selon deux axes de problématisation :

- L'impact de la CDMF sur l'adhésion/déconstruction des stéréotypes ;
- La durabilité de l'impact dans le temps.

Les avis majoritaires considèrent que l'événement a contribué à rendre plus visibles la pratique du football des femmes, le haut niveau de performance des équipes nationales et les inégalités sociales auxquelles elles doivent faire face. L'idée que les footballeuses sont passées « de l'ombre à la lumière » est fréquente.

« Il y a un avant et un après quand même de cette Coupe du Monde féminine (...). On voit bien que sur les quatre dernières années, il y a eu une dynamique sur cette équipe féminine. (...) à mon avis, une vraie marche a été franchie. (...) On n'est pas simplement dans la féminisation du football, on est dans la féminisation du sport. »

Cette Coupe du Monde constituerait une étape clé du mouvement social de féminisation du sport en France.

« on a vu des matchs de très grand niveau et je pense que ça a cassé les stéréotypes et que ça a changé l'image du sport féminin en voyant des combattantes sur le terrain »

Technicité, pugnacité, combativité mais aussi honnêteté sont des qualités évoquées dans les entretiens à propos des joueuses, mais aussi le fait que ces footballeuses ont contribué par leur jeu et leurs comportements à donner « une autre image du football ».

« Alalah le football féminin c'est quand même autre chose que le football masculin, elles jouent, elles tombent elles se relèvent tout de suite, il y a pas ce théâtre permanent, il y a pas ces contestations permanentes ! Ça a quand même soulevé une question sur le fait qu'un autre football de haut niveau était possible, et donc quelque part ça piquait un peu le football masculin là où aujourd'hui il est parfois décrié, où il y a trop d'excès. »

Une minorité considère que ce changement de regard ne peut se réduire à quelques signes positifs. Si certain·es ont découvert le football des femmes, rien ne dit qu'ils et elles ne s'en trouvent pas confirmé·es dans des *a priori* négatifs.

« je me suis retrouvée avec des jeunes derrière et des remarques c'était hallucinant, des remarques sexistes, en dessous de la ceinture, tellement que je me suis retournée, ils étaient avec des éducateurs, je leur ai un peu demandé pourquoi ils disaient ça, c'était de la provoc', mais quand même ».

Concernant la durabilité de l'impact, certain·es craignent qu'il ne soit temporaire et retombe comme « un soufflé » renvoyant les sportives « aux oubliettes ». Ils et elles dénoncent le piège de l'illusion d'une magie de l'événement, du « one shot » et rappellent la nécessité de travailler la répétition de ce type d'événement dans le temps. La Coupe du Monde féminine 2019 constituant « une étape, une très belle étape, d'un tour ». Dorénavant, il conviendrait de « démultiplier les expériences ».

► Perception du rôle de la collectivité dans la promotion du sport pour les femmes

Ces perceptions sont globalement moins favorables lorsqu'on examine le rôle spécifique de la collectivité.

Les avis majoritaires, tout en reconnaissant les progrès réalisés ces dernières années dans leur collectivité sur les questions sportives, n'en demeurent **critiques sur l'absence de *gender politic* au sein des directions des sports en particulier** :

- Faiblesse de volonté politique significative
- Faiblesse des connaissances, outils et méthodes d'analyse ;
- Faiblesse de la communication sur le sport des femmes (autre qu'au service du politique) ;
- Manque de compétences et/ou des postes dédiés à ces questions d'égalité.

Le chemin restant à parcourir est perçu comme long et encore semé d'embûches afin d'obtenir un héritage durable sur la déconstruction des stéréotypes sexués et l'intégration des questions d'égalité f/h comme levier de l'action publique. Ainsi, cette Coupe du Monde « *a fait bouger sensiblement les lignes* » et les personnels les plus optimistes sont fiers d'annoncer les efforts consentis, mais globalement les acteurs et actrices témoignent qu' « *on n'y est pas encore* » et qu'il faut dépasser la « *déclaration d'intention* » afin de mettre en œuvre des outils et démarches plus pérennes dans le temps.

« ... je pense qu'y a succès qui est indéniable mais... ça reste... assez superficiel... et sans véritablement prise en compte des enjeux d'égalité qui sont sous-jacents. (...). On est vraiment au milieu du gué quoi. »

A noter que les perceptions varient en fonction de l'expérience des collectivités autour des questions d'égalité f/h et de l'expertise ou niveau d'exigence des élu·es :

- Les services les plus récents ou les moins structurés sont d'autant plus satisfaits de leur rôle et des actions mises en œuvre qu'ils sont peu exigeants avec eux-mêmes.
- Les services les plus anciens et les mieux structurés sont plus critiques et insatisfaits de leur rôle et des actions mises en œuvre

alors même qu'ils sont exigeants et plutôt à l'initiative.

► Perception de l'impact de la CDMF sur le fonctionnement des services égalité (lorsqu'ils existent)

Les perceptions sont plutôt négatives car :

- Les effets de la CDMF semblent progressivement s'estomper dans les services égalité ;
- Les questions sportives sont rarement parmi les priorités de ces services ;
- Les services égalité fonctionnent souvent autour d'une thématique annuelle impliquant un effet zapping des actions d'une année à l'autre.

On note cependant le renforcement d'une « intention à » continuer sur la lancée dans les collectivités les moins engagées. Ce potentiel « effet déclencheur » de la CDMF n'était cependant guère traduit en actes lors des derniers entretiens de l'étude.

► Perception de l'impact de la CDMF sur le fonctionnement des services sport

A contrario, on note des perceptions plutôt positives de l'impact et héritage de la CDMF à l'échelle des services des sport. La CDMF semble avoir contribué à :

- une montée en compétences du personnel (communication numérique, expérience spectateur, développement durable des événements, gestion des grands événements, RSE, etc.) ;
- une remise en cause individuelle et collective ;
- un renforcement des liens au sein des services de la collectivité ;
- un renforcement du travail en projet autour d'une cause commune.

« ça a upgradé tout le monde »

Cependant, plus rares sont les protagonistes mentionnant un impact de la CDMF en matière de promotion du sport des femmes au sein du service, si ce n'est dans une collectivité (sur les 4 étudiées) où l'axe du développement du sport pratiqué par les femmes se trouverait « conforté » et « non négociable ».

► Perceptions de l'impact de la CDMF sur les personnes interviewé-es

Les entretiens révèlent un impact individuel de la CDMF variable selon le degré d'engagement et de proximité des protagonistes avec la thématique « Femmes et Sport » :

- pour les « déjà convaincu-es et engagé-es » : la CDMF a permis de prendre de nouvelles responsabilités et de vivre un moment d'empowerment ;
- pour les « curieux/ses mais plus distant-es » : la CDMF a permis de développer de nouveaux argumentaires à propos des inégalités f/h et afin d'avancer sur le sujet de l'égalité selon une approche plus transversale ;
- pour les « à convaincre » : la CDMF a fait évoluer favorablement leur position : certains hommes ont pris conscience des inégalités à l'œuvre et ont pu développer une conscience féministe.

► Perceptions de l'impact des études d'impact et de l'héritage

Les études d'impact et héritage mises en place pour le comité d'organisation de la Coupe du Monde ont été appréhendées positivement par les protagonistes au sein des collectivités territoriales hôtes de l'événement. Ils et elles témoignent de :

- l'intérêt de s'interroger sur leur propre fonctionnement politique et administratif ;
- prendre du recul, analyser les évolutions, se remettre en cause ;
- l'aspiration à utiliser ces études comme levier du changement au sein des collectivités ;
- d'un effet des entretiens dans leur processus de réflexion sur l'impact et héritage d'un événement, bien que ce questionnement soit suspendu, à défaut de nouvelles modalités de management de l'égalité f/h.

► Perceptions de l'impact de la CDMF sur un changement de statut de la thématique « Femmes et sport » dans la collectivité

En conclusion, les entretiens réalisés laissent présager des changements tenus quant au statut de la thématique « Femmes et Sport » dans les services municipaux.

Quatre niveaux d'ambition/espoirs sont identifiables au sein des collectivités :

- ceux/celles sont dans l'illusion d'être « déjà efficaces » dans leur fonctionnement alors même que leurs actions se réduisent souvent à l'affirmation d'un principe de vigilance ;
- ceux/celles qui doutent de l'existence d'un volontarisme politique et administratif sur le sujet et espèrent beaucoup d'un changement de gouvernance avec les élections municipales de juin 2020 ;
- ceux/celles qui espèrent que cette thématique sera prise « plus au sérieux » ;
- ceux/celles qui, au-delà des seules intentions politiques, s'accrochent à l'idée de mettre en place une méthodologie et des indicateurs précis permettant de mesurer « l'inconditionnalité des subventions » et de sortir du « on en tient compte ! ».



L'impact social immédiat de la CMDF en matière d'actions de promotion du sport pour les femmes avant et pendant l'événement



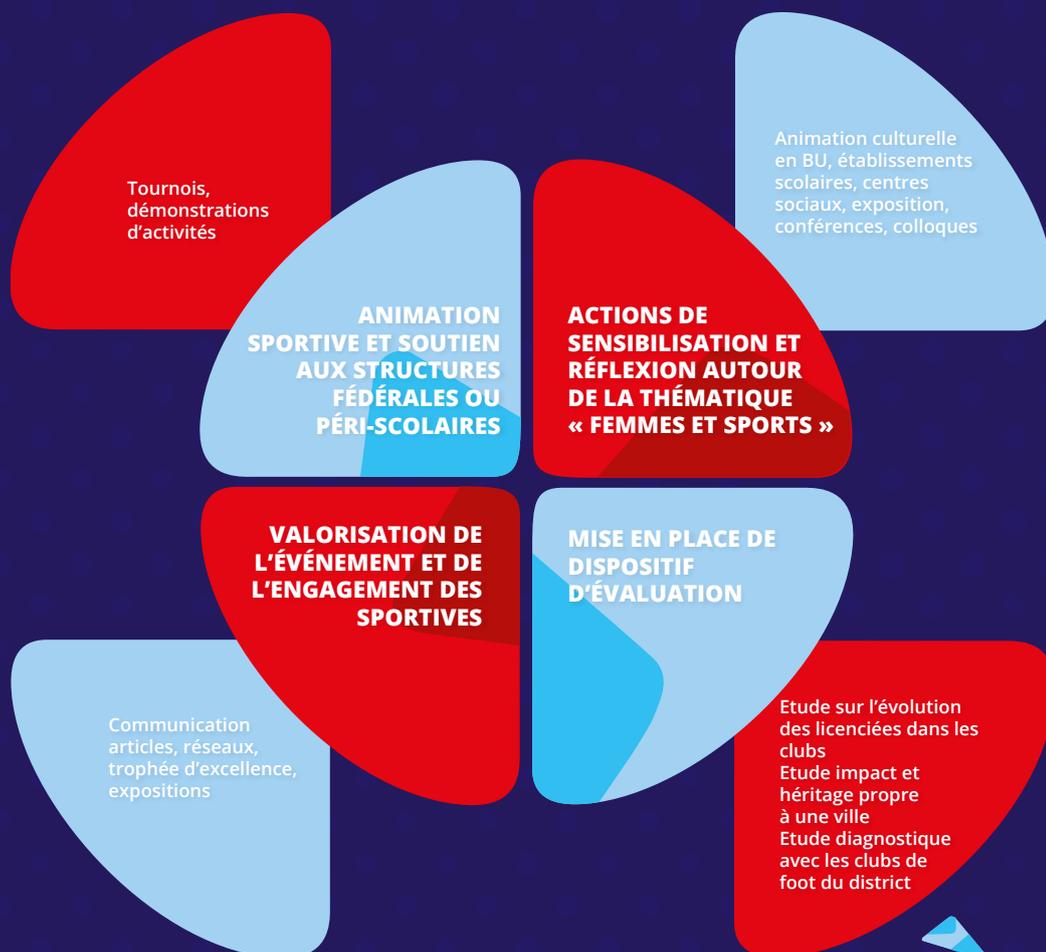
MULTIPLICATION DES ACTIONS

*Pour promouvoir l'événement
Pour promouvoir le sport par et pour les femmes
Pour faire évoluer les mentalités de la population*

DES ACTIONS VARIABLES EN QUANTITÉ ET EN DIVERSITÉ D'UNE VILLE HÔTE À L'AUTRE

en lien avec la structuration et l'expérience des services en matière d'égalité

4 GRANDS TYPES D' ACTIONS DÉVELOPPÉES

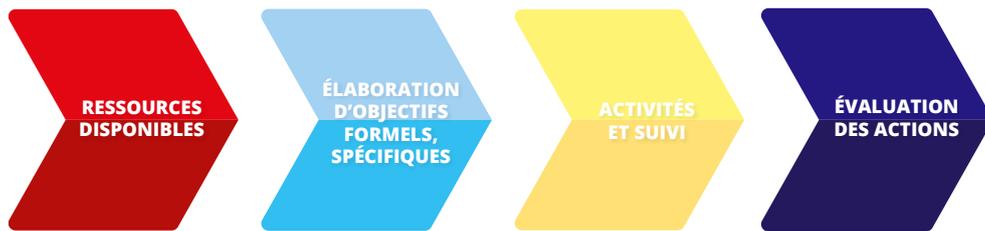


RARES SONT LES ACTIONS AYANT ÉTÉ MAINTENUES APRÈS LA CMDF

hormis quelques expositions dans le cadre du système éducatif

L'héritage de la CDMF en matière de promotion du sport pratiqué par des femmes dans les collectivités territoriales

Au-delà des actions engagées dans le temps immédiat de la CDMF, l'étude visait à mesurer l'héritage de la CDMF sur l'administration de l'action publique territoriale en matière de promotion et développement du sport pour et par les femmes. L'enjeu était alors de mesurer le degré d'intégration des problématiques de l'égalité sur quatre moments/étapes clés du processus politico-administratif.



AVANT LA COUPE DU MONDE

¾ des villes étudiées disposaient d'une adjointe déléguée aux questions d'égalité, d'un service égalité, d'un-e chargé-e de mission et d'un budget spécifique.

Cependant, les services (égalité et/ou sport) disposaient de très peu de données statistiques pour objectiver la situation des femmes dans la dynamique sportive de la collectivité : 2/4 disposaient de la répartition sexuée des licenciées dans les associations sportives de la ville, mais aucune ne disposait de données sur le ratio f/h dans les directions et encadrements des associations, sur les ratio sexués d'occupation des équipements municipaux, des répartitions des subventions, des événements sportifs, de la médiatisation des sportif/ves, pas plus que sur les violences sexuelles, sexistes ou LGBTphobes.

Les liens entre le service égalité et la direction des sports étaient souvent ténues (l'un et l'autre se renvoyant la prérogative). De façon générale, ces liens demeuraient plus ponctuels et informels que récurrents et organisés, à l'exception de l'organisation des actions menées dans le cadre de la CDMF où un contact semblait s'établir.



APRÈS LA COUPE DU MONDE

Un an après, la situation demeure inchangée (à l'exception de quelques mobilités professionnelles).

Un an après, les ressources statistiques disponibles sont inchangées. Seul l'effectif de licenciées dans les clubs sportifs des villes, et les bilans des offres sportives municipales péri et extra-scolaires, semblent constituer l'alpha et l'omega de l'action publique. Résultat pourtant obtenu que pour 2/4 villes.

Ainsi, si les acteurs et actrices partagent l'impression que le statut du « sport féminin » à progresser, elle n'en demeure pas moins non mesuré et difficilement objectivable.

La CDMF a permis de mobiliser des services jusque-là peu investis sur les questions d'égalité. La CDMF a permis de développer plus d'attention, plus de connaissances réciproques, plus de liens dans la collectivité mais avec des parties prenantes extérieures. La CDMF constitue une expérience relationnelle inédite qui marquera les esprits et les futurs projets.

AVANT LA COUPE DU MONDE

Des objectifs et actions de développement du sport pour les femmes sont, la plupart du temps, intégrés au plan d'action égalité des collectivités, cependant, force est de constater que la quantité et ambition des actions sont variables en fonction de l'antériorité et de l'expérience acquise par le service égalité de la collectivité.

Il n'existe pas d'objectifs formels, explicités de développement du sport pour les femmes dans les services des sports, bien que toutes les collectivités déclarent leur intention et « vigilance » sur ce sujet.

ÉLABORATION D'OBJECTIFS FORMELS, SPÉCIFIQUES

APRÈS LA COUPE DU MONDE

Un an après la Coupe du Monde, aucune des villes ne fait état de transformations majeures quant aux objectifs et aux publics cibles.

Aucun document formel sur le développement du sport pour les femmes n'existe dans les collectivités étudiées

AVANT LA COUPE DU MONDE

Les actions sportives en direction des femmes sont souvent récentes (moins de 3 ans) et même parfois impulsées dans le cadre de la CDMF.

Les actions proposées sont rarement sexo-spécifiques.

Les actions les plus récurrentes consistent :

- Au soutien d'événements dits de « *sports féminins* »
- Au soutien financier des sportives de haut niveau ou des projets de projets spécifiques
- À la diversification et au soutien à l'offre sportive péri-scolaires,
- Au développement des pratiques sportives informelles.

Un seul dispositif de « discrimination positive » a été observé afin de favoriser la mixité dans les associations sportives.

Peu d'actions de formation aux questions d'égalité en direction ou au sein du service des sports.

ACTIVITÉS ET SUIVI

APRÈS LA COUPE DU MONDE

Un an après la Coupe du Monde, les actions mises en œuvre restent majoritairement celles qui existaient avant la CDMF.

Le sport santé et les pratiques informelles semblent devenir plus prégnantes dans les différentes collectivités étudiées.

Une collectivité se distingue avec le maintien (héritage) d'un dispositif inédit d'accompagnement des clubs de la ville pour promouvoir le sport vers les femmes, mis en place l'année de la Coupe du Monde ; et le renforcement de deux types d'action engagées avant la CDMF.

AVANT LA COUPE DU MONDE

Certaines collectivités (2/4) disposent de critères d'évaluation des actions proposées.

MAIS

Le suivi est limité à l'analyse de l'évolution des effectifs de pratiquant-es (monocritère ne permettant pas d'objectiver les inégalités à l'œuvre).

Une ville (sur 4 étudiées) a engagée sa propre étude d'impact CDMF hors étude LOC.

ÉVALUATION DES ACTIONS

APRÈS LA COUPE DU MONDE

La situation demeure inchangée.



Les difficultés rencontrées par les collectivités territoriales

1. L'organisation de la Coupe de monde féminine, FIFA, France 2019™

Parmi les plus citées, on peut noter les difficultés rencontrées par les personnels des collectivités pour faire face aux normes et exigences de la FIFA dans l'organisation de l'événement et pour mener les négociations sur « *qui prend en charge quoi* » avec des agent-es tiraillé-es entre les exigences de la FIFA et les décisions finales des élu-es locaux. Ces difficultés sont d'autant plus saillantes dans des petites collectivités et/ou dans les équipes les moins expérimentées dans l'organisation de grands événements sportifs. Pour certaines collectivités sont venues s'ajouter des difficultés pour remplir les stades.

Cette exigence était souvent l'une des plus prioritaires car immédiatement visible. Par conséquent, c'était un véritable challenge pour certain-es collectivités impliquant un travail spécifique, une stratégie.

2. La thématique de promotion du sport à destination des femmes

Parmi les difficultés les plus citées, on peut noter l'importance donnée au portage politique de cette thématique, et plus largement des questions d'égalité femmes/hommes dans les collectivités. Si certaines se sont senties soutenues, d'autres ont témoigné de difficultés importantes pour avancer sur ces questions en faveur des droits des femmes, au-delà de la question, très médiatique, des violences intrafamiliales et sexuelles (VIFS). Le levier d'une politique volontariste apparaît très nettement comme l'un des éléments clés des évolutions futures, malheureusement pas toujours acquis.

« ma conviction a été confortée grâce à la Coupe du Monde. Elle est ensuite tributaire d'un contexte et aussi d'une volonté politique que seul un technicien ne peut pas relever. Il peut suggérer, il peut faire en sorte que, il peut désobéir, (...) mais en tous cas il peut pas à lui seul lutter »

Outre l'absence de portage politique se jouent aussi parfois des dissonances de conception,

d'ambitions en matière d'égalité entre des agent-es et des élu-es. Enfin, plus largement les résistances à l'égalité émanent de ceux/celles qui ne veulent pas voir leurs privilèges remis en cause. Ainsi, plusieurs agent-es et élu-es ont fait part de l'isolement, de la solitude dans laquelle ils ou elles sont parfois du fait de l'absence ou de la faiblesse du portage politique, de la faiblesse de moyens, de la faiblesse de compétences spécifiques.

« il y a encore des choses à faire progresser en France, l'idée est admise, l'idée elle est comprise, maintenant il y a encore beaucoup de freins ; c'est comment faire en sorte de ne pas perdre de vue cet objectif... »

L'impact émotionnel et relationnel de la Coupe du Monde féminine de la FIFA, France 2019 prend ici une importance toute particulière pour rompre cet isolement et accroître la légitimation des questions d'égalité et des personnes qui s'en emparent.

« le sujet n'est guère abordé par les élus que sous l'angle de la probation et la lutte contre les VIFS, c'est un sujet important mais... (...) s'il y avait une vraie égalité entre les femmes et les hommes, il n'y aurait pas de violences intrafamiliales s'adressant aux femmes de la sorte, donc tant que les élus traiteront les conséquences des inégalités entre les femmes et les hommes et pas les causes, voilà »

De plus, cette volonté politique impacte, outre les budgets alloués, les choix stratégiques en matière, par exemple, de redistribution des subventions publiques, point sur lequel les collectivités sont globalement en difficulté (oscillant entre une volonté pour l'instant inaccessible d'égalité formelle ou un inefficace principe de vigilance).

Enfin, parmi les difficultés les plus matérielles afin de promouvoir le sport à destination des femmes, apparaît la pénurie des équipements/infrastructures sportives et le manque des créneaux horaires disponibles.

3. Les difficultés pour prolonger l'impact et héritage de la Coupe du Monde féminine, FIFA, France 2019

Parmi les difficultés rencontrées, les protagonistes évoquent l'absence de temps pour réaliser des bilans et l'urgence imposée par des agendas événementiels (trop) chargés. Certaines collectivités témoignent même de l'absence d'une culture de l'évaluation/du résultat. Elles ont conscience d'être dans une culture de « l'agir quotidien », « du faire » en lien avec les besoins immédiats et visibles de la population, au dépend d'analyses plus distanciées, méthodologiques, conceptualisées et alimentées par les résultats de la recherche scientifique. Ce témoignage rejoint ici le constat objectivé dans les services de l'absence d'outils et de méthodologies sur le diagnostic, l'expertise et la mesure d'impact. Question d'ego, question d'urgences, question de politique ? Dans tous les cas, un frein au développement et à l'innovation dans les territoires.

« on a la tête dans le guidon et la charge de travail qui nous incombe fait qu'on traite les affaires courantes un peu dans l'urgence et le travail qui est nécessaire pour faire ces travaux statistiques, ces recensements à droite et à gauche, paraissent toujours sur le moment quand on a la tête dans le guidon comme moins prioritaires ; la difficulté essentielle elle est là »

Cette urgence temporelle fut accentuée suite à la Coupe du Monde par un calendrier électoral et une « trêve » de communication politique à partir du 1er septembre 2019, peu favorables à l'élaboration de bilans et aux prolongements des actions. Les protagonistes témoignent s'être senti-es « un peu fauché par cette histoire d'élections et de fin de mandat ».

« on est beaucoup dans le faire, on est peu, rarement dans l'évaluation même et on est pas dans l'analyse, dans le diagnostic dans la production de la connaissance pour enrichir les décisions, pour enrichir les pratiques, et ça c'est un vrai problème. »

Enfin, la crise sanitaire COVID19 et les mesures de confinement de la population (du 17 mars au 11 mai 2020) qui en découlent constituent le point d'orgue d'une mise sous-scélé des bénéfices de la Coupe du Monde et autres actions politiques antérieures. Lors des entretiens (en mai et juin 2020), les protagonistes témoignaient « du retour en arrière » pour la visibilité et les droits réels des femmes et beaucoup craignaient que les situations de sportives ne s'aggravent davantage du fait de la crise économique. Dès lors, certain-es se « protégeaient » en adoptant une attitude attentiste et l'espoir de pouvoir continuer comme avant, d'autres étaient plus critiques, inquiet-es des conséquences d'une sédentarité croissante qui touchera davantage les femmes et du fait que « rien n'est gagné ».

« ce que je constate dans nos expériences, dans nos observations, ce sont pour l'instant des femmes qui ne reprennent pas une activité sportive et que les hommes vont plus facilement trouver le temps, les moyens, parce qu'il y a des choses qu'il faut sécuriser, que les femmes font en priorité. Donc ça, quelque part c'est un peu frustrant, ça veut dire que rien n'est gagné, il faut toujours remettre ça sur la table et faire en sorte qu'on puisse faire progresser des choses. »



SIMON MORCEL/FFF





**Conclusion de l'étude d'impact
et héritage sociaux de la CDMF
FIFA, France 2019™**

Cette étude d'impact social réalisée dans le cadre de la Coupe du Monde féminine de la FIFA, France 2019™, est **une étude unique en plusieurs points**. En premier lieu, son caractère unique tient **à la nature même de cette épreuve sportive** et de son contexte international et national.

Le deuxième caractère à considérer est la **démarche unique d'évaluation engagée par les acteur/trices du monde sportif** – la FIFA, le LOC, puis la FFF, et les collectivités publiques au service de la « promotion de la mixité femmes-hommes à tous les niveaux organisationnels de l'événement », afin « d'être un acteur clé du changement de la place des femmes dans le sport et la société ».

Enfin, le troisième caractère unique concerne **l'ambition et l'étendue de cette étude d'impact** dans le cadre des événements sportifs qui permet de tirer des conclusions consolidées avec un degré de confiance relativement élevé.

Une réussite unanimement perçue

Qu'elles aient été menées auprès du grand public, des pratiquants et pratiquantes de football, des acteur/trices des clubs de football ou sportif, et des acteur/trices des collectivités territoriales, nos enquêtes mettent en avant une quasi unanimité quant à la réussite de l'événement. **Une réussite à la fois dans sa dimension organisationnelle, que dans ses dimensions expérientielles, d'ambiance, et médiatiques.**

Cette perception est d'autant plus remarquable qu'elle concerne à la fois les acteur/trices de cet événement et des personnes non-directement impliquées dans celui-ci. Ces résultats viennent ainsi conforter les chiffres d'audience et de fréquentation des stades, ainsi que la large couverture directe et indirecte dans les différents médias, avant et durant l'événement.

Cette réussite est également à mettre en perspective avec la dimension internationale et globale de l'événement, précédemment évoqué, et le caractère « première fois » pour de très nombreux acteur/trices qui, malgré cela, avaient beaucoup d'ambitions quant à son exécution et ses répercussions. Pour nombres des personnes interrogées, cet événement aura été très apprécié et bien souvent au-delà des attentes initiales.

Le principal, tout en restant minoritaire, élément de critique aura été la fréquentation de certains stades et certaines rencontres qui n'ont pas été

optimales et ont parfois été perçues comme des occasions manquées. Si l'événement a été salué par toutes et tous, et vécu comme un très agréable moment, il n'a pas cependant été qualifié – à part quelques acteurs/trices des villes organisatrices - de moment inoubliable ou d'effervescence intense à même de transporter les personnes interrogées, hors de leur quotidien, comme c'est parfois observé lors de grands événements sportifs internationaux.

Un impact social essentiellement médiatique

Par rapport à ces objectifs et en lien avec les éléments relatifs à la réussite de l'événement, nous avons pu mesurer **un impact**, qui désigne les conséquences directes résultant d'un événement et qui sont temporaires, **en matière de notoriété et d'image.**

L'événement a donc participé à accroître la connaissance du grand public, et notamment des femmes, des joueuses de l'équipe de France, du football des femmes, et améliorer son image. L'événement fut une belle vitrine, une belle opportunité de visibilisation pour les joueuses de football et le football des femmes. Ces améliorations ne sont toutefois pas homogènes et certains groupes, notamment les hommes pratiquants et/ou du monde de football ne semblent pas avoir positivement et significativement modifié leurs perceptions.

La CDMF ne semble pas avoir eu d'impact significatif sur la volonté des pratiquant·es et non pratiquant·es à accroître leurs niveaux de pratiques footballistiques et sportives, et rares sont les clubs qui ont pu observer un impact significatif en termes de nouvelles pratiquantes. Rares sont aussi les clubs qui envisagent de mettre en place de nouvelles activités et/ou programmes à destination du football des femmes, soit parce qu'ils considèrent être déjà très investis soit parce qu'ils disent manquer de ressources. Ils se montrent néanmoins ouverts à la participation à de tels programmes si le leadership est porté par d'autres.

Enfin, rares sont les clubs qui ont pu observer un changement de regard positif notable de leurs parties prenantes directes que sont les collectivités locales et les mécènes et parrains sur la question du football des femmes.

En ce qui concerne les collectivités des villes hôtes, les résultats semblent hétérogènes car très dépendants de l'histoire et l'inscription des villes hôtes dans des démarches d'égalité et/ou de développement du sport des femmes préalablement et/ou en lien avec la CDMF. Dans les deux cas, l'impact de l'événement semble être très modéré puisque pour les villes sensibilisées à la question, il y a eu davantage un effet de renforcement que de déclenchement de programmes réellement nouveaux. Pour les autres villes, deux facteurs externes notables que sont les élections municipales et la crise sanitaire liée à la COVID-19, et leurs conséquences sur l'activité et la pérennité des clubs sportifs, sont intervenus de manière déterminante dans la minimisation voire l'absence d'impact.

Deux facteurs internes sont également à noter. Le premier facteur fait référence à **l'absence d'indicateurs précis relatifs à l'impact social**, qui ne permet pas d'évaluer les actions et les écarts aux attentes, et donc de **s'inscrire dans une politique sociale et/ou de genre intégrée et dans le temps long**. Ce point est notamment illustré par l'expression de « *zapping événementiel* » caractérisant les politiques par l'une des personnes interrogées. Ceci fait échos aux commentaires des clubs n'observant pas de changement de regard particulier de leurs collectivités locales. Le deuxième facteur, qui n'est pas indépendamment du précédent, fait référence aux ressources allouées à la question de la situation des femmes dans le sport – beaucoup craignaient d'ailleurs un effet balancier négatif, et notamment des ressources humaines et de leurs compétences.

Un héritage non démontré

Le constat que nous pouvons faire est malheureusement unanime puisqu'**aucun héritage**, qui désigne des conséquences durables créées par un événement sportif et qui demeurent après cet événement, **n'a été observé dans les mois et jusqu'à un an après l'événement**. Comme illustré par certains répondants, « *le soufflé est progressivement retombé* » pour retrouver une situation d'apparence initiale.

Plusieurs commentaires peuvent-être effectués. Le premier est que, malgré un sens commun et des pensées politiques et médiatiques contraires, la littérature scientifique internationale traitant de la question n'a que très rarement fait état d'héritages sociaux pour les événements sportifs majeurs. Ainsi, la CDMF FIFA France 2019 ne se trouve (malheureusement) pas différente des autres grands événements sportifs, qu'ils soient masculins, féminins, mixtes, unisports ou multisports.

D'un point de vue plus spécifique, il est impossible de ne pas prendre en compte le contexte macro – économique, social et sanitaire, et son influence. En l'occurrence, **la crise sanitaire liée à la COVID-19 aura été un facteur négatif d'influence dans la non-construction d'un impact et d'un héritage social** pour la CDMF. Encore une fois, l'influence de facteurs globaux non-contrôlables par les organisateurs d'événements sportifs majeurs et les organisations sportives nationales et internationales majeures a déjà été démontré par la littérature scientifique. Il s'agit d'un risque indissociable de l'organisation de tels événements.

« Une étape, une belle étape, mais l'étape d'un tour »

Que reste-t-il ? Que restera-t-il, d'un point de vue social ? **La réponse à ces questions est encore à construire puisqu'elle dépend de ce qui sera réalisé (ou non) dans les mois et les années à venir.**

Comme l'illustre le verbatim titre de ce paragraphe qui provient d'une des personnes interrogées lors de nos enquêtes : il ne s'agit que d'une étape. Ce fut une belle étape, mais son rôle et son influence seront d'autant plus grands qu'elle sera suivie par d'autres étapes, c'est-à-dire d'autres événements sportifs, d'autres programmes, d'autres politiques, mis en place par les différents acteur/trices. Cette continuité, et cette inscription dans la durée ont d'ailleurs été identifiées par la littérature scientifique comme une condition sine qua none à la construction d'un héritage social. Il faut donc un « Tour » pour que cette étape ait une contribution dans le long terme.

Une continuité : condition sine qua none d'un héritage

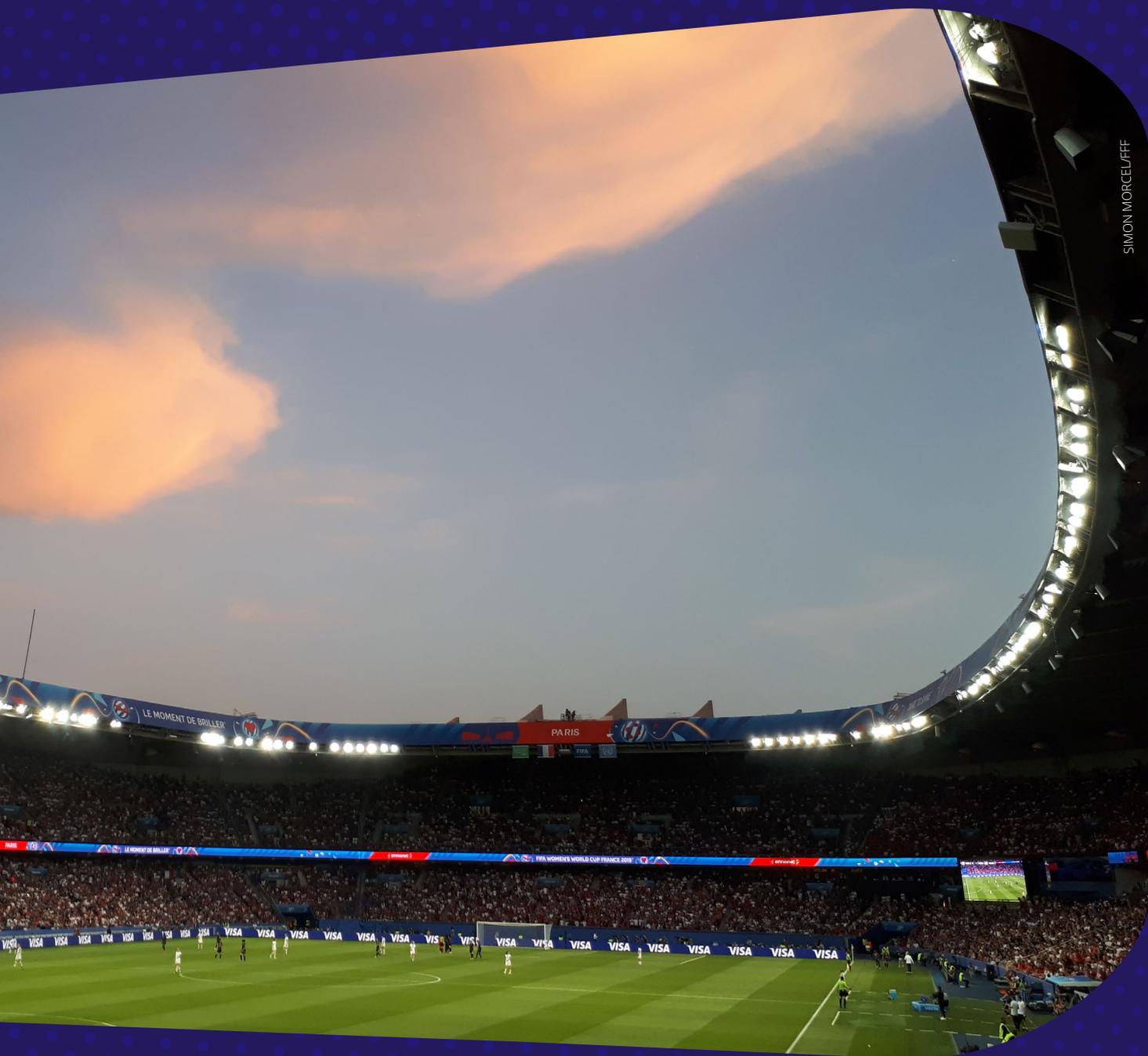
Toutefois, cette inscription, pour ainsi dire quantitative ou volumique, dans la durée, ne saurait masquer l'importance de la dimension qualitative de la réalisation de ces événements et programmes sportifs. De nos enquêtes, il nous semble important de souligner deux points interdépendants. Le premier fait référence à la question du mode de management de la CDMF.

La dimension participative des différent·es acteur/trices dans une co-construction ascendante semble un point central dans l'engagement des différents protagonistes et donc dans la construction d'un héritage.

L'autre point est celui des objectifs et des indicateurs. En **l'absence d'objectifs et d'indicateurs précis**, il n'est pas possible d'évaluer l'impact des actions, et de manière concomitante, de **s'inscrire dans des politiques, actions et perspectives longues**.

Enfin, il semble important que les trois points précédents soient combinés pour **(co)-construire des objectifs et critères précis, partagés et inscrits dans la durée**.





SIMON MORCELUFF

Les auteur·es



Cécile Ottogalli-Mazzacavallo

Maîtresse de conférences à l'UFR STAPS de l'Université Lyon 1

est experte d'histoire du sport et d'études de genre appliquées au sport. Elle travaille sur les inégalités d'accès, de traitement et de reconnaissance à l'égard des femmes dans le mouvement sportif et sur les stratégies de déconstruction ou résilience à l'oeuvre pour y faire face. Elle est directrice adjointe du Lvis et responsable d'un parcours de master, inédit en France, en études de genre appliquées au sport, le master Egal'APS de l'Université Lyon1 (egalaps.univ-lyon1.fr)



Virginie Nicaise

Maîtresse de conférences à l'UFR STAPS de l'Université Lyon 1

est experte en psychologie sociale du sport. Elle s'intéresse à l'influence des facteurs environnementaux et sociaux sur la motivation à s'engager et maintenir une activité physique et sportive régulière. Ses recherches se centrent sur les publics en situation de vulnérabilité liée au genre, à la santé, à la zone géographique, et à une pratique de haut-niveau. Elle fait partie du comité de direction de la Société Française de Psychologie du Sport.



Guillaume Bodet

Professeur des Universités à l'UFR STAPS de l'Université Lyon 1

est expert en marketing et management des organisations sportives. Il est responsable scientifique et administrateur de l'European Association for Sport Management, et administrateur de la Société Savante de Management du Sport. Il est également Professeur adjoint à l'Université d'Ottawa, Canada.



Aurélie Épron

Maîtresse de conférences à l'UFR STAPS de l'Université Lyon 1

est experte en anthropo-histoire des jeux et des sports. Vice-présidente (patrimoine et muséographie) de la Société française d'histoire du sport, référente scientifique pour différentes institutions sportives ou ONG (FDG, FFLDA, AeJeST, ITSGA, ICM UNESCO), et membre de réseaux de recherche européens et internationaux (INARTGS, INRW), elle travaille sur les dynamiques identitaires de la ludodiversité (pratiques, représentations, transmissions, glocalisation), en particulier des minorités.

Pour citer ce rapport :

Ottogalli-Mazzacavallo, C., Nicaise V., Bodet G. & Epron, A. (2020). Rapport final. Etude d'impact et héritage sociaux de la Coupe du Monde féminine, FIFA, France 2019, Rapport de recherche, Université de Lyon1.



Remerciements

Nous remercions toutes les personnes qui ont contribué à la production de cette étude :

- Les membres du Comité d'Organisation de la Coupe du Monde et les référent·es LOC dans les villes hôtes pour leur disponibilité, leur aide pour relayer l'étude et/ou interpeler les personnes ressources de cette étude.
- Toutes les personnes qui ont pris le temps de répondre à nos questionnaires ou à nos questions dans la rue ou sur internet, dans les clubs sportifs, dans les services municipaux des villes hôtes. En partageant leurs perceptions et leurs expériences, elles et ils contribuent à l'essentiel de cette étude.
- Toutes les personnes au sein du LVIS qui ont participé à la définition, la mise en œuvre, la rédaction et la fabrication de cette étude : outre les auteur·es précédemment cité·es, nous remercions également Pierre-Hugues Frémont, Lauréline Berçot, Léa Gerbeaux, Alison Hernandez, Théo Bodin, Marie Laudrain, Edith Maruéjols, Angel Nardo, Rouwa Neffati, Eric Patuel, Mona Pantel, Félix Pavlenko, Cassandre Rivrais, Julia Téfit et Marie-Alice Virolleaud.





Le laboratoire de recherche



Laboratoire sur les Vulnérabilités et l'Innovation dans le Sport

Le Laboratoire sur les Vulnérabilités et l'Innovation dans le Sport (L-VIS) est une Équipe d'Accueil (EA7428) depuis 2016 :

- rattachée à l'UFR Sciences et Techniques des Activités Physiques et Sportives (STAPS) de l'Université Claude Bernard Lyon 1
- membre de la Maison des Sciences de l'Homme (MSH) Lyon St-Étienne
- rattachée à l'École Doctorale Education – Psychologie – Information et Communication (ED 485 EPIC) de l'Université de Lyon

Au L-VIS, les enseignant-es-chercheur-es, les doctorant-es ainsi que les chercheur-es associé-es sont regroupé-es autour d'un projet commun : développer une recherche interdisciplinaire du phénomène sportif dans le domaine des Sciences Humaines et Sociales (SHS). Pour faire vivre ce projet les chercheur-es du L-VIS mobilisent tour à tour ou conjointement des disciplines scientifiques telles que la sociologie, le droit, le marketing et les sciences de gestion, l'histoire ou encore la psychologie.

Par ailleurs cette pluridisciplinarité est mise au service de deux thèmes fédérateurs : les vulnérabilités et l'innovation en lien avec les Activités Physiques et Sportives.

Vulnérabilité

Les travaux menés sur ce thème consistent à questionner le rôle des activités physiques et sportives dans le renforcement, ou au contraire la réduction de la vulnérabilité et des atteintes à la santé.

Innovation

Les travaux menés sur ce thème consistent à envisager les innovations sportives comme étant portées par des réseaux élargis et façonnées par des acteurs pluriels prenant en compte, notamment, les innovateurs ordinaires.

Contact

l-vis.univ-lyon1.fr

+33 (0)6 49 93 42 53

[Secretariat.l-vis\[at\]univ-lyon1.fr](mailto:Secretariat.l-vis[at]univ-lyon1.fr)



SIMON MORCEL/FFF

Les informations contenues dans ce document
sont d'ordre général et ne sont pas destinées
à traiter les particularités d'une personne ou
d'une entité.



SIMON MORCEL/FFF



Rapport final
Étude d'impact et héritage sociaux de la Coupe
du Monde féminine, FIFA, France 2019™
Décembre 2020
Laboratoire sur les Vulnérabilités et
l'Innovation dans le Sport, Université Lyon 1