



Juillet 2023

6 Rue Claude Farrère - 75016 PARIS

Alors que le sujet de l'acquisition des droits de retransmission de la Coupe du Monde Féminine de Football a pu récemment faire parler en France et Europe, **la FIFA est finalement parvenue à trouver un accord avec France Télévisions et M6, qui ont conjointement acquis les droits de diffusion de la Coupe du Monde Féminine FIFA 2023 pour la France.** Les deux chaînes se partageront la diffusion des matches en clair cet été, ainsi que des rencontres de l'équipe de France féminine jusqu'en 2027. Cela met fin à des négociations longues et difficiles, compliquées par les exigences financières - jugées par certains excessives - de la FIFA. D'après différentes sources, la FIFA aurait calqué le prix des droits de cette édition 2023 sur celui de la Coupe du Monde FIFA 2019, c'est-à-dire entre 15 et 20 millions d'euros. L'une des explications à ces difficultés tient au fait que cette 9ème Coupe du Monde ne se déroulera pas, pour le marché européen, dans les mêmes conditions qu'en 2019 (décalage horaire avec l'Océanie, et en plein été, période moins favorable pour les audiences et les revenus publicitaires).

Finalement, la compétition sera diffusée en clair en France et dans 34 pays d'Europe, dont l'Allemagne, l'Italie, l'Espagne et le Royaume-Uni. **Cet accord sur le territoire français renforce l'engagement de France Télévisions et M6 en faveur du football féminin**, après avoir acquis les droits de diffusion de l'équipe de France pour les quatre prochaines saisons, et inclut également la Ligue des nations, les qualifications pour l'Euro 2025 et la Coupe du Monde 2027. Une petite victoire difficile dans le « *money time* » pour la visibilité et le développement du Football Féminin en France. Il convient de noter que cette acquisition par France Télévisions et M6 a été réalisée alors même qu'aucune certitude n'existe sur la rentabilité et le retour sur investissement financier. Ce qui est particulièrement remarquable de leur part et démontre leur volonté de soutenir le sport féminin dans l'Hexagone.



Juillet 2023

6 Rue Claude Farrère - 75016 PARIS

Par ailleurs, **la FIFA a pris l'engagement de tripler la dotation de la Coupe du Monde Féminine de cet été par rapport à celle du tournoi précédent en 2019**, portant ainsi le montant à 152 millions de dollars. Elle a exprimé son ambition **d'atteindre une égalité des dotations entre la Coupe du Monde Féminine et la Coupe du Monde masculine à l'avenir, tout en soulignant que les diffuseurs et les sponsors doivent également intensifier leurs efforts.**

Contexte : pour rappel, la Coupe du Monde Féminine de la FIFA de 2019 en France, avait été qualifiée de « *compétition féminine de tous les records* ». Premièrement, car les joueuses américaines avaient remporté leur quatrième Coupe du Monde en inscrivant 26 buts dans la compétition. Deux records historiques. Deuxièmement, car elle avait connu de nombreux succès comme des records d'audience, des records d'attractivité mais également d'affluence dans les stades. On avait également pu remarquer un grand nombre de marques soutenir le Football féminin à travers des campagnes qui avait marqué les esprits.

Pour la Coupe du Monde de la FIFA 2023, il semble cependant qu'un nouveau record ait d'ores et déjà été battu, avec un record d'affluence franchi au regard des 1,375 million de billets vendus. (Si l'Australie parvient à remplir ses stades en termes de billetterie, c'est moins le cas en Nouvelle-Zélande. Et la FIFA encourage les néo-zélandais à se porter acquéreurs de billets. *Source : [L'Équipe](#)*).

Les marques partenaires de la Coupe du Monde FIFA Féminine jouent un rôle crucial dans la promotion et la visibilité de cet événement majeur. Leur soutien a permis de donner une plateforme d'envergure internationale au football féminin et, immanquablement, de contribuer à son développement.



Juillet 2023

6 Rue Claude Farrère - 75016 PARIS

En s'associant à la compétition, ces marques ont envoyé un message fort en faveur de l'égalité des genres dans le sport, mettant en avant le talent et la passion des joueuses. Leur engagement a également permis de susciter l'intérêt du public, d'attirer de nouveaux fans et de renforcer la légitimité du football féminin. Et, qui sait, de faire comprendre à leurs concurrents l'utilité et les bénéfices que peuvent tirer des marques de s'investir dans le sport féminin ?

Grâce à leur soutien financier et promotionnel, ces marques ont par exemple contribué à faire de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA 2019 un véritable succès et ont joué un rôle clé dans la reconnaissance et la valorisation des femmes dans le sport. Cet engagement des sponsors se poursuit dans le cadre de la Coupe du Monde qui a commencé hier.

Retrouvez, sur le sujet du développement du sport féminin en France, [l'étude SPORSORA, réalisée par Two Circles](#), qui propose notamment un playbook en 10 points pour la croissance du secteur.

Nous avons souhaité remettre en lumière les quelques activations phares de la Coupe du Monde Féminine 2019, ayant marqué les esprits. Retrouvez cette liste, non-exhaustive, des campagnes marquantes comme celles de Orange, EDF, Arkema, Hyundai et Nike en [cliquant ici](#).

Les marques partenaires lancent l'ouverture de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA 2023

Des marques engagées pour le développement du Football Féminin en France



Juillet 2023

6 Rue Claude Farrère - 75016 PARIS

En ce qui concerne la Coupe du Monde FIFA 2023 qui s'ouvrait hier (20 juillet) et qui se terminera le mois prochain (20 août), certains partenariats sont suffisamment remarquables pour être ici soulignés :

L'omniprésence d'Arkema dans le football féminin ne pouvait éluder l'Équipe de France dans le cadre de cette Coupe du Monde

La marque Arkema (encore elle !), namer de la D1 féminine, et qui soutenait déjà la Coupe du Monde Féminine FIFA 2019, est devenue partenaire officiel de l'équipe de France féminine quelques semaines avant cette Coupe du Monde FIFA 2023. Le groupe renforce son engagement envers le football féminin en devenant également partenaire de l'équipe nationale pour les deux prochaines saisons, jusqu'en 2025. Ce nouveau partenariat intervient peu de temps après l'annonce du plan de professionnalisation du football féminin en France par la FFF et juste avant le début de la Coupe du Monde Féminine 2023. Un coup de pouce supplémentaire pour le football féminin français !

Orange met en place une campagne mémorable dans le cadre de la Coupe du Monde 2023 !

En soutenant activement le football féminin, les marques en France s'engagent pour l'égalité des genres et la lutte contre les stéréotypes. Elles contribuent à briser les barrières et à promouvoir l'idée que le sport n'a pas de genre. En offrant des opportunités égales aux femmes et en mettant en avant des modèles féminins inspirants, ces marques encouragent les jeunes filles à pratiquer le sport et à poursuivre leurs rêves, quels qu'ils soient. Par exemple, **la nouvelle campagne d'Orange mettant en avant les exploits méconnus de l'équipe de France féminine de football fait sensation sur les réseaux sociaux**. La vidéo, intitulée "**les actions folles de l'équipe de France qu'on a tous oubliées**", montre des actions spectaculaires des joueuses, équivalentes à celles des joueurs masculins.



Juillet 2023

6 Rue Claude Farrère - 75016 PARIS

Grâce à l'utilisation de l'intelligence artificielle, les visages des joueuses ont été remplacés par ceux des stars masculines, comme Antoine Griezmann ou Kylian Mbappé. La campagne vise à combattre les préjugés et à prouver que le football ne se limite pas au genre masculin. La vidéo a déjà dépassé le million de vues sur YouTube, suscitant l'enthousiasme et l'intérêt du public à l'approche de la Coupe du Monde Féminine.

[Retrouvez cette idée brillante en vidéo en cliquant ICI](#)

adidas partenaire de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA, fait briller le sport féminin avec des activations innovantes et inspirantes !

adidas a lancé une campagne dédiée à la Coupe du Monde Féminine de la FIFA 2023 en Australie et en Nouvelle-Zélande, mettant en avant les icônes de la nouvelle génération du football marocain, Imane Saoud et Élodie Nakkach, pour attirer l'attention sur le football féminin à l'échelle mondiale et inspirer les jeunes femmes et filles à poursuivre leurs rêves. Cette campagne rassemble un panel de légendes mondiales du football, fervents supporters du football féminin, dont David Beckham, Lionel Messi, et l'actrice Jenna Ortega. Les films de la campagne, intitulés "[Play Until They Can't Look Away](#)", **mettent en lumière le talent exceptionnel de ces joueuses et cherchent à inspirer la prochaine génération en leur montrant qu'elles peuvent être des modèles** pour explorer de nouvelles opportunités dans le football féminin.

Parallèlement, **adidas équipe dix nations partenaires**. La marque a opté pour des designs originaux, voire futuristes, s'inspirant des paysages naturels et des caractéristiques géographiques de chaque pays, comme la tunique inspirée des récifs coralliens pour l'Espagne. Ces looks inédits démontrent la volonté d'adidas de mettre en valeur le football féminin en proposant des tenues uniques et [audacieuses](#).



Juillet 2023

6 Rue Claude Farrère - 75016 PARIS

Enfin, adidas a également révélé le **ballon officiel de la Coupe du Monde Féminine 2023, "Oceaunz"**, au design inspiré de la culture des deux pays hôtes, Australie et Nouvelle-Zélande. Le ballon sera connecté pour aider les arbitres lors des matchs, et 1% des recettes nettes de sa vente sera reversé à l'association Common Goal, promouvant l'égalité des sexes dans le football. ([Vidéo révélation spectaculaire de ce ballon](#)).

L'omniprésence de Nike sur la compétition (« What The Football ») et sa promotion du rôle modèle des joueuses (« Flip the Game »)

Il y a quelques jours, en plus d'être **l'équipementier principal de la Coupe du Monde 2023, Nike a dévoilé un spot publicitaire captivant et inspirant**, mettant en vedette Sam Kerr pour inspirer les filles du monde entier. Connue pour sa célébration de but consistant en un salto arrière, l'attaquante de Chelsea est une véritable référence au sein de l'équipe nationale australienne. Alors que l'Australie co-organise le tournoi avec la Nouvelle-Zélande, Nike met en valeur cette joueuse talentueuse dans le spot intitulé « [Flip The Game](#) ».

De plus, Nike réalise une **campagne publicitaire "What The Football"**, dans laquelle la marque à la virgule raconte l'histoire d'un père qui, après avoir regardé le penalty décisif de Brandi Chastain lors de la Coupe du Monde Féminine en 1999, tombe dans le coma. Miraculeusement, 24 ans plus tard, juste avant le début de la Coupe du Monde 2023, il se réveille et découvre tout ce qu'il a manqué pendant sa période d'inconscience, grâce à sa fille désormais adulte. La vidéo met en vedette de nombreuses stars du football féminin telles qu'Ada Hegerberg, Alex Morgan ou encore Asisat Oshoala. Cette campagne témoigne de **l'engagement de Nike à soutenir le sport féminin et à écouter les athlètes, renforçant sa position de leader dans l'industrie en matière d'investissement dans les athlètes féminines.**



Juillet 2023

6 Rue Claude Farrère - 75016 PARIS

SPORSORA vous tiendra informés des nombreuses campagnes de lancement pour la Coupe du Monde Féminine de la FIFA 2023, tout au long de la compétition et au regard des diverses activations à venir.

Les partenaires ont un rôle majeur à jouer

Au-delà du sport, le soutien des marques au football féminin a un impact positif sur la société dans son ensemble. Tout d'abord, l'investissement de ces sponsors dans le football féminin, contribue à la professionnalisation des équipes, à l'amélioration des infrastructures sportives et à la promotion de compétitions de haut niveau. Cette injection de ressources financières permet également aux joueuses de bénéficier d'un meilleur encadrement, de conditions d'entraînement optimales et d'une visibilité accrue. Aussi, en favorisant la visibilité des femmes dans le sport, elles contribuent à changer les mentalités et à lutter contre les discriminations de genre. En embrassant ces valeurs, les marques montrent l'exemple et participent à la cause du développement du sport et du football féminin, en faisant progresser l'égalité et en inspirant les générations futures.

Espérons donc que cette Coupe du Monde 2023 soit une réussite, sur les terrains mais aussi en dehors, et qu'elle inspire le maximum de personnes. À commencer par les jeunes filles, footballeuses en herbe, aux quatre coins du Monde.

Espérons aussi qu'elle permettra de déconstruire les stéréotypes injustifiés qui existent autour du football féminin, à la façon du film d'Orange, qui mérite encore une fois d'être salué, tant il est impactant sur ce point précis !