

Parce que les femmes sont l'avenir du sport !

Si les femmes représentent l'avenir du sport qui se pratique et se consomme (y compris médiatiquement), alors le soutien à l'émergence de "rôle-modèle" est un enjeu essentiel et passera notamment par des femmes connues et reconnues dans l'univers du sport, sur le terrain et sur les plateaux.

Au-delà de la récupération : concevoir un monde inclusif. Je vous épargne la version anglaise mais c'était l'ambition affichée du Women's Forum qui se tenait cette semaine, en version digitale, COVID oblige. Pour ceux qui ne le connaissent pas encore, le Women's Forum est le Davos du leadership au féminin, sujet qu'il convient de décliner au sport évidemment. Car comme dans la politique ou les affaires, "la route est droite mais la pente est forte" !

Pour preuve, selon un sondage de YouGov sur la médiatisation des femmes dans le sport, parmi une liste de 12 sportives, la plus connue est la défenseur centrale des Bleues Wendie Renard avec 32% de notoriété assistée et 88% d'association avec le football, 25% pour Caroline Garcia et 85% d'association avec le tennis. Mais plus de 47% des personnes interrogées affirment tout de même encore ne connaître aucune des sportives citées.

Parmi les journalistes télé, Estelle Denis est la plus célèbre avec près de 54% des votes, loin devant Marion Jolles seulement 14,5%.

Un lent processus

Pourtant, tout était rose en 2019, avec une superbe Coupe du Monde de football en France ? Oui, mais en 2020, rien ne va plus et pour une fois, la COVID n'y est pour rien !

- Florence Hardouin était directrice générale de la Fédération française de football (FFF) depuis 2013 sans que cela ne pose problème. Mais, le 14 octobre dernier, un article dans le New York Times dénonce « une culture d'entreprise toxique » au sein de l'institution

L'autorité de la directrice générale est mise en cause par 13 des 17 directeurs dans une pétition accusant la dirigeante de harcèlement moral au cours de l'été 2020.

Une employée de la Fédération française de football a accusé Marc Varin, le directeur financier, d'agression sexuelle mais la plainte au pénal a été classée sans suite. Mis en cause, le responsable a écopé d'un simple rappel à l'ordre par l'institution. La FFF est accusée d'avoir étouffé l'affaire.

- Nathalie Bois de la tour, présidente de la Ligue de football professionnel, n'a, elle, pas postulé à sa propre succession.

- Quant à Corinne Diacre, elle est dans le creux de la vague. Après une Coupe de monde qui s'est arrêtée aux quarts de finale, elle est aujourd'hui raillée pour la non sélection d'Amandine Henry lors du dernier rassemblement des Bleues. Mais la sélectionneuse a rappelé l'attaquante de l'OL, souhaitant une explication les yeux dans les yeux, le conflit pourrait donc bien être réglé.

Le leadership féminin s'arrêterait-il aux portes du sport ? Bien évidemment non. Il faut aller au delà de ces péripéties temporaires comme dans la politique ou le business. Si le passage à Matignon d'Edith Cresson avait suscité bien des débats, plus personne ne discute la compétence et la légitimité d'Angela Merkel. Quant au monde des affaires, la trajectoire de Christine Lagarde, de Bercy, à la BCE en passant par le FMI est bien l'illustration que la reconnaissance de la compétence est de moins en moins "générée".

Plus qu'un challenge féministe, un enjeu de transformation dans l'intérêt du sport lui-même

Megan Rapinoe est actuellement l'une des sportives les plus connues, mais elle l'est aussi pour ses luttes extra-sportives, notamment la cause LGBT et l'égalité salariale entre hommes et femmes. Or, le sport s'adresse à l'ensemble de la population : il s'agit d'un sujet plus large ! D'autant que les femmes représentent la moitié de la société : pratique OU consommation, le sport a intérêt à embarquer les femmes, d'autant plus qu'on saura leur parler : l'émergence de rôles modèles est donc primordiale. Pour ce faire, il faut soutenir la présence médiatique des femmes, reconnaître leurs compétences, expertises et aider à les développer !

Des initiatives existent déjà comme le Club des 100 : qui permet d'accompagner des femmes dans des postes à responsabilités dans les ligues et club. Les Français ne seraient pas contre : selon le sondage Yougov plus de 80% des personnes interrogées sont favorables à ce qu'une femme prenne la tête d'une fédération ou d'une ligue sportive.

Nathalie Sonnac, du CSA, a tweeté cette semaine sur la médiatisation du sport comme clé indispensable pour amorcer un cercle économique vertueux. Le programme sportif est un contenu stratégique pour les TV : pour preuve, ce sont les meilleures audiences de la TNT et les recettes publicitaires sont en augmentation. Et elle lançait cet appel : « Ne pas oublier le sport féminin ! »

Le jour même, comme si elle avait été entendue, on apprenait que les matches de Ligue des champions de l'équipe féminine de l'OL seront diffusés sur RMC et RMC Story.

Les marques ne s'y trompent pas

Si le sport commence donc enfin à dire « Femmes je vous aime », les marques, elles, ne s'y trompent pas ! Nike a ainsi lancé, mardi 17 novembre, sa première collection dédiée à la joueuse de tennis japonaise Naomi Osaka. Certes elle termine 2020 seulement numéro 3 au classement WTA, mais elle est LA numéro 1 du "tennis business". Gagnante de l'US Open cette année, elle est la mieux payée de juin 2019 à mai 2020, selon le magazine Forbes, avec un peu plus de 37 millions de dollars de revenus. Dont 34 en sponsoring.