

Sport and Citizenship

Sport serving society



Sport et Citoyenneté

Le Sport au service de la société

DOSSIER - FEATURE

SPORT ET GENRE

GENDER AND SPORT



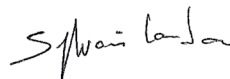
La Coupe du Monde féminine de football apporte un éclairage sans précédent sur les enjeux et les leviers de développement de cette discipline. En amont du tournoi, la FIFA a ainsi tenu une Convention mondiale sur le football féminin, quelques mois après l'adoption d'une Stratégie globale sur le sujet. Une ambition détaillée en exclusivité dans ces pages par Fatma Samoura, Secrétaire Générale de la FIFA, Joyce Cook, Directrice de la Division « Associations Membres » et Sarai Bareman, Directrice du football féminin. L'UEFA a elle aussi adopté un plan quinquennal visant à doubler le nombre de joueuses en Europe d'ici 2024, tandis que la FFF a annoncé son ambition d'atteindre les 300 000 licenciées (contre 160 000 aujourd'hui) au cours de la même période.

On ne peut que se réjouir de ces prises d'initiatives. Elles ne doivent cependant pas se limiter au seul football, ni s'estomper une fois la cérémonie de clôture terminée. Il est nécessaire de profiter de cet élan pour adopter des mesures globales visant à encourager la pratique sportive par toutes et tous. Même si les niveaux se resserrent, des inégalités perdurent encore entre les hommes et les femmes, de manière plus ou moins marquée selon les âges ou les territoires. Au-delà, le sport peut aussi servir de vecteur d'émancipation, en particulier pour les jeunes

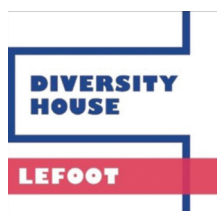
filles et les femmes. Un récent ouvrage publié par notre Think tank (« *Le sport, outil d'émancipation des filles et des femmes à travers le monde* », par Marie-Cécile Naves, disponible en broché et ebook sur Amazon) l'illustre via 11 exemples repérés à travers le monde. Certes, le sport ne peut pas tout, mais il peut contribuer au progrès social. Le fait de rendre visible ce type de projets, de mesurer leur impact et de partager leurs facteurs-clés de réussite relève de cette ambition.

Bonne lecture,

Sylvain Landa,
Directeur éditorial



Sport et Citoyenneté est partenaire de la Diversity House leFoot ouverte par le réseau européen Fare à l'occasion de la Coupe du Monde 2019. Cette revue a été distribuée lors de la table ronde « Stéréotypes et médiatisation » organisée le lundi 17 juin dernier.



SPORTMAG.fr  LE TAURILLON

The Women's Football World Cup has opened in France, shining the spotlight on the issues and development potential in this discipline. Ahead of the kick-off, FIFA held its first Global Women's Football Convention, a few months after adopting its global Women's Football Strategy. This important ambition is exclusively outlined in these pages by Fatma Samoura, FIFA Secretary General, Joyce Cook, Chief Member Associations Officer and Sarai Bareman, its Chief Women's Football Officer. The football world is changing. UEFA, too, has adopted a five-year plan aimed at doubling the number of women players in Europe by 2024, and the FFF has announced its target of reaching 300,000 paid-up women players over the same period, as opposed to 160,000 today.

We can only be glad of these initiatives, but they should not be limited to football alone, and must not be allowed to fade out after the closing ceremony. We need to make the most of this enthusiasm by adopting general measures to encourage everyone, male or female, to do some kind of sport or physical activity, everywhere. Although the gap in sport participation is narrowing, there is still a lot of inequality between men and women, which is more

or less marked depending on age and geographical location.

In addition to this, sport can be a tool for empowerment, particularly for girls and women. A work recently published by our Think Tank ("*Sport as a means of empowering women and girls all over the world*", by Marie-Cécile Naves, available on Amazon) demonstrates this liberating potential through 11 examples taken from every part of the world. Of course, sport cannot do everything, but it should contribute to social progress. Shining the spotlight on these kinds of project, measuring their real impact and sharing the key factors for success forms part of this ambition.

Enjoy the read!

Sylvain Landa

Sport and Citizenship is a partner of Diversity House leFoot, opened by the Fare network during the 2019 World Cup. This revue was handed out at the "Stereotypes and media coverage" round table discussion held on 17 June.

Sommaire

- 3 - POINT DE VUE**
Françoise Gatel
- 4 - ENTRETIEN EXCLUSIF**
Fatma Samoura
Joyce Cook
Sarai Bareman
- 6 - DOSSIER SPÉCIAL SPORT ET GENRE**
Erwan le Prévost
Yann Cucherat
Véronique Faujour
Candice Prévost
Honey Thaljih
Albrecht Sonntag
Nicolas Delorme
Alexandre Diallo
Julian Jappert
Céline Mas
Miren Bengoa
Marie-Cécile Naves
Dóra Gottgeisl
Marija Crnković
Sarah Murray
Michaël Attali
Jacob Kornbeck
- 26 - ÉDUCATION**
UEFA Academy
Acadomia
- 28 - MIXITÉ**
Anne Cordier
FDJ
- 30 - DÉVELOPPEMENT DURABLE**
Christophe Lepetit
MAIF
- 31 - SANTÉ**
MGEN-VVY
- 32 - CITOYENNETÉ**
Marine Lelou
Ayodele Ikuesan
Projet PACTE
Projet FIRE
Projet EMOCS
Projet GSD

ELLES NOUS EMBELLISSENT

Little Miss Soccer

Little Miss Soccer est un carnet de voyage retraçant le parcours de deux passionnées du ballon rond. Candice Prévost et Mélina Boetti ont voulu mettre en avant les histoires de ces femmes qui partent dans le monde, vivent au rythme du football devenu un réel vecteur d'émancipation. Les auteures ont réalisé un road-movie (diffusion prévue sur Canal+ et Planète+ pendant la Coupe du monde 2019) à travers 11 pays. Au fil de leurs rencontres, leurs témoignages illustrent l'ascenseur social et la diversité culturelle que ce sport

populaire a su créer dans l'histoire et sur les 5 continents.

Ce carnet de voyage retranscrit le parcours de Mélina et Candice grâce aux illustrations de **Violette Gentilleau**, dessinatrice et auteure. Diplômée des Arts Décoratifs de Strasbourg, Violette s'implique dans le champs du carnet de voyage et de reportage et participe à différents projets (ateliers en milieu carcéral, reportages dessinés en immersion, albums destinés aux publics en situation de handicap...)

LITTLE MISS SOCCER

Le tour du monde des femmes qui font le foot (Éditions Marie B.), disponible en librairie.
<http://littlemiss-soccer.com>
[@LMSWorldTour](http://LMSWorldTour)

Violette GENTILLEAU

www.violettegentilleau.com



« Une grande cause nationale »



Développer la pratique d'activités physiques et sportives tout au long de la vie : tel est l'objectif des préconisations formulées par la sénatrice **Françoise Gatel**, auteure avec le député François Cormier-Bouligeon d'un rapport remis au premier ministre français au mois de février.

Propos recueillis par Sylvain LANDA

📌 : Vous soulignez dans votre rapport le défi collectif qui est le nôtre : positionner véritablement la pratique physique et sportive par tous, sur tout le territoire et à tous les âges, au cœur de notre culture, de notre éducation et de notre vie quotidienne. Vous formulez pour cela une série de recommandations. Quelles sont selon vous les mesures prioritaires à adopter ?

FG : Pour créer une habitude sportive, il faut ancrer le sport au cœur de la société française. Mais elle suppose de changer de paradigme. L'activité physique ou sportive (APS) doit relever véritablement d'une grande cause nationale exigeant une mobilisation générale.

Nous proposons également d'adopter un plan de programmation pluriannuel de développement de la pratique sportive, décliné jusqu'au niveau local, mais aussi au niveau interministériel.

Formellement, il fixerait en particulier les ambitions de l'État dans le domaine de l'emploi ainsi que dans celui de la rénovation et de la construction d'équipements sportifs.

📌 : Comment agir dès le plus jeune âge, pour faire des APS un élément attractif de la culture des enfants ?

FG : Il faut revoir en profondeur la conception de l'enseignement des APS pour qu'il devienne un élément attractif de la culture des élèves dès le plus jeune âge. Dans ce cadre, nous pouvons expérimenter la mise en place d'une courte séance d'exercices physiques quotidiens en début de journée pour placer les enfants dans de bonnes conditions d'apprentissage.

Pour prévenir les phénomènes de rejet à long terme, je crois qu'il ne faut plus seule-

ment noter la performance de la pratique d'un sport disciplinaire, mais prendre aussi en compte la progression de l'élève afin de mieux sensibiliser aux bienfaits de la pratique sportive.

Il convient également d'améliorer la formation initiale et continue des professeurs des écoles sur l'enseignement de l'éducation physique et sportive à l'école et renforcer dans ce cadre les synergies avec le mouvement sportif.

📌 : Des différences persistent entre les niveaux de pratique sportive des hommes et des femmes. Quelles sont vos recommandations sur cet angle précis ?

FG : On constate une baisse de 78% de la pratique par les femmes entre 26 et 29 ans en comparaison avec la période de 15 à 25 ans, car les femmes actives rencontrent des difficultés à continuer une activité sportive lorsqu'elles ont un enfant.

Il s'avère que le créneau du midi sur le lieu de travail apparaît comme très intéressant pour les femmes actives, en particulier pour celles ayant des enfants.

C'est pourquoi, nous proposons de favoriser les mesures fiscales incitatives pour les entreprises, tel qu'un crédit d'impôts en faveur de la création d'installations sportives ou à la mise en place de projets d'APS par les employeurs.

Par ailleurs, il conviendrait aussi de prendre en compte, dans le cadre des critères de subventionnement des associations par les collectivités territoriales, les actions menées en faveur des femmes.

www.senat.fr

[@FrancoiseGatel](https://twitter.com/FrancoiseGatel)



© DR

“A major national cause”

Developing life-long participation in sport and physical activity: that is the objective of the recommendations formulated by Senator **Françoise Gatel**, joint author, with François Cormier-Bouligeon, of a report handed to the French Prime Minister in February.

📌 : In your report you highlight the challenge incumbent on us all: to make participation in sport or physical activity for all, everywhere and at every age, genuinely central to our culture, our education and our daily life. To do this, you set out a series of recommendations. In your opinion, which measures should be adopted as a priority?

FG: To create a sporting habit, sport needs to be firmly fixed at the heart of French society. But this requires a paradigm shift. Sport and physical activity (SPA) should really be part of a major national cause demanding general mobilisation.

We also suggest adopting a multi-annual plan of programmes for developing participation in sport, rolled out at the local level and also at the inter-ministerial level. Formally, this would fix in particular the State's ambitions in the areas of employment, and the renovation and building of sports facilities.

📌 : What can be done at a very early age to make SPA an attractive element in children's culture?

FG: The way SPA is taught needs to be overhauled in depth so that it becomes an attractive element of pupils' culture from the earliest age. Within this framework, we

can try putting in place a short session of physical exercises at the start of every day so that children are in the right condition for learning.

To prevent long-term rejection, I think we need not just to give a mark for performance in a sports discipline, but also to take into account progress made by the pupil so that they are made aware of the benefits of doing sport.

It is also important to improve the initial and ongoing training for primary school teachers on teaching physical education (PE) and sport, and to reinforce synergies with the sports movement in this context.

📌 : When it comes to women doing SPA, there are still differences although the gap in participation levels is narrowing. What are your recommendations on this specific angle?

FG: A reduction of 78% can be observed in women's participation between the ages of 26 and 29 compared with the ages of 15 to 25, because women who work find it hard to carry on with a sporting activity once they have a child. The midday break in the workplace offers opportunities to working women, particularly when they have a child. That is why we propose to encourage fiscal incentives for businesses, such as tax credits for creating sports facilities or employer-implemented SPA projects. It would also be a good idea to take into account measures taken in favour of women when local authorities set criteria for subsidising clubs and associations.

La Coupe du monde féminine de la FIFA, France 2019™ débute début juin. À l'aube de cet événement marquant, nous avons rencontré trois des femmes à la tête du football féminin à la FIFA : **Fatma Samoura**, Secrétaire Générale, **Joyce Cook**, Directrice de la Division « Associations membres » de la FIFA et **Sarai Bareman**, Directrice du Football Féminin. Elles ont insisté sur les progrès qui ont été réalisés, présenté la stratégie globale et ont fait preuve d'optimisme quant à l'avenir du football féminin, en mettant l'accent également sur l'impact qu'il peut avoir en dehors du terrain.

W : **M^{me} Samoura, vous êtes la première femme à occuper le poste de Secrétaire Générale de la FIFA, ce qui équivaut en quelque sorte à être la patronne du football mondial. Avant le début de cette compétition phare, dans quelle situation se trouve le football féminin ?**

Fatma Samoura : Donner un aperçu concis de l'état du football féminin est une tâche compliquée, puisqu'il y a une multitude de dimensions : le jeu en soi, les aspects financiers, la couverture médiatique, les supporters, les sujets sociétaux, le travail de terrain, le cadre de référence dans son ensemble... Cependant, même si nous avons déjà fait énormément de progrès, il y a encore beaucoup à faire. C'est une priorité absolue de la FIFA, qui a été renforcée par la publication de la Stratégie globale pour le football féminin. Celle-ci couvre tous les sujets et servira de base pour les développements futurs. Le tournoi qui arrive est déjà la 8^e édition de la Coupe du Monde de la FIFA. L'essor a été rapide, dans une période relativement courte – et nous pouvons certainement nous attendre à des progrès plus larges et durables dans les années à venir.

W : **Attendre l'année 2018 pour que l'organisation mondiale du football lance sa**

The FIFA Women's World Cup France 2019™ will kick off in less than a month's time. Ahead of this marquee event, we spoke with the three women at the helm of the female game at football's world governing body, FIFA: **Fatma Samoura**, Secretary General, **Joyce Cook**, Chief Member Associations Officer and **Sarai Bareman**, Chief Women's Football Officer. They stressed the progress that has been made, outlined the institution's global strategy, predicted a prosperous future for women's football and highlighted its far-reaching impact off the pitch.

W : **Ms Samoura, you are the first woman to serve as FIFA's Secretary General, which is tantamount to being world football's CEO. Ahead of the flagship competition in women's football, we would like to know: what is the state of play in the female game?**

Fatma Samoura: Giving a concise overview of the state of women's football is a tall order, as there are so many dimensions: the game per se, financial aspects, media coverage, fans, societal issues, grassroots work, general framework conditions and so on. However, even though we have already made a lot of progress, there is still a long way to go for the

women's game. It is an absolute top priority at FIFA and we stressed that last year with the publication of our global strategy for women's football, which covers all the bases and lays a foundation for further systematic development. The upcoming tournament is already the eighth edition of the FIFA Women's World Cup™. There has been immense development in a relatively short space of time – and we can definitely look forward to further broad and sustainable long-term development in the future.

W : **2018 is pretty late for the sport's world governing body to have launched its first-ever global**

strategy for the women's game, isn't it?

Sarai Bareman: On the surface, it might seem that way, but let's not forget that FIFA's efforts in support of the women's game started decades ago. In addition, before the first FIFA Women's World Cup in 1991, there had already been strategies in place for the development and promotion of women's football, of course – they just weren't published. In contrast to today, however, women's football was not prioritised at that time; rather, it all too often remained an afterthought in the context of world football. The development in the interim has been groundbrea-

d'aujourd'hui, le football féminin n'était pas identifié alors comme une priorité. Cela restait plutôt secondaire dans le contexte du football en général. Entretemps, le développement a été révolutionnaire : le nombre de joueuses et de compétitions a augmenté de manière spectaculaire, le niveau de jeu s'est sensiblement amélioré et l'intérêt du public est grandissant – nous attendons plus d'un milliard de téléspectateurs pour cet été. C'est une augmentation de plus d'un tiers comparé à la dernière édition il y a quatre



Fatma Samoura



Joyce Cook



Sarai Bareman

En le rendant le football plus accessible aux filles et aux femmes, nous supportons leur autonomisation

ans. Et je n'exagère pas quand je dis que nous commençons à peine à libérer tout le potentiel du football féminin.

Ce que nous cherchons à accomplir avec la mise en œuvre de la Stratégie globale pour le football féminin, c'est de développer et de faire grandir le football féminin sur et en dehors du terrain, de mettre en valeur le jeu en améliorant les compétitions, d'élargir la couverture médiatique et la valeur commerciale de la discipline, d'institutionnaliser le football féminin, de promouvoir une meilleure égalité des genres et de cultiver les impacts positifs que le sport peut avoir sur les femmes et les jeunes filles. Nous voulons plus de filles dans le football dès le plus jeune âge et plus de femmes impliquées dans le jeu sur le long terme, pour qu'elles puissent profiter des bénéfices sociétaux du football.

❖ : Étant donné les chiffres que vous mentionnez, certains pourraient être sceptiques quant à votre optimisme et se demander si le football féminin n'a pas déjà atteint son plafond ?

Joyce Cook : Nous avons déjà atteint certains objectifs essentiels, c'est vrai, et nous en sommes fiers. Cependant, comme nous l'avons déjà dit, il y a encore de vastes opportunités non exploitées et le potentiel

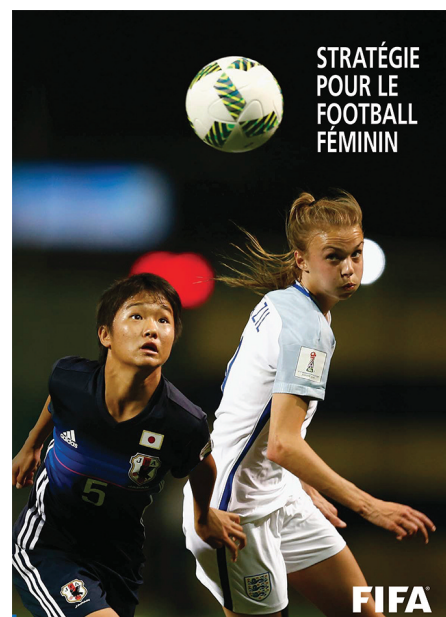
du football féminin s'étend bien au-delà du terrain.

En le rendant plus accessible aux filles et aux femmes, nous supportons leur autonomisation et, ce faisant, nous contribuons entre autres à la cohésion sociale.

La FIFA compte 211 associations membres et, à l'heure actuelle, seul un petit nombre propose des compétitions pour les filles et les femmes. Mais cela évolue. D'ici 2022, toutes les associations membres sont tenues d'adopter une Stratégie spéciale pour le football féminin, et de compter des femmes dans leurs comités directeurs. De plus, le *FIFA Forward Development Programme 2.0 Regulations* encourage vivement l'organisation de compétitions au niveau national pour les jeunes filles et les femmes. D'ici 2026, le nombre de joueuses dans le monde devrait atteindre les 60 millions, soit deux fois plus que le nombre que l'on avait en 2016 lorsque nous mentionnions pour la première fois cet objectif dans le cadre de la feuille de route globale de la FIFA, *FIFA 2.0: The Vision for the Future*.

❖ : Promouvoir et développer le football féminin est une tâche exigeante. La FIFA est-elle bien placée pour se concentrer sur ce secteur émergent ?

FS : C'est exigeant dans certains endroits du globe, à cause des structures sociales par exemple, qui ne sont pas propices à un développement sans accroc du football féminin. D'un autre côté, il y a une demande énorme : partout dans le monde, des jeunes filles et des femmes veulent pouvoir jouer.



C'est une préoccupation majeure et une grande source de motivation : à travers le football, on peut atteindre aussi des objectifs de développement hors du terrain.

Ces dernières années, nous avons renforcé notre institution, et en ce qui concerne les mécanismes de gouvernance, nous sommes maintenant à l'avant-garde dans l'industrie du sport. Une des mesures prises fut la mise en place d'une Division du football féminin, que dirige Sarai. Elle amène beaucoup d'expérience à la FIFA. En plus de l'être sur le terrain, les femmes sont de plus en plus nombreuses à la FIFA : nous représentons déjà 43% des équipes. Si .../...

By making football accessible to more girls and women, we support female empowerment

❖ : Given the figures you have mentioned, some might be sceptical about your optimism and wonder whether women's football might have already hit its ceiling.

Joyce Cook : We have already reached several milestones, that is true, and we are proud of that. However, as a matter of fact, there are still vast untapped opportunities and the women's game's potential reaches far beyond the sidelines of the pitch. By making football accessible to more girls and women, we support female empowerment and, among other things, contribute to societal cohesion. FIFA has 211 member associations and as of now, only a relatively small number have competitions for girls and women in place – but that is changing. By 2022, all member associations are expected

to have a specific women's football strategy, as well as women on their executive committees, and the *FIFA Forward Development Programme 2.0 Regulations* strongly incentivise the organisation of national women's and girls' competitions. Also, by 2026, the number of female football players worldwide is expected to be around 60 million – double the number we had back in 2016, when we first mentioned this target as part of *FIFA 2.0: The Vision for the Future*, FIFA's overall strategic roadmap.

❖ : It seems to be a demanding task to promote and develop women's football. Is FIFA well positioned to focus on this emerging field?

FS : It is demanding in certain parts of the world because societal structures, for instance, are not

conducive to smooth development of the women's game. On the other hand, there is huge demand: women and girls all over the world want access to the game. That is a major focus and source of motivation – through football, we can also achieve development goals off the pitch.

In recent years, we strengthened our institution, and when it comes to governance mechanisms, we are now at the forefront in the sports industry. One of the measures taken as part of this process was the establishment of a dedicated Women's Football Division headed up by Sarai, who brought a lot of valuable experience from the football industry to FIFA. Not only on the pitch but also at FIFA itself, women are on the rise: we already make up roughly 43% of the staff. If you had looked for female chief officers for such an interview at the last Women's World Cup four years ago, you would not have found even one – now we have more women in leadership posi-

tions at FIFA than ever before. Additionally, we have introduced requirements regarding the number of women for our strategic and oversight body, the FIFA Council, and our nine committees. We have incorporated specific women's football-related elements, some of which Joyce has already referred to, into our central football development programme, *FIFA Forward*, through which we support our member associations and the confederations financially and with expertise. So, the answer is a clear 'yes': we are well prepared to work on the further development of the women's game.

❖ : You mentioned the beneficial impact of women's football off the pitch. What can football change or contribute in a societal context?

JC : We are convinced that football is a very powerful tool. The game can break down barriers. One example is our new Football for Schools Pro- .../...

vous aviez cherché à interroger des directrices générales lors de la dernière Coupe du Monde il y a quatre ans, vous n'en auriez pas trouvé une seule. Aujourd'hui, vous avez à la FIFA plus de femmes à des positions-clés que jamais auparavant.

De plus, nous avons introduit un certain nombre d'exigences concernant le nombre de femmes présentes dans notre comité de surveillance et de stratégie, le *FIFA Council*, et dans nos 9 comités. Nous avons intégré des éléments spécifiques au football féminin, que Joyce a déjà mentionnés, dans notre programme de développement, *FIFA Forward*, à travers lequel nous soutenons nos associations membres et les confédérations d'un point de vue financier et d'apport d'expertise. La réponse est donc un oui franc : nous sommes bien préparées à travailler au développement futur du football féminin.

W : Vous avez mentionné les bénéfices du football féminin en dehors du terrain. D'un point de vue sociétal, à quoi le football peut-il contribuer ?

JC : Nous sommes convaincues que le football est un outil puissant. Le jeu peut éliminer des obstacles. Un exemple est notre nouveau programme *Football for Schools*, à travers lequel nous espérons toucher plus de 700 millions de filles et de garçons à travers le monde. Nous allons distribuer plus de 11 millions de ballons de football à travers nos 211 associations membres et proposer un programme qui peut être inclus dans n'importe quel cadre scolaire ou extrascolaire. Nous croyons que le football peut enseigner des compétences essentielles et ainsi contribuer au développement, à la santé, à l'éducation et à l'émancipation des enfants. Pour ce programme, nous avons signé des conventions innovantes avec l'UNESCO et le Programme

Alimentaire Mondial, et les projets pilotes débutent tout juste. Un autre exemple est ce que nous faisons pour la protection des enfants : la

FIFA a fait de ce sujet l'une de ses priorités et a mis en place en 2018 un groupe de travail (*Child Protection and Safeguarding Expert Working Group*) avec des participants de la communauté du football et des organisations internationales, comprenant le Conseil de l'Europe, l'UNICEF ou encore *Safe Sports International*. Le but de ce groupe de travail est d'aider au développement d'un programme de protection des garçons et des filles dans le football avec l'aide de nos associations membres. Nous avons aussi récemment nommé pour la première fois à la FIFA un responsable pour ces questions (*Child Safeguarding Manager*) et allons lancer une boîte à outils (*FIFA Child Safeguarding Toolkit*) et des programmes de formation pour nos associations membres en juillet cette année.

Nos associations membres jouent également un rôle déterminant pour amener le football féminin dans une autre dimension : elles connaissent les circonstances locales et peuvent mettre en place des projets sur mesure dédiés aux filles et aux jeunes femmes à travers le programme *Forward*. Nous travaillons de concert avec elles pour faire en sorte que nos efforts aient le plus fort impact possible.

W : En matière d'héritage, qu'attendez-vous plus spécifiquement de la Coupe du monde à venir ?

SB : Comme nous l'avons évoqué précédemment, cela va être une Coupe du monde des superlatifs, en tous points : niveau de jeu, affluences, exposition médiatique, portée, etc. Sans aucun doute, cela va avoir un impact et

Nous sommes convaincues que le football est un outil puissant

susciter une prise de conscience partout dans le monde. En parlant de nouveaux sommets, comparé à la dernière édition, la FIFA a doublé le *prize money* pour ce tournoi.

Nous sommes aussi très impatients d'inaugurer la Convention pour le football féminin les 6 et 7 juin prochains, juste avant le début du tournoi.

Le but de cet événement est de rassembler les parties prenantes du monde du football et des décideurs politiques venant du monde entier pour utiliser le football comme une force puissante pour apporter un changement sociétal, lutter contre les inégalités et aider à l'émancipation des filles et des femmes dans le monde.

FS : « Héritage » est un terme vaste, mais il y a un élément sur lequel j'aimerais insister : nous sommes confiants sur le rôle qu'aura cette Coupe du monde pour aider à poser les bases d'un changement de perception du football féminin et de son rôle potentiel dans l'évolution de notre société. Avec le développement du sport et une plus grande tolérance, il y aura un effet boule de neige qui va bénéficier à tous : pas seulement aux filles et aux femmes mais aussi à la société dans son ensemble. Et, dernier point mais non des moindres, les préparatifs avant la compétition ont déjà eu un impact considérable : grâce à cet élan, nous avons reçu neuf inscriptions pour le processus de candidature pour la prochaine Coupe du monde féminine en 2023, un record.

www.FIFA.com

We are confident that this World Cup will help lay the foundations to change the perception of women's football

gramme, through which we aim to reach over 700 million girls and boys around the world. We will distribute 11 million footballs through our 211 member associations and will offer a football programme that can be included as part of any school curriculum or as an extracurricular pursuit. We believe that football can teach life skills and thereby contribute to the development, health, education and empowerment of children. For this programme, we have signed innovative agreements with the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) and the World Food Programme (WFP), and the first pilot projects are just getting up and running. Another example is our work with regard to safeguarding children: FIFA has made this topic one of its

priorities and set up a Child Protection and Safeguarding Expert Working Group in 2018, with participants from the football community and international organizations, including the Council of Europe, UNICEF and Safe Sports International. The goal of the working group is to help develop a safeguarding programme to protect girls and boys in football together with our member associations. We have also recently appointed FIFA's first ever Child Safeguarding Manager and will be launching the FIFA child safeguarding toolkit and training programme for member associations in July this year. Our member associations also play a key role in bringing women's football per se to the next level: they know the local circumstances best with tailor-made projects dedicated

to girls and women's football implemented through the *Forward* programme. We are working very closely with them to ensure that our joint efforts have the greatest impact possible.

W : Going back to the big event that is around the corner, what do you expect from the upcoming World Cup in terms of legacy?

SB : As we touched on previously, it will be a Women's World Cup of superlatives in every respect – standard of play, attendances, media coverage, reach and so on. Undoubtedly, this will have an impact and raise awareness around the world.

Talking about new heights, compared to the last edition, FIFA has also doubled the prize money for the tournament. We are also very much looking forward to the Women's Football Convention that will be taking place in Paris on 6 and 7 June, on the eve of the tournament. The goal of that event is to bring together football stakehol-

ders and political leaders from around the globe to use football as a powerful unifying force to bring about positive societal change, fight inequality and empower girls and women worldwide.

FS : 'Legacy' is a broad term, but there is one element I would like to emphasise: we are confident that this World Cup will help lay the foundations to change the perception of women's football and its potential role in society around the world. With the further development of the sport and wider acceptance, there will be a positive snowball effect that will be beneficial to all – not only to girls and women, but to entire societies. And, last but not least, the preparations ahead of this tournament have already had a considerable impact: the momentum generated has resulted in us receiving a record-breaking nine registrations in connection with the bidding process for the next Women's World Cup in 2023.

« Pousser le sport féminin sur le devant de la scène »



Un milliard de personnes devraient suivre la Coupe du monde féminine de football cet été. **Erwan Le Prévost**, directeur du Comité d'Organisation de cette Coupe du monde, nous en dresse les principaux enjeux.

Propos recueillis par Sylvain LANDA

Q : Que représente l'accueil d'un événement tel que la Coupe du monde féminine de football en matière d'organisation ?

ELP : Ce qu'il faut retenir, c'est que nous organisons une Coupe du monde de football tout court, pas une Coupe du monde féminine. Elle requiert les mêmes exigences que celle qui s'est déroulée en Russie l'année dernière. En quelques chiffres, cela représente 24 équipes, 552 joueuses et 52 matches en l'espace d'un mois. Aujourd'hui, le Comité d'Organisation Local (COL) est presque au complet. Nous sommes environ 250 collaborateurs, dont plus d'une centaine déployée dans les neuf sites hôtes. À cela s'ajoutent les 2500 volontaires qui seront mobilisés à nos côtés pendant toute la durée de la compétition et les bénévoles recrutés par les villes elles-mêmes.

Q : L'engouement autour de l'événement est réel. La finale s'annonce d'ores et déjà à guichets fermés. Ressentez-vous ce même intérêt de la part des partenaires économiques et des médias ?

ELP : Avec la FIFA, nous avons convenu d'avoir 6 « supporters nationaux » (NDLR : niveau de sponsoring de la FIFA ouvert aux entreprises nationales dont le principal centre d'activités et d'affaires se situe dans le pays organisateur). Objectif atteint le mois dernier avec Orange, qui s'est engagé dans l'aventure et a ainsi rejoint Arkema, le Crédit



© PIERRE CHARLIER - LOC2019

Agricole, EDF, Proman et la SNCF. Nous n'avions aucun doute quant à l'intérêt suscité par la compétition auprès de nos partenaires économiques et nous sommes satisfaits de voir que nous ne nous sommes pas trompés. Quant aux médias, cet entretien reflète la réalité des choses. Depuis le lancement en septembre 2017 au Musée de l'Homme, nous avons senti l'engouement grandir. Les choses se sont vite accélérées après la Coupe du monde U-20 en Bretagne

(août 2018). Depuis, la saison sportive est ponctuée de nombreux temps forts, l'intérêt des médias croît forcément. Il ne se passe plus une journée sans que des articles ou des reportages sur la Coupe du monde ou le football féminin en général ne soient publiés en France, mais aussi à l'international.

Q : Comment, selon vous, capitaliser sur cet engouement pour contribuer au développement pérenne du football et du sport féminin demain ?

ELP : En l'espace d'un an, les Français.es auront eu l'occasion d'apercevoir sur leur territoire trois compétitions féminines de renom : la Coupe du monde U-20, les Championnats d'Europe de Handball et maintenant la Coupe du monde 2019. Il va sans dire que la réussite de ces événements et leur médiatisation poussent le sport féminin sur le devant de la scène. Et pour la Fédération Française de Football, cette Coupe du monde marque un tournant. C'est le reflet des efforts en matière de féminisation du football tels qu'ils ont été impulsés dès le début de la mandature de Noël Le Graët en 2011. La FFF est très impliquée à nos côtés, notamment via ses Ligues et Districts, pour faire de cet événement une vitrine du développement du football et du sport féminin.

[@LeprevostLe](https://twitter.com/LeprevostLe)

“Putting women's sport in the spotlight”

A billion people will be following the Women's Football World Cup this summer. **Erwan Le Prévost**, Director of the Organising Committee for this World Cup, talks about the main issues.

Q : What does hosting an event such as the Women's Football World Cup mean in terms of organisation?

ELP: What you need to bear in mind is that we are hosting a Football World Cup, not a Women's World Cup. It must meet the same standards as the World Cup in Russia last year. To give a few figures, it involves 24 teams, 552 players and 52 matches in the space of one month. Today, the Local Organising Committee (LOC) is almost complete. We are a team of 250 helpers, with over a hundred of them covering the nine host cities. In addition, there are the 2,500 volunteers who will be working alongside us throughout the com-

petition, and the volunteers recruited by the cities themselves.

Q : There is a lot of enthusiasm for the event. The final is already sold out. Can you feel the same interest from the economic partners and the media?

ELP: We agreed with FIFA that we would have 6 National Supporters (editor's note: a level of sponsorship open to domestically owned companies whose principal place of business and principal operations are situated in the host country). We reached this objective last month with Orange, who joined us along with Arkema, Crédit Agricole, EDF, Proman and the SNCF. We had no doubt at all about the inte-

rest that would be generated by the competition with our economic partners and we are glad to see that we were not mistaken. As for the media, this interview reflects the state of affairs. Since the launch in September 2017 at the Musée de l'Homme we have felt the rising enthusiasm. This became even more marked after the U-20 World Cup in Brittany in August 2018. Since then, as the sport season is marked by different highlights, the interest of the media has definitely increased. A day does not go by without seeing articles or reports on the World Cup or women's football in general, not just in France, but internationally.

Q : How do you think we can capitalise on this enthusiasm to help the sustained development of football and women's sport for tomorrow?

ELP: In the space of one year, people in France will have been able to see three major women's competitions: the U-20 World Cup, the European Handball Championship and now the 2019 World Cup. Needless to say, the success of these events and their media coverage have put women's sport in the spotlight. For the French Football Federation, this World Cup marks a turning point. It reflects the efforts that have been made to get more women into football since Noël Le Graët took over as President in 2011. The FFF is very committed to working with us, particularly through its Leagues and Districts, to ensure that this event becomes a showcase for developing football and women's sport.

« Bénéficiaire de l'éclairage offert par la Coupe du monde »



Lyon accueillera les deux demi-finales et la finale de la Coupe du monde féminine de football, une première dans l'histoire des compétitions mondiales pour une ville autre que la capitale du pays d'accueil. **Yann Cucherat**, Adjoint au Maire de Lyon délégué aux sports, aux grands événements et au tourisme nous en précise les enjeux.

Propos recueillis par Sylvain LANDA

🗨️ : Que représente le fait d'accueillir la Coupe du monde pour votre territoire ?

YC : C'est d'abord le fruit d'un travail collectif entre la Ville de Lyon, la Métropole et l'Olympique Lyonnais (OL), qui a mis gracieusement à disposition son stade. Un comité de pilotage aux objectifs très concrets a vu le jour : promotion de l'événement et de sa billetterie, mise en œuvre d'un programme « Héritage », développement et valorisation des politiques sportives des collectivités...

Le rayonnement international est rapidement devenu central puisqu'une très forte affluence est attendue. Près de 17 000 Américains ont par exemple pris des packs « 3 matches », une formule porteuse pour le territoire puisque les supporters auront la possibilité de profiter de notre patrimoine culturel, gastronomique, naturel pendant une semaine.

🗨️ : Vous êtes-vous appuyé sur cette Coupe du monde pour initier/accélérer vos politiques publiques ?

YC : La Ville met en œuvre son second Plan Égalité Femmes/Hommes. Ce travail de diagnostic et de solutions se matérialise par l'accueil de cette compétition mais également par un travail tout au long de l'année pour mettre en lumière nos actions. Le 8 mars, Thérèse Rabatel¹ a mis le focus sur le sport au féminin et nous a permis de rappeler notre stratégie : développe-



© MURIEL CHAULET

ment des sections féminines sportives ; lancement d'une cour d'école sportive et partage des espaces entre filles et garçons ; mise en avant de nos sportives de haut niveau ; intégration du volet « égalité » dans l'appel à projet de notre dispositif de financement du sport amateur « Trait d'Union », etc. Enfin, le dispositif « enform@lyon » qui promeut la pratique libre et informelle du running à travers la Ville et qui est une de nos actions phare de ce mandat, est majoritairement utilisé par des femmes.

Nous souhaitons bénéficier de l'éclairage de ce Mondial pour améliorer encore la pratique sportive au féminin, en développant par exemple des

outils d'analyse des fréquentations sportives sur nos établissements ou des programmes de formation pour les bénévoles associatifs qui souhaitent mieux maîtriser ces enjeux.

🗨️ : Quelle est votre stratégie en matière de haut niveau ?

YC : Nous accompagnons les sportifs de haut niveau en les finançant de la même manière, peu importe leur genre ou leur situation handi/valide. Cette transparence est très importante. Les critères de sélection proviennent directement des listes ministérielles et des résultats. Bien sûr, la Ville soutient l'OL Féminin (à travers la Fondation du groupe) ainsi que le Lyon ASVEL Féminin. Les deux clubs font une saison formidable et notre accompagnement est décisif (mise à disposition de la salle Mado Bonnet pour le basket). Leur succès sportif et public rappelle qu'il y a un vrai engouement pour le sport féminin. Ce sont des locomotives pour le sport amateur, qui leur rend plutôt bien en faisant apparaître les pépites sportives de demain. Aussi, la Ville a à cœur de tout mettre en œuvre pour accompagner le développement et l'essor du sport féminin.

1. Adjointe au Maire de Lyon en charge de l'égalité femmes-hommes

www.lyon.fr

“Take advantage of the World Cup spotlight”

Lyon will be hosting the two semi-finals and the final of the Women's Football World Cup, a first for any city other than the capital of a host country. **Yann Cucherat**, Deputy Mayor of Lyon in charge of sport, major events and tourism, explains the issues.

🗨️ : What does it mean for Lyon and its region to be hosting the World Cup?

YC: It is the result of collaboration between the City of Lyon, the Metropolis and Olympique Lyonnais (OL) football club, who made their stadium freely available to us. A steering committee was formed with very concrete objectives: promoting the event and ticket sales, setting up a “Legacy” programme, developing and enhancing local government sports policies and so on.

The international image soon took centre stage, because a great many people are expected to attend. For example, nearly 17,000 Americans bought “3 match” packages, a valuable package for the region because

the supporters will be able to enjoy our cultural, gastronomic and natural heritage for at least a week.

🗨️ : Have you taken advantage of this World Cup to initiate/accelerate public policies?

YC: The City is implementing its second Plan for equality between men and women. This work involving diagnosis and offering solutions came about through hosting the competition and also through year-long activity in order to highlight our action. On 8th March, Thérèse Rabatel¹ put the focus on women's sport and gave us the chance to emphasise our strategy: developing women's sections; putting the spotlight on our top-level athletes; integrating the

“equality” angle in calls for projects in our new amateur sport funding scheme “Trait d'Union”, and so on. Finally, the “enform@lyon” scheme promoting informal jogging throughout the city, one of the key measures of this council, is largely used by women. We hope to take advantage of the World Cup spotlight to improve the uptake of sport by women by developing, for example, tools to analyse the number of visits to our sports facilities, or training programmes for volunteers in clubs and associations who want to deal with these issues better.

🗨️ : What is your strategy when it comes to top-level sport?

YC: We support top-level athletes

with similar funding regardless of gender or disability. This transparency is very important. Selection criteria are based directly on ministerial lists and results. Obviously, the City supports OL Féminin (through the group's Foundation), as well as Lyon ASVEL Féminin (basketball). The two clubs are enjoying an outstanding season and our support is crucial (the City makes the Mado Bonnet hall available for the basketball). Their success in matches and with the public remind us that there is real enthusiasm for women's sport. They are driving forces for amateur sport, which in its turn brings to the fore tomorrow's sporting stars. The city, then, is determined to do everything it can to continue to develop women's sport and help it to take off.

1. Lyon Deputy Mayor in charge of male-female equality

« Permettre aux jeunes filles de s'épanouir grâce au sport »



Le Crédit Agricole est devenu en octobre dernier « Supporter National » de la Coupe du monde 2019. Un engagement naturel pour le groupe, comme le souligne **Véronique Faujour**, Directrice Marketing Groupe et Communication client de Crédit Agricole S. A.

Propos recueillis par Sylvain LANDA et Alice BLANVILLAIN

🗨️ : Vous avez rejoint très tôt le groupe des partenaires de la Coupe du monde 2019. Pourquoi cet engagement ?

VF : Le Crédit Agricole est un partenaire historique de tous les footbals, des plus jeunes jusqu'aux équipes nationales. Nous accompagnons la Fédération Française de Football (FFF) depuis plus de 45 ans. C'était donc naturel de nous engager sur cette Coupe du monde. C'est aussi une belle opportunité pour le Crédit Agricole, en tant que banque des territoires, de s'impliquer aux côtés des villes-hôtes. Enfin, nous tenions à rappeler tout notre soutien au football féminin, nous qui sommes partenaires de l'Équipe de France depuis plus de 10 ans.

🗨️ : Votre engagement dans le sport s'articule autour d'une ambition, « Le Sport comme école de la vie ». De quoi s'agit-il ?

VF : C'est d'abord une conviction forte, celle que les valeurs du sport rendent plus fort, individuellement et collectivement, et que ces valeurs sont utiles tout au long de notre vie. Cet engagement puise ses racines dans le sport amateur, à travers notamment les actions menées par nos caisses régionales. Nous soutenons 27 disciplines et sommes présents partout en France.

« Le Sport comme école de la vie » se décline à travers différents programmes. Nous parrainons par exemple le « Label Jeune » de la FFF, qui récompense les clubs exemplaires en



© DR

matière éducative notamment. Avec la Fédération Française de Judo, nous soutenons activement l'opération « Les mercredis de l'Équipe de France » : des athlètes vont à la rencontre des enfants, des licenciés, mais aussi des personnes en difficultés. Ce sont des journées

extrêmement riches en lien social. Un site Internet (ca-sportecoledevie.fr) recense toutes ces initiatives inspirantes, illustrant ainsi notre vision du sport et de ses valeurs.

🗨️ : Comment la Coupe du monde 2019 s'intègre-t-elle dans cette stratégie ?

VF : Nous sommes convaincus que le sport peut être un levier d'émancipation pour les femmes, qu'il peut renforcer l'estime de soi, favoriser le leadership, etc. C'est un vecteur qu'il convient de renforcer. C'est pourquoi nous travaillons étroitement avec des partenaires qui œuvrent dans l'insertion professionnelle par le sport pour que plus de jeunes filles aient accès à différents dispositifs.

Le thème de l'émancipation des femmes par le sport est bien sûr aussi évoqué durant la Coupe du monde, par le biais de spots TV ou de programmes dédiés. Nous parrainons par exemple le programme court « Plus fort grâce au sport », une série de témoignages de sportifs amateurs et professionnels, diffusée tous les dimanches soir sur TF1 avant le journal télévisé. Pendant la Coupe du monde, ces portraits seront dédiés exclusivement à des femmes. Ce type d'opération permet de rendre visibles des histoires, des parcours, ce qui est essentiel pour susciter des vocations.

ca-sportecoledevie.fr

[sportecoledevie](https://www.instagram.com/sportecoledevie)

“Letting girls flourish through sport”

The Crédit Agricole became a “National Supporter” of the 2019 Women’s World Cup last October. This was an obvious decision for the group, as **Véronique Faujour**, Director of Group Marketing and Customer Communication for Crédit Agricole S.A, explains.

🗨️ : You joined the group of Women’s World Cup 2019 partners very early. Why this commitment?

VF: Crédit Agricole has long been partnering football of every kind, from the youngest up to national teams. We’ve been supporting the French Football Federation (FFF) for more than 45 years. This made it natural for us to get behind this World Cup. It is also a good opportunity for the Crédit Agricole, as a regional bank, to get involved alongside the host cities. We were also keen to highlight our support for women’s football; we have been partners of the French national team for 10 years.

🗨️ : Your involvement in sport focuses around one aim: “Sport as a school for life”. What does that mean?

VF: First of all, it is a strong conviction that the values of sport make individuals and the community stronger, and that these values are useful throughout life. This commitment has its roots in amateur sport, in particular with the activities of our regional branches. We support 27 disciplines and we are present all over France. The “Sport as a school for life” programme comprises various schemes. For example, we sponsor the FFF’s “Label jeune” which

rewards clubs that are exemplary on the educational front. We support the French Judo Federation’s operation “Les mercredis de l’Equipe de France”: the athletes go to meet children and club members, and also people in difficulty. These days are very rich in social relationships. A website (ca-sportecoledevie.fr) lists all these inspiring initiatives and illustrates our vision of sport and its values.

🗨️ : How does the 2019 World Cup fit into this strategy?

VF: We are firmly convinced that sport can be a means of empowering women, that it can reinforce self-esteem, encourage leader-

ship, and so on. It is a tool that needs to be used more. That is why we are working closely with partners involved in using sport to help people find jobs so that more girls have access to different schemes.

The idea of empowering women through sport will also be highlighted during the World Cup, by means of TV ads or programmes on the subject.

For example, we are sponsoring the short programme “Plus fort grâce au sport” (stronger thanks to sport), a series of first-hand accounts from amateur and professional athletes, broadcast every Sunday evening on TF1 before the news. During the World Cup, these portraits will be devoted exclusively to women. This type of operation throws light on their stories and careers, which is essential for inspiring new vocations.

« Un accélérateur pour la structuration et la popularité de notre sport »

Ancienne joueuse de football au PSG et ambassadrice de **Sport et Citoyenneté**, **Candice Prévost** mesure les progrès accomplis ces dernières années en termes de visibilité du football féminin, et considère le sport comme un outil puissant de progrès social.

Propos recueillis par Célia LE NENAN

🗨️ : Comment jugez-vous l'évolution du football féminin ?

CP : J'ai suivi cette évolution de près, comme joueuse puis consultante, dirigeante et enfin réalisatrice du documentaire « Little Miss Soccer ». Le changement majeur s'est opéré au niveau des médias, qui ont permis d'installer le football féminin dans les habitudes des Français. Cette visibilité permet la légitimité.

Si les représentations évoluent, si les mentalités changent notamment grâce aux résultats et au talent des joueuses, le football au féminin n'est pas encore confortablement installé. C'est aussi ce que nous constatons plus généralement lorsqu'on évoque la place de la femme dans la société.

🗨️ : Que peut apporter la Coupe du monde ?

CP : Cela aura un effet d'accélérateur sur la structuration et la popularité de notre sport en général. Se réunir autour des Bleu.e.s est toujours fédérateur. J'espère que ce sera l'occasion de parler du jeu, des femmes qui font le foot, pas seulement celles qui sont sur les terrains. De parler du football comme levier au service de valeurs, d'actions qui dépassent le rectangle vert. Nous avons la responsabilité de parler du jeu mais aussi de nous.

🗨️ : Vous êtes, avec Méлина Boetti, à l'initiative du projet Little Miss Soccer (cf. p. 2), un tour du



© DR

monde des femmes qui font le foot. Pourquoi ce projet ?

CP : Aujourd'hui, plus de 33 millions de femmes jouent au football dans le monde. Nous sommes parties il y a deux ans caméra au poing et balle aux pieds, avec curiosité, sur leurs traces. Nous avons arpenté la « Planète football » sur les cinq continents, avec une grande motivation : mettre en lumière les jeunes filles et les femmes dont le droit au but est un défi permanent. Nous voulions raconter l'histoire de celles que nous ne voyons pas ou peu ; des histoires rythmées par le ballon

rond comme vecteur d'émancipation, reflet de la société et de la condition de vie de ces femmes. La singularité de chacune s'inscrit dans une promotion engagée du football et prend la forme d'un documentaire et d'un livre illustré.

🗨️ : En quoi le football peut-il jouer un rôle dans l'autonomisation des femmes ?

CP : Le simple fait de jouer au football en tant que fille ou femme est déjà une façon de s'émanciper et de conquérir une forme d'autonomie. Il ne faut pas oublier que le football est considéré, par défaut, comme un sport propriété des hommes. Et hélas, c'est « vrai » partout dans le monde ! Il est vraiment devenu universel depuis que les femmes y jouent. Ensuite, dans chaque société, elles luttent avec plus ou moins d'engagement contre un machisme ambiant installé. Le football est un puissant outil car il représente un terrain de contestation, voire de provocation, mais utile pour faire bouger les mentalités. Quand les femmes l'occupent, les détracteurs s'habituent et les plus féministes d'entre eux applaudissent. Plus que de l'autonomie, le football doit parvenir à fédérer hommes et femmes et imposer une solidarité naturelle qui permettra à chacun.e de s'épanouir sur le rectangle vert, mais aussi en dehors.

littlemiss-soccer.com

[@LMSWorldTour](https://twitter.com/LMSWorldTour)

“An accelerator for our sport's structuring and popularity”

Candice Prévost, a former footballer at PSG and Ambassador of **Sport and Citizenship** assesses the progress made over the last years in raising the visibility of women's football, and examines the idea of sport as a powerful tool for social progress.

🗨️ : How do you see the changes in women's football?

CP: I've been watching this evolution closely, as a player and then as a consultant, a manager and lastly as the producer of the documentary "Little Miss Soccer". The main change took place at the media level. It accelerated the structuring of the top level and accustomed French viewers to women's football. This visibility gave it legitimacy. Although women's football is shown more often and attitudes are changing, partly due to the results and the talent of the women players, it is not yet comfortably

installed. This can be observed more generally when looking at the place of women in society, as well.

🗨️ : What can the World Cup do?

CP: It will be an accelerator for our sport's structuring and popularity in general. Supporting the male or female national teams always brings people together. I hope it will provide the chance to talk about the game, and women involved in football, not just the ones on the pitch; to talk about football as a lever for values and action beyond the green rectangle. It is our responsibility to talk

about the game, and also about ourselves.

🗨️ : You initiated the Little Miss Soccer project (cf. p.2), a look at women footballers around the world. Why this project?

CP: Today, more than 33 million women in the world play football. Nearly two years ago, we set off with a camera in our hand and a ball at our feet, full of curiosity, to find them. We have explored the "Football Planet" in all 5 continents with one big objective: to shine the spotlight on the girls and women whose right to play is a constant challenge. We wanted to tell the story of women who are more or less invisible; stories where the round ball is a force for empowerment, a reflection of the society and living conditions of these women. Each individual story takes its place in football's commitment at the time of the World Cup in the form of a documentary and an illustrated book.

🗨️ : What role can football play in making women independent?

CP: The simple fact of playing football as a girl or a woman is in itself a form of emancipation and a sort of independence. Football is generally considered to be a sport belonging to men. Unfortunately, that is literally "true" all over the world! It has really become universal since women started to play. In every society, women players fight more or less seriously against a background of machismo. Football is a powerful tool for empowerment in as much as it represents a challenge, not to say a provocation, but it is useful for changing mindsets. When women take over the pitch, the detractors get used to it and the most feminist among them applaud. More than giving autonomy, football should bring men and women together and impose a natural solidarity which will allow each man or women to find enjoyment on the pitch and off it.

La lutte du football féminin au Moyen-Orient

Des années de lutte et d'efforts ont permis au football féminin de connaître une popularité croissante à travers le globe. Aujourd'hui, l'élan est en faveur de l'égalité ; pourtant un certain nombre de pays continuent de refuser aux femmes le droit de jouer¹.

Rarement écrites dans la loi, ces restrictions se dissimulent sous de nombreuses formes : empêcher les femmes de faire de l'exercice physique ou de pénétrer dans des stades par exemple.

Il a fallu attendre 1991 pour que soit organisée la première Coupe du monde Féminine de la FIFA™. La dernière édition au Canada fut la plus réussie, battant des records d'affluence et d'audience. Elle a aussi permis de souligner les défis actuels, puisqu'aucune équipe arabe n'était présente sur le tableau final.

Au Moyen-Orient, le football est le sport numéro 1, autant pour les hommes que pour les femmes. Mais les structures de pouvoirs patriarcales empêchent les femmes de poursuivre leurs carrières. L'assouplissement progressif des restrictions est le fruit de la détermination des femmes, poursuivant leur passion en dépit des pressions socio-économiques, politiques, religieuses et culturelles. Le soutien familial et celui d'une poignée d'individus au sein des gouvernements et des fédérations sont aussi essentiels ; ce fut le cas en Palestine et en Jordanie, qui font aujourd'hui figure d'exemples. À la fin des années 1990, la Palestine considérait le football comme une activité exclusivement masculine. Il n'y avait ni équipe, ni championnat, ni ressources ni infrastructures, seulement des préjugés et des stéréotypes. Petite, j'ai commencé à jouer au football dans la rue, uniquement pour assouvir ma passion. Avec le

recul, je sais que ça représentait bien plus. Le football peut partager des messages universaux et provoquer des changements.

En 2003, j'ai cofondé l'équipe nationale féminine de Palestine. Malgré l'aide de personnalités influentes, ce ne fut pas chose aisée. Nous avons dû faire face à un obstacle particulier, l'occupation israélienne, mais cela ne nous a pas dissuadé de continuer à jouer. Avec le temps, le soutien pour notre cause a grandi et la FIFA a donné un coup de projecteur au projet, ce qui fut un élément décisif pour notre développement et notre reconnaissance.

En 2009, 14 000 personnes ont assisté à notre premier match international contre la Jordanie. C'est parce que des médias comme la BBC ou CNN ont couvert l'événement que nous avons pris conscience que notre exploit transcendait la Palestine. Depuis, d'autres nations évoluent : Bahreïn a fondé une équipe féminine en 2003, les Émirats Arabes Unis en 2009, et avec la tenue prochaine de la Coupe du monde 2022 au Qatar, beaucoup d'espoirs existent pour que ce dernier alloue des ressources au sport féminin. Fin 2017, l'Arabie Saoudite a levé l'interdiction faite aux femmes d'accéder aux stades, précédant la tenue d'un premier tournoi de football féminin. Seul l'Iran maintient une telle interdiction. Cela étant, fin 2018, le pays a permis à plusieurs centaines de femmes d'assister à la finale de la Ligue des Champions d'Asie, une première en plus de 35 ans !

Honey Thaljih

Cofondatrice et première capitaine de l'équipe nationale de football de Palestine. Directrice de la communication entreprise de la FIFA



Honey Thaljih, co-founder and first Captain of the first female national football team in Palestine. Corporate Communications Manager for FIFA

@HoneyThaljih

Aussi minimes que puissent paraître ces progrès, ils sont la preuve du processus de changement en cours. Bien qu'aucune équipe arabe ne soit présente cet été en France, la persévérance, le sacrifice et la passion du jeu des nombreuses femmes qui y seront permettront de diffuser le football au sein de notre région.

1. Cette contribution est proposée par l'auteure et est issue d'un article écrit pour le catalogue de l'exposition « Foot et monde arabe : la révolution du ballon rond »

L'opinion exprimée dans le présent document est uniquement celle de l'auteur et ne reflète pas celle des organisations ou entités auxquelles elle peut être rattachée.

The Struggle for Women's Football in the Middle East

Years of struggle and relentless pushing of boundaries have sparked a global growth in popularity for women's football. Today's general momentum in football is moving towards gender equality, yet many countries still deny women their right to play¹.

Restrictions, often not written in law, include preventing women from exercising, running gyms and accessing stadiums.

The first FIFA Women's World Cup™ waited until 1991. The last FIFA World Cup in Canada was the most successful event in the history of women's football, breaking records from attendance to TV audiences. It also emphasized ongoing challenges as the final draw failed to include a single Arab team.

In the Middle East, football is the number one sport - for both men and women. But still, patriarchal power

structures prevent women from pursuing sport careers. The slow easing of restrictions in the Arab world result from individual women determined to do what they love, despite socio-economic, political, religious, and cultural pressures. Family support and backing from a couple of individuals from governments and federations are essential to the process, as was the case in Palestine and in Jordan - both leading the present struggle for gender equality in football. In the late 90s in Palestine, football was perceived as an exclusively masculine activity. There was no team, no league, no resources,

and no structures. Only prejudice and stigma. When I started playing football in the streets as a young girl, it was about the game I loved. Now I know it is more than that. Football has the power to spread universal messages and enable change.

In 2003, I co-founded Palestine's national women's team. Nothing about it was easy despite the help of influential individuals. A specific obstacle for Palestine has been the Israeli occupation but we continued doing what we love best: playing. Time brought about support and FIFA eventually took a shine to us, which was paramount to support our national development and international recognition.

14,000 people from all over Palestine came to watch our first international game against Jordan in 2009. International media channels like CNN and the BBC covered the event. We realised our achievement transcended Palestinian soil.

Other countries are also in motion: Bahrain founded their female team in

2003, the UAE in 2009, and with the 2022 FIFA World Cup taking place in Qatar there are high hopes the country will allocate resources to the women's game. Late 2017 Saudi Arabia lifted the ban of women from stadiums, closely followed by hosting their first ever women-only football tournament. Iran stood alone with the female stadium ban until late 2018 when several hundreds of women were permitted to watch the Asia Champions League final - a first in over 35 years!

These steps may seem small, but they are proof of the non-negotiable change set in motion. While no Arab team will be present this year in France, the perseverance, sacrifice and love for the game of many women will continue to spread the game in the region.

The views expressed here are solely those of the author in her personal capacity and do not in any way represent the views of any official body or entity related to the author)

Sur le chemin de la normalisation

Il ne doit pas y avoir beaucoup d'événements sportifs qui peuvent se permettre de passer outre le nom du sport qu'ils célèbrent.

Le titre officiel « Coupe du monde féminine de la FIFA, France 2019™ », en tout cas, ne fait pas mention du terme « football ». Faut-il y voir un héritage de la « masculinité hégémonique » qui caractérise ce sport depuis ses débuts ? Il est vrai que la « Coupe du Monde de la FIFA, Russie 2018™ » n'était, elle, pas affublée de l'adjectif « masculine », comme s'il n'y avait aucun besoin de préciser. A moins que ce ne soit l'hégémonie du football dans le paysage sportif qui fait que le terme « Coupe du monde » renvoie automatiquement vers lui... Toujours est-il que cet événement est désormais solidement ancré dans le décor global du sport. Pourtant, pour les acteurs mêmes de la compétition – joueuses, officielles, arbitres, spectatrices et spectateurs – la Coupe du monde aura quelque chose d'irréel. Vitrine internationale du football féminin, elle sera moins un reflet de ce qu'est devenu ce sport qu'une projection de ce qu'on peut espérer qu'il devienne un jour. Des stades bien remplis et très animés n'y seront pas l'exception, comme dans le quotidien des ligues, mais la règle tout au long du tournoi. L'intérêt médiatique, s'appuyant sur le nationalisme sportif, sera massif et soutenu, plutôt que discret et ponctuel. Et suite

à une sensibilisation accrue au sexisme ordinaire – le mouvement #metoo est passé par là – on peut même s'attendre à ce que le flot du discours généré par l'événement soit beaucoup moins contaminé de condescendance mâle qu'il ne l'a été par le passé. Pour peu que le pays hôte aille assez loin dans la compétition, cette Coupe du monde sera un succès, pour les villes-hôtes, pour les médias, pour la FIFA. Pour qu'elle le soit sur un plan socio-culturel, il faudrait que les joueuses elles-mêmes, tout comme les commentatrices et expertes dans les médias, toujours plus nombreuses, ne se laissent pas piéger par la « féminisation à outrance ». Il s'agit, d'une part, de supprimer le réflexe malsain de la comparaison quasi-systématique avec le jeu masculin, pourtant omniprésent dans l'imaginaire collectif des téléspectateurs ou lecteurs. Le football féminin n'est pas « moins bon » que le football des hommes (on connaît les arguments), mais il n'est pas non plus « meilleur » (sur le plan comportemental, par exemple). Il est lui-même, et il doit suffire à lui-même. D'autre part, il faut résister à la tentation de renvoyer les joueuses avec insistance vers leur féminité, pour justifier en quelque sorte qu'on peut jouer au football sans perdre des

Albrecht Sonntag

Professeur en études européennes, ESSCA School of Management.

Professor of European Studies, ESSCA School of Management



Membre du comité scientifique Sport et Citoyenneté



@AlbrechtSonntag

attributs stéréotypés traditionnellement considérés comme réservés au sexe féminin. Ce sont des sportives, elles n'ont pas à être évaluées sur d'autres critères que ceux de la performance en vigueur au sein de leur discipline.

Si dans dix ans, on regarde cette Coupe du monde comme une simple étape sur le chemin d'une normalisation, elle aura été un succès sur toute la ligne.

www.essca.fr

On the Road to Normalisation

There are not many sport events that can afford to not even mention the name of the sport they are supposed to celebrate.

The official title of "The FIFA Women's World Cup, France 2019™", for one, does not esteem necessary to bear a reference to football. A legacy of the "hegemonic masculinity" that has characterised this game since its beginnings? It is true that "The FIFA World Cup, Russia 2018™" stood on its own... Even in the 21st century, some gender roles seem to go without saying. Another explanation would be that football's hegemony within the field of sports has as effect that the term "World Cup", unless otherwise indicated, automatically refers to "the beautiful game". One way or another, the Women's Football World Cup is now solidly anchored in the global sporting landscape. This being said, for the actors of this competition – players, staffs, referees, spectators – the World Cup will have a slightly unreal touch. As the international showcase of women's football, rather than a reflection of what this sport has become, it will be a projection of what may be hoped it will become one day.

All of a sudden, packed and vibrant stadiums will no longer be an exception, as they are in the daily business of women's football leagues. Media interest, drawing on nationalist sentiments and excitement, will be massive and sustained, rather than discreet and punctual. Moreover, the raising awareness of ordinary sexism in everyday life – thanks to the #metoo movement – may even ensure that the flow of discourse generated by the event will be much less contaminated by male condescendance as it used to be. If the host nation's team reaches the competition's final stages, this World Cup will be a public success, for the host cities, for the media, and for FIFA. In order to make a socio-cultural success of it, the players themselves, just like the increasing number of female reporters and experts, avoid getting trapped in the pitfall of "exacerbated feminisation". This means, on the one hand, suppressing the counter-productive reflex of almost systematic comparison with the men's game, even



© Little Miss Soccer

if the latter is omnipresent in the spectators' or readers' collective imaginary. Women's football is not "less good" than men's football (despite the well-known arguments), but it is not "better" either (behaviour-wise, for instance). It is itself, and it is self-sufficient. On the other hand, it is necessary to resist the temptation to refer the players with insistence to their femininity, in an attempt to justify somehow that a woman can play

football without losing highly gendered, stereotyped attributes that are traditionally associated with the "weaker sex". Players are sportswomen, they are not to be assessed against any criteria other than the performance standards of their discipline. If in ten years, the French World Cup could be considered as a simple step on the road towards a normalisation of this sport, it will have been a remarkable success.

Une opportunité médiatique à saisir

En tant qu'événement international, la Coupe du monde 2019 va permettre de mettre en lumière le football féminin. Une opportunité médiatique à saisir pour la Fédération Française de Football (FFF).

Le football féminin – et par extension le sport féminin – souffre d'habitude d'une quasi-invisibilité médiatique, notamment au niveau du service public (Canal+ a acheté les droits TV de la D1 féminine de football jusqu'en 2023).

En effet, à l'exception des grands événements sportifs internationaux (Coupes et Championnats du monde, Jeux olympiques), les médias français mettent en place une couverture biaisée, quantitativement et qualitativement, du sport féminin. Quantitativement car, comme montré dans plusieurs études, le sport féminin est fortement sous-représenté dans les médias français, exception faite des Jeux olympiques d'été. Qualitativement car les journalistes de sport, qui sont majoritairement des hommes, véhiculent fréquemment une représentation stéréotypée du sport féminin. Les femmes reçoivent par exemple plus de commentaires sur leur apparence physique que les hommes. Elles sont également plus souvent critiquées et leurs réussites sportives sont fréquemment dévaluées. Plus préoccupant, on constate que les femmes sont essentiellement dépeintes dans des sports « sexuellement appropriés » comme la danse, le patinage artistique ou la

Une division sexuée des sports

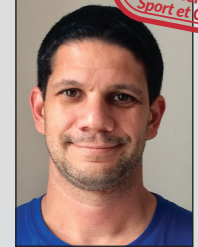
gymnastique qui mettent en avant des compétences « féminines » comme la « grâce ». Elles sont donc de fait exclues de la couverture des sports perçus comme « masculins » et mettant en avant des compétences comme la « puissance » ou l'« agressivité », à l'instar du football ou du rugby, qui sont aussi les plus médiatisés. Cette division sexuée des sports reste toutefois une construction culturelle très spécifique à chaque pays. Le football est par exemple perçu comme une pratique « féminine » aux États Unis.

Partant de là, l'exposition médiatique dont va bénéficier le football féminin lors de cette Coupe du monde va permettre – temporairement – d'obtenir un surplus de visibilité et, si les commentaires journalistiques ne véhiculent pas (trop) de stéréotypes, de modifier les représentations sociales liées à ce sport. Or, une modification des représentations sociales et la mise en avant de certaines joueuses peut avoir un impact important sur la pratique sportive. En effet, des études ont montré une influence positive et significative des modèles sportifs (« *role models* ») sur le taux de pratique sportive des individus. Cet effet est encore plus puissant quand le *role model* choisi est du même sexe. Or, les biais quantitatifs et qualitatifs évoqués précédemment conduisent, dans de nombreuses pratiques, à une absence/rareté de modèles

Nicolas Delorme

Maître de Conférences en STAPS, Université de Bordeaux

Lecturer in STAPS, University of Bordeaux



Membre du comité scientifique Sport et Citoyenneté

université de BORDEAUX

@NicoDelorme

sportifs pouvant inspirer les jeunes filles/femmes. Ces dernières se sentent par conséquent moins légitimes dans la pratique sportive institutionnalisée et/ou compétitive. Ceci est fort dommageable à double titre. D'une part, de nombreuses études ont montré les effets positifs de la pratique sportive modérée sur la santé des individus. D'autre part, pour de nombreuses fédérations, les pratiquantes restent le dernier réservoir important de licences potentielles. Cette Coupe du monde est donc une opportunité importante pour la FFF de promouvoir le football féminin et d'augmenter significativement son nombre de licenciées. Va-t-elle être saisie ?

www.u-bordeaux.fr

A Media Opportunity to Seize

As an international event, the Women's Football World Cup is the chance to put women's football in the spotlight. A media opportunity for the French Football Federation to seize.

Women's football, and women's sport in general, is usually virtually invisible to the media, particularly on public channels (Canal+ has bought the rights to women's first division football until 2023).

In fact, apart from major international sports events (World Cups and Championships, Olympic Games), the French media coverage of women's sport is distorted in terms of quantity and quality.

In terms of quantity because, as several studies have shown, women's sport is severely under-represented in the French media, apart from the summer Olympics. In terms of quality because sports journalists – most of whom are men – often portray a stereoty-

ped representation of women's sport.

For example, women's physical appearance receives more comments than that of men. They are also criticised more often and their sporting successes are frequently downplayed. What is more worrying is that women are mainly shown in "gender appropriate" sports like dance, figure skating and gymnastics which emphasise "feminine" skills like "grace".

It follows that women are excluded from coverage in sports which are seen as "masculine", which emphasise skills like "strength" and "aggression", such as football or rugby, the two sports with the most media attention. This division of sports

on gender lines is however specific to the culture of each country. In the United States, for example, football is seen as a "feminine" sport.

From this standpoint, the media exposure accorded to women's football at the World Cup will, temporarily, allow a surplus of visibility, and, if the journalist's commentaries do not convey (too many) stereotypes, lead to a change in social conceptions of this sport.

A change in social conceptions, and bringing certain players into the limelight, could have a big impact on women's participation in sport. Studies have shown that sporting role models can have a significant positive influence on the amount of sport done by individuals.

This effect is even more marked when the chosen role model is of the same gender. The aforementioned distortion in terms of quantity and quality leads to a scarcity or absence of role

A stereotyped representation of women's sport

models capable of inspiring girls and women in many practices. This means that women and girls feel that they lack legitimacy in institutionalised and/or competitive sports practice. This is harmful on two fronts. On the one hand, numerous studies have shown the positive effects on a person's health from doing a moderate sporting activity. On the other hand, for numerous federations, women are the last remaining reservoir of potential members.

This World Cup is therefore an important opportunity for the FFF to promote women's football and significantly increase the number of paid-up female members. Will it be seized?

La professionnalisation du football féminin : une réalité lointaine ?

Longtemps interdit, le football féminin connaît une progression et une diffusion en hausse depuis les années 2000. Malgré ces progrès, la professionnalisation des joueuses, y compris dans les championnats d'élite, demeure un enjeu plus qu'une réalité.

Les rares données disponibles montrent une très forte segmentation du marché du travail des joueuses. Selon une enquête de la FIFPro sur les conditions de travail des joueuses (2017)¹, il existe trois groupes distincts de footballeuses. Le premier groupe comprend les joueuses qui n'ont pas de contrat et pas de protection. Le deuxième réunit celles qui ont un statut indéfini, à mi-chemin entre amateurisme et professionnalisme. La majorité des joueuses en fait partie. Enfin, un troisième groupe restreint est composé de professionnelles reconnues, qui ont des conditions d'emploi stables.

L'analyse des salaires montre aussi l'existence de très fortes inégalités. Avec un salaire annuel moyen de 49 782 \$, la Division 1 féminine (France) est le championnat le plus rémunérateur dans le monde, devant les championnats allemands (43 730 \$), anglais (35 355 \$) et américains (27 054 \$). Le niveau des salaires annuels moyens des joueuses de l'Olympique Lyonnais (162 000 €) et du PSG (127 000 €) explique la place du championnat français² (Sporting Intelligence, 2017). L'enquête de la FIFPro permet d'approfondir l'analyse en intégrant les salaires déclarés par un ensemble

représentatif de joueuses. 60% des joueuses gagnent ainsi entre 1 \$ et 600 \$ par mois, tandis que seulement 1% des joueuses perçoivent plus de 8000 \$ par mois.

L'analyse de la situation contractuelle des joueuses évoluant en première et deuxième division française permet de comprendre la coexistence de statuts juridiques opposés. Deux types de joueuses s'y côtoient. Le premier cas est celui de la joueuse ayant signé un contrat fédéral. Il s'agit d'une sportive qui met « à disposition d'un club de football de division 1 ou 2 contre rémunération ses compétences et son potentiel physique en vue de participer aux compétitions. »

L'article 2.1 du statut de la joueuse fédérale ajoute que « la joueuse fédérale est une salariée occupant un emploi dans le secteur du football ». Bien qu'évoluant en première ou deuxième division et s'entraînant plusieurs fois par semaine, la majorité des joueuses ne signent pas de contrat fédéral et ont un statut de semi-professionnelle. Le nombre important de joueuses évoluant dans l'élite, mais ne disposant pas de contrat, peut être rapproché d'une spécificité du football féminin : contrairement à leurs homologues masculins, il n'y a pas de championnat féminin de football professionnel. Les principaux championnats (anglais, français, australien, allemand, japonais ou américain) demeurent semi-professionnels.

Alexandre Diallo

Chercheur associé,
École des Hautes
Études en Sciences
Sociales (EHESS)

Associate research
fellow, Ecole des hautes
Études en Sciences
Sociales (EHESS)



Ce bref examen nous montre que la professionnalisation du football féminin est une réalité lointaine pour la majorité des joueuses évoluant au plus haut niveau.

La multiplication de clubs professionnels, disposant d'équipes professionnelles masculines et féminines, peut néanmoins accélérer une professionnalisation encore émergente et améliorer les conditions de travail.

1. FIFPro Global Employment Report 2017: Working Conditions in professional Women's Football, disponible sur www.fifpro.org

2. Voir à ce sujet l'enquête annuelle Global Sport Salaries 2017 de l'agence Sporting Intelligence

www.sportetcitoyennete.com

60% des joueuses dans le monde gagnent moins de 600 \$ par mois

The professionalisation of women's football – a distant reality?

For a long time, women's football was banned, but since 2000 it has been gaining ground and more media coverage. Despite this progress, the professionalisation of players even in the top championships remains a problem rather than a reality.

The few figures available show very strong segmentation in the female players' job market. According to an enquiry by FIFPro on women players' working conditions (2017)¹, there are three distinct groups. The first group is made up of players who have no contract and no protection. The majority of players have an indefinite status, midway between amateurism and professionalism. The third small group is composed of recognised professionals with stable employment conditions. An analysis of players' salaries also shows great inequality. The French women's 1st Division is the highest paid cham-

pionship with an average annual salary of \$49,782, ahead of the Germans (\$43,730), the English (\$35,355) and the Americans (\$27,054). The average salary of the players at Olympique Lyonnais (162,000 €) and PSG (127,000 €) explains the leading position of the French championship² (Sporting Intelligence, 2017). The FIFPro enquiry takes the analysis further by including the declared salaries of a representative selection of players. 60% of the players earn between \$1 and \$600 a month, while only 1% of players receive more than \$8,000 a month.

An analysis of the contractual situa-

tion for players in the French first and second divisions makes it clear that opposing legal statuses coexist. Two types of player rub shoulders. The first case is that of the player who has signed a federal contract, an athlete who "makes her skills and physical potential available to a 1st or 2nd division football club with a view to taking part in competitions in return for financial remuneration". Article 2.1 of the statute for federal female players adds that "the federal player is an employee working in the football sector". However, although they play in the first and second divisions and train several times a week, the majority of players do not sign a federal

contract and have a semi-professional status. The large number of women players at the top level without a contract can be linked to a particularity of women's football: unlike the situation for male players, there is no professional women's football championship. In fact, the main championships (English, French, Australian, German, American and Japanese) remain semi-professional. This brief look at the subject shows that professionalism in women's football is a distant reality for the majority of the players at the top level. The growing number of professional clubs with professional men's and women's teams may help to speed up the emerging professionalisation and improve employment conditions.

1. FIFPro Global Employment Report 2017: Working Conditions in professional Women's Football, available on www.fifpro.org

2. On this subject, see the annual Global Sport Salaries 2017 enquiry from the Sporting Intelligence agency

Accélérer les changements sociaux

Le sport n'est pas seulement reconnu comme un droit fondamental – explicité dès 1978 par l'UNESCO dans sa Charte internationale de l'éducation physique et du sport. Mais il est aussi de plus en plus envisagé par les organisations internationales, sportives et non sportives, comme un outil de développement des sociétés en général.

Le sport comme outil de développement est l'un de piliers du plan d'action de Kazan signé en 2017 lors de la 6^e conférence internationale des ministres et hauts fonctionnaires responsables de l'éducation physique et du sport (MINEPS VI). De son côté, l'ONU a adopté le programme de développement durable à l'horizon 2030 qui se donne comme cinquième objectif de « parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles. » Le sport y est spécifiquement mentionné comme « un élément important du développement durable », par « sa contribution croissante au développement et à la paix par la tolérance et le respect qu'il préconise ; à l'autonomisation des femmes et des jeunes, de l'individu et de la collectivité ; et à la réalisation des objectifs de santé, d'éducation et d'inclusion sociale. »

L'Union européenne a elle aussi réalisé et impulsé de nombreuses et importantes avancées, depuis le Livre blanc sur le sport (2007) jusqu'à la législation relative à l'égalité de traitement (article 157 du traité sur le fonctionnement de l'UE), l'intégration de la dimension de genre dans toutes ses politiques (articles 153 et 19), ou encore l'adoption de mesures spécifiques

Atteindre les objectifs de développement durable

Accelerating social change

Sport has not only been internationally recognised as a basic human right – set out in 1978 by UNESCO in its International Charter of Physical Education and Sport – but is increasingly seen by both sporting and non-sporting international organisations as a development tool for society in general.

Sport as a development tool is one of the pillars of the Kazan Action Plan signed in 2017 at the Sixth International Conference of Ministers and Senior Officials Responsible for Physical Education and Sport (MINEPS VI). For its part, the UN adopted the 2030 Agenda for Sustainable Development, where Goal 5 is to “Achieve gender equality and empower all women and girls”. Sport is specifically mentioned as “an important enabler of sustainable development” through its “growing contribution to the realisation of development and peace in its promotion of tolerance and respect and the contributions it makes to the empowerment of women and of

young people, individuals and communities as well as to health, education and social inclusion objectives”.

The EU has also realised and instigated many important advances, from the White Paper on Sport (2007) to the legislation relating to equal treatment (Article 157 of the Treaty on the Functioning of the EU), integrating the gender aspect into all its policies (Articles 153 and 19), and adopting specific measures in favour of women's emancipation, such as the creation of the European Parliament Committee on Women's Rights and Gender Equality. In December 2015, the Commission also published its “Strategic

en faveur de l'émancipation des femmes, comme la création de la commission des droits de la femme et de l'égalité des genres au Parlement européen. En décembre 2015, la Commission a également publié son « Engagement stratégique pour l'égalité de genre 2016-2019 », dans le prolongement de sa stratégie pour l'égalité entre les femmes et les hommes (2010-2015), où le sport est mentionné – lutte contre les violences et les stéréotypes liés au genre, objectif de promouvoir l'égalité dans l'accès des femmes aux postes à responsabilité (gouvernance, coaching) dans le sport. En outre, chaque année depuis 2007, des appels à projets sur la question du genre dans le sport sont lancés. On pourrait ajouter le rôle joué par le Conseil de l'Europe sur ces questions.

Quant aux organisations sportives internationales, elles sont de plus en plus actives : le CIO et ONU Femmes ont reconduit, en 2017, un partenariat en faveur de l'autonomisation des femmes et des jeunes filles à travers le monde ; et la FIFA multiplie les actions pour accroître la pratique féminine et l'accès des femmes aux responsabilités dans le football. L'une des ambitions fortes de notre Think tank est d'accompagner, de promouvoir, d'accélérer ces changements sociaux, en conduisant des projets, en menant des études, en ouvrant des débats et en valorisant ce type d'initiatives. Nous sommes convaincus par exemple que les grands événements spor-

Julian Jappert

Directeur général,
Think tank
Sport et Citoyenneté

Director General of the
Sport and Citizenship
Think Tank



@JulianJappert

Sport and
Citizenship
Sport serving society



Sport et
Citoyenneté
Le Sport au service de la société

tifs internationaux (GESI) n'ont plus d'autres choix que d'accélérer un tel changement social, émancipateur et de mesurer, qualitativement et quantitativement, sur le long terme, le legs durable de leurs compétitions. Le sport ne doit pas être idéalisé. Mais il ne doit pas non plus être sous-estimé dans les multiples manières qu'il a de contribuer à l'égalité des genres et à l'accès à l'autonomie des jeunes filles et des femmes¹.

1. NAVES Marie-Cécile et JAPPERT Julian, Le pouvoir du sport, Paris, FYP, 2017.

www.sportetcitoyennete.com

Achieving the Sustainable Development Goals

Engagement for gender Equality 2016-2019”, following on from its strategy for equality between women and men (2010-2015), where sport is mentioned – combating violence and stereotyping linked to gender, with the aim of promoting women's access to posts of responsibility (governance and coaching) in sport. In addition to this, every year since 2007, calls for projects on the question of gender in sport are launched. The Council of Europe also plays a role in these issues.

When it comes to international sporting bodies, they are ever more active: in 2017, the IOC and UN Women renewed a partnership devoted to empowering women and girls throughout the world, and the international

association football federation, FIFA, is doing more and more to increase women's participation in football and

their access to posts of responsibility.

One of our Think Tank's major ambitions is in supporting, promoting and accelerating social change, by conducting projects, studies and organizing conferences on these topics.

We are convinced that Major Sports Events (MSE) have no other choice than to accelerate liberating social changes and to measure the long-term quality and quantity of the sustainable legacy from their competitions.

Sport must not be idealised, but neither must it be underestimated when it comes to the many ways in which it can contribute to gender equality and empowerment of women and girls. It is our responsibility and it is also our opportunity.

Femmes et sport : une victoire

En mai 2019, à quelques jours du lancement de la Coupe du monde féminine de football en France, la footballeuse brésilienne Marta Vieira da Silva est devenue ambassadrice de bonne volonté d'ONU Femmes. Performeuse de premier plan, Marta a remporté le prix de la meilleure joueuse de la FIFA. Dans son discours à l'ONU, elle a rappelé les vertus émancipatrices du sport pour la petite fille qu'elle était. Une petite fille qui n'était pas vouée à devenir championne mais qui a levé les obstacles avec patience et passion tout au long de sa vie.

Les mots de Marta illustrent à merveille la magie du sport pour les femmes. Alors que les mauvais esprits seraient tentés d'en faire une commodité, une pause sans conséquences prise au temps des loisirs ou de l'ennui, il se révèle en réalité un puissant agent transformateur des vies des femmes et des filles à travers le monde.

Pourtant, l'Histoire n'a pas toujours été tendre en la matière. Aucune femme n'a concouru aux premiers Jeux olympiques de l'ère moderne en 1896. Son fondateur, Pierre de Coubertin, avait même estimé que l'inclusion des femmes dans la compétition serait « *peu pratique, sans intérêt, inesthétique et incorrecte.* » Ce n'est qu'en 1900 qu'elles furent autorisées à y participer pour la première fois. Il a fallu attendre plus de cent ans, en 2012, pour qu'elles soient autorisées à participer à la boxe, dernier sport olympique à les inclure. Aujourd'hui, même si les hommes sont encore largement majoritaires, parmi les sportifs ou l'encadrement, les femmes gagnent du terrain dans toutes les disciplines.

Briser les stéréotypes de genre

Au-delà des championnes, *role models* indispensables pour inspirer le plus grand nombre, les femmes et les filles du monde utilisent leur pratique afin de briser les stéréotypes de genre. Pèse sur les femmes le soupçon de limitation physique, d'être inaptes à la performance que les traditions assignent aux caractéristiques classiques de la virilité. C'est ainsi qu'au Mexique, ONU Femmes, aux côtés d'autres acteurs parmi lesquels l'institut mexicain de la jeunesse, a soutenu l'organisation d'un tournoi *HeForShe* dans huit universités du pays. Ce moment de concentration et de liesse a permis de promouvoir la place des femmes dans ce sport et de réunir autour des compétitrices des hommes et des femmes de bonne volonté. En Égypte, où les normes et stéréotypes de genre ont cours, un projet novateur a aussi vu le jour : une équipe de football américain entièrement féminine, *SheWolves*, formée dans les quartiers de Dokki et de Mohandeseen, au Caire, en 2016. Elle a joué le premier match de football américain féminin en Afrique et a remporté les championnats de la ligue en décembre 2016. Au début, les critiques ont été vives, comme le raconte l'entraîneur Ziad Gaafar Mohammed : « *Les locaux disaient que le football américain pour les femmes, ça ne marcherait pas. Ils se conforment à un état d'esprit traditionnel. De nos jours, les gens ont souvent en tête des stéréotypes selon lesquels les femmes ne méritent que de rester à la maison et de faire la cuisine et la lessive. Ils ne sont pas habitués à voir les femmes réussir dans tous les domaines comme les hommes. Mais, dans les faits, ces femmes ont dompté le football américain.* »

Céline Mas

Présidente ONU
Femmes France
Président UN Women
France



ONU
FEMMES
COMITÉ NATIONAL
FRANCE

@ONU Femmes FR

Women and Sport: One Win Leads to Another

In May 2019, a few days before the launch of the Women's Football World Cup in France, the Brazilian footballer Marta Vieira da Silva became UN Women Goodwill Ambassador. As a leading player, Marta won the Best FIFA Women's Player award. In her speech at the UN she talked about the way in which sport had empowered her as a little girl: a little girl who was not destined to be a champion, but who has shown patience and passion in overcoming obstacles all through her life.

Marta's words are a perfect illustration of the magic of sport for women. Although some people may try to commoditise it or see it as just an insignificant break in leisure time or to counteract boredom, sport actually reveals itself to be a powerful tool for transforming the lives of women and girls throughout the world.

Yet history has not encouraged this view. There were no female competitors in the first modern Olympic Games in 1896. The Games founder, Pierre de Coubertin, even claimed that including women in the competition would be "impractical, uninteresting, unaesthetic and incor-

rect". They were only allowed to participate for the first time in 1900. We had to wait over a hundred years, until 2012, before they were allowed to do boxing, the latest Olympic discipline to include women. Nowadays, although there is still a big majority of men amongst athletes and officials, women are gaining ground in every discipline. Apart from the women champions who are vital as role-models for inspiring the maximum number of people, women and girls all through the world use sport participation as a means to break gender stereotyping. Women are hampered by the idea that they are physically limited

and not fitted for performances that have traditionally been seen as classic examples of virility. That is why, in Mexico, UN Women, working with other bodies including the Mexican Institute for Youth, supported the *HeForShe* tournament in eight of the country's universities. This time of concentration and enjoyment served to promote the place of women in sport and brought together positive men and women around the female competitors. In Egypt, where gender stereotyping is general, a new project was developed: an American football team made up entirely of women, the *SheWolves*, was formed in the Dokki and Mohandeseen

quarters in Cairo in 2016. They played the first women's American football match in Africa and won the league championship in December 2016. There was a lot of criticism at first, as the coach Ziad Gaafar Mohammed explains: "People in the community were saying it's not going to work out for women to play American football. They're traditional. People nowadays often have stereotypes that women deserve to just stay at home and do the cooking and washing. They're not used to see women succeed in all fields like men. But actually, these women conquered American football."

One of the virtues of sport is that it can overturn the ancestral patterns of thinking that limit the possibilities open to women. It can also forge links in circumstances of deprivation or crisis. In this way it is an important tool for integration for women and girls in times of war. That is why, in Jordan, UN Women created football tournaments to speed up the integration of Syrian refugees into the local community. It is easier to make meaningful contact with other people carried along by the excitement of sport, rather than in everyday life,

en entraîne une autre !

Le sport est un révélateur de conscience

Renverser les paradigmes ancestraux qui limitent les possibilités des femmes, voilà l'une des vertus du sport. Il peut aussi permettre de tisser des liens dans des situations de dénuement et de crise. C'est ainsi qu'il est l'un des leviers d'intégration important pour les femmes et les filles en temps de guerre. Comme la culture, il joue un rôle de socialisation qui redonne de l'espoir à des survivantes de situations dramatiques. C'est pourquoi en Jordanie, ONU Femmes a créé des tournois de football destinés à accélérer l'intégration de réfugiées syriennes à la communauté locale. Il est plus simple de faire des rencontres authentiques portées par la ferveur d'un sport plutôt que dans la vie quotidienne où chacun peut camper sur ses positions. Connaître l'autre, c'est se donner une chance de l'apprécier à sa juste valeur. Le sport est un révélateur de conscience.

Enfin, il est un ferment de l'autonomisation économique car il pourvoit des opportunités et l'audace de les saisir. Le programme « Une victoire en entraîne une autre », mené conjointement par ONU Femmes, le Comité international olympique, Women Win et l'ONG brésilienne Empodera, aide ainsi à l'autonomisation économique des filles et des jeunes mères brésiliennes, par le biais de formations professionnelles et d'activités sportives hebdomadaires. Financée par la

Swedish Postcode Foundation, une version adaptée du programme a été créée pour répondre aux besoins spécifiques des jeunes mères, incluant des structures de garde d'enfants sur place. Bon nombre de participantes ont salué l'espace de discussion privilégié généré par ces moments. La simplicité d'être avec les autres, de partager des expériences similaires, de s'encourager : des gestes d'attention qui ouvrent les portes de l'avenir. Ensemble, elles sont plus fortes !

Via le sport, elles s'autorisent à développer leur leadership et à devenir des championnes. Autant de qualités dont elles ont besoin pour relever les défis de leur parcours professionnel. Et c'est efficace : la majorité des 850 filles ayant pris part au programme dans sa phase pilote (de 2015 à 2018) ont vécu des changements de vie notables. Par exemple, Raphaela Barbosa Lacerda, diplômée grâce au programme en 2016, a récemment été embauchée par une entreprise internationale de cosmétiques. Elle témoigne : « *Prendre part au programme m'a donné la maturité d'affronter mes problèmes, la force d'exprimer mes idées et le courage de poursuivre mes rêves. C'est ce qui m'a le plus aidé à atteindre ce que je voulais.* » Lacerda est heureuse de rendre un peu de ce qu'elle a reçu : régulièrement, elle se porte volontaire auprès de sa communauté, en organisant des réunions pour les adolescentes où elle parle de l'autonomisation des filles. La prochaine phase du programme, de 2018 à 2020, se concentrera sur l'expansion et la diversification des partenariats ainsi qu'à la

création d'un réseau dédié à l'égalité des sexes et aux sports. Regroupant des organisations ayant une stratégie, des indicateurs, des outils et des systèmes de mesure communs, il permettra de constituer un pôle de connaissances promouvant l'égalité entre les hommes et les femmes au Brésil. Une première dans le pays pour créer des émules à travers le monde.

Autant de parcours, de programmes, d'exemples qui prouvent, s'il en était besoin, les prodiges du sport.

L'objectif de développement durable n°5 des Nations Unies dédié à l'égalité des sexes puise dans la créativité sportive et dans ses capacités à réunir des femmes de tous horizons des résultats durables. Il faut continuer à visibiliser le sport féminin alors qu'il bénéficie d'une piètre couverture médiatique¹, à soutenir les femmes dans la pratique de tous les sports et à inviter les hommes à soutenir le mouvement pour en amplifier les effets. Sur les rings, les terrains, les tatamis, le gazon, elles font des étincelles appelées à durer. Elles gagnent et elles aiment cela. Elles sont aussi libres et aussi joyeuses que n'importe quel autre joueur. Mais pour elles, c'est un droit qu'elles ont appris à conquérir, à partager et à défendre pour que s'accélère cette ouverture salutaire des terrains sportifs.

1. Selon le Centre Tucker, le sport féminin ne reçoit que 4% de la couverture médiatique sportive

www.onufemmes.fr

where people can remain unyielding. Getting to know another person makes it possible to appreciate their real qualities. Sport shows what people are like.

Sport is also a catalyst for economic empowerment, since it provides opportunities and the courage to seize them. The "One Win Leads to Another" programme, run jointly by UN Women, the International Olympic Committee, Women Win and the Brazilian ONG Empodera, helps Brazilian girls and young mothers to find financial independence by giving them weekly job training sessions and sporting activities. A specially adapted version of the programme has been created, funded by the Swedish Postcode Foundation, to respond to the specific needs of young mothers, with childcare facilities available on site. A lot of the participants have appreciated the chance to talk provided by these sessions. Simply being with other women, sharing similar experiences and encouraging one another are acts of caring which open doors to the future. The women are stronger together! Through sport they are able to develop their leadership skills

and become winners: all the qualities that they will need to overcome the challenges in their working career. And it works: most of the 850 girls who took part in the pilot phase of the programme from 2015 to 2018 have experienced significant changes in their lives. For example, Raphaela Barbosa Lacerda who gained qualifications through the programme in 2016 has recently been hired by an international cosmetics company. She says that "Taking part in the programme gave me the maturity to face my problems, the strength to express my ideas and the courage to pursue my dreams". Lacerda is glad to be able to give back a bit of what she received: she is a regular volunteer in her community, where she organises meetings for teenage girls, to talk to them about empowerment for girls. The next phase of the programme, from 2018 to 2020, will be concentrating on expanding and diversifying the partnerships as well as creating a network dedicated to gender equality and sport. Grouping together structures with shared strategies, indicators, tools and systems will make it possible to set up a know-



© EMPODERA

ledge centre promoting equality between men and women in Brazil. This will be first in this country, which can be copied all over the world.

These are all experiences, programmes and examples that prove the power of sport, if that was still necessary. The United Nations Sustainable Development Goal number 5 on gender equality leans on the creativity of sport and its capacity to bring together women from all horizons for sustainable results. Women's sport needs to be made increasingly visible since it still suffers from very poor media coverage¹, women need to be supported in doing all sports and men should be

invited to support the movement to magnify its impact. In rings and arenas, on pitches, tatamis and fields and courts, women are making sparks that must be kept burning. They are winning and they are enjoying that. They are as free and enthusiastic as any other player. But for women, this is a right which they have had to fight for, to share and to defend to ensure that this healthy opening up of sports grounds can advance increasingly quickly.

1. According to the Tucker Centre, women's sports receive only 4% of all sport media coverage

L'égalité entre les femmes et les hommes en mouvement !

Depuis 2011, la Fondation d'entreprise CHANEL agit pour améliorer la situation économique et sociale des femmes dans le monde. Comment le sport peut-il être mobilisé à cette fin ? L'ouvrage réalisé par **Sport et Citoyenneté** et soutenu par notre Fondation vise justement à recenser et à analyser onze utilisations différentes du sport sous l'angle du genre.

Alors que les inégalités femmes-hommes sont encore importantes partout dans le monde, des initiatives locales et régionales démontrent que ces discriminations ne sont pas une fatalité. Mieux, ces actions, en plus de lutter contre les stéréotypes, permettent aux femmes et aux filles de s'affirmer comme actrices du changement et de leur propre vie.

Derrière ces initiatives, il y a des actrices et acteurs de terrain engagés qui tous connaissent les valeurs du sport pour fédérer, transformer, rendre plus visibles les réussites individuelles et collectives. L'ouvrage réalisé par **Sport et Citoyenneté** et soutenu par la Fondation d'entreprise CHANEL met en lumière ces projets innovants qui allient l'activité sportive, l'emploi, la formation ou la santé.

En tant que Fondation agissant pour améliorer la situation économique et sociale des femmes dans le monde depuis 2011, nous avons identifié avec nos partenaires différents leviers qui permettent le succès des programmes. Parmi eux, l'approche intégrée, c'est-à-dire la volonté

de ne pas cloisonner les thématiques et favoriser des programmes comprenant divers moyens d'actions. À cet égard, le sport montre sa capacité à fédérer plusieurs domaines (éducation, santé, résilience, violences, confiance en soi, leadership...) et à toucher des personnes parfois très marginalisées.

Dans le même temps, le sport est partout. En ville, en zone rurale, sur nos écrans. Aussi notre ambition est-elle de favoriser la dissémination de bonnes pratiques, multiplier les expérimentations et générer le passage à l'échelle de projets ayant fait leurs preuves. C'est dans ce but que nous avons souhaité avec le Think tank **Sport et Citoyenneté** recenser et analyser onze utilisations différentes du sport sous l'angle du genre. Onze projets exemplaires issus de tous les continents pour puiser dans ce formidable laboratoire d'idées et d'expériences, touchant à des disciplines très variées.

Cet ouvrage se veut résolument optimiste, tant les projets qu'il décrit sont porteurs d'espoir et de solutions. Il nous rappelle aussi qu'agir en faveur des femmes et des filles, c'est

Miren Bengoa

Déléguée générale,
Fondation d'entreprise
Chanel

*Delegate General, the
Fondation Chanel*



FONDATION
CHANEL

@mirend

agir pour la société tout entière. Pourquoi alors ne pas faire équipe dès maintenant pour un monde plus juste ?

« *Le sport : outil d'émancipation des filles et des femmes à travers le monde* », Marie-Cécile Naves, 2019, disponible en broché et ebook sur Amazon

Gender Equality is on the Move

Fondation CHANEL has been working to improve the economic and social situation of women throughout the world. How can sport be used for this? The aim of the book produced by **Sport and Citizenship** with the support of our Foundation is to identify and analyse eleven different schemes in which sport is used for gender equality.

Although significant inequality between men and women still exists everywhere in the world, local and regional initiatives show that discrimination is not inevitable. These actions in the fight against stereotyping have the added advantage of giving women and girls the chance to assert themselves by making changes in their own lives.

Behind these initiatives are a lot of committed people on the ground who know how valuable sport can be for bringing people together, transforming lives and shining the spotlight on individual and team achievements.

The book produced by **Sport and Citizenship** with the support of the Fondation CHANEL highlights some of the innovative projects combining sport, employment, training and health.

As a Foundation that has been working to improve the economic and social situation of women in the world since 2011, we and our partners have identified some of the levers which lead to success in the programmes. One of these is the integrated approach, or in other words, the determination not to compartmentalise, but to encourage programmes which include various courses of action. Sport is important here because of its ability to bring together different areas (education, health, resilience, violence, self-confidence, leadership and so on) and reach people on the edges of society.

At the same time, sport is everywhere: in towns and cities, in rural areas and on our screens. Our ambition is to help spread good practice, encourage more



experiments and scale up projects which have been found to work. It is with this aim in view that we and the **Sport and Citizenship** Think Tank decided to identify and analyse eleven different schemes using sport in gender issues.

These eleven outstanding projects from every continent reveal a wealth of ideas and experiences, involving very varied disciplines.

This work is resolutely optimistic,

since the projects described are full of hope and offer solutions. It also makes it clear that doing something to help women and girls benefits the whole of society. So why not join the team now in working for a fairer world?

“*Sport as a means of empowering women and girls throughout the world*”, Marie-Cécile Naves, 2019, available on Amazon.

Lutter contre les stéréotypes de genre dans, et par le sport, partout dans le monde

Si l'on veut construire, partout, une société de la connaissance et de la reconnaissance, le sport peut et doit être davantage mobilisé comme levier à la fois d'un combat collectif contre les structures sociales patriarcales et d'un *empowerment* individuel des filles et des femmes.

Partout sur la planète, le sport reste, dès le plus jeune âge, un lieu et un instrument de construction sociale et politique d'une masculinité et d'une féminité stéréotypées, et des rôles sociaux qui les accompagnent. Dans les pays occidentaux, filles et garçons ne sont encouragés ni à plébisciter les mêmes disciplines sportives, ni à pratiquer le sport de la même manière. C'est pourquoi il est important de documenter ces inégalités grâce aux recherches, en sciences humaines et sociales notamment, pour fournir des outils d'aide à la décision publique et privée. En France, l'École est mobilisée en faveur de la mixité et de l'égalité filles-garçons. La formation des professionnels de la petite enfance et des institutions sportives, ainsi que la sensibilisation des familles comme des personnels sociaux et de santé sont, en revanche, en retard. Les discours et iconographies médiatiques et marketing doivent eux aussi évoluer dans un sens favorable à l'égalité entre les femmes et les hommes dans le sport.

Dans de nombreuses régions du monde, par ailleurs, la pratique sportive n'est toujours pas accessible aux filles, par la loi mais sur-

Un accélérateur de changement social ?

Combating gender stereotyping in and through sport, all over the world

If we want to construct a society based on knowledge and recognition everywhere, sport can and must be used more, both as a lever in the collective fight against patriarchal social structures and a tool for the individual empowerment of girls and women.

Everywhere in the world, from a very young age, sport is still a space and an instrument for the social and political construction of a stereotyped masculinity and femininity, and the social roles that go with this. In Western nations, girls and boys are not encouraged to choose the same sports, or to do sport in the same way. That is why it is important to document these inequalities through research, particularly in human and social sciences, in order to provide tools to support public and private decision-makers. In France, schools are organised to be mixed, with equality between girls and boys. However,

professionals in nursery schools and sports bodies lag behind in this respect, as does the awareness of families and social and health workers. Media and marketing wording and visuals also need to change to promote equality between women and men in sport.

There are still many regions in the world, however, where sport is not always open to girls, sometimes by law, but often because of the weight of tradition: being seen and moving their bodies outside the home in the public space is not allowed. Often, they are banned even from watching sporting events.

tout du fait de traditions : être visible, mettre en mouvement son corps, hors du foyer, dans l'espace public n'est pas admis. Il leur est même souvent interdit d'être spectatrice d'un spectacle sportif. Or, non seulement le sport est reconnu comme un droit fondamental (UNESCO, UE, ONU, etc.), mais il est de plus en plus envisagé par les organisations internationales, sportives et non sportives, comme un outil de développement à destination des filles et des femmes. Dans son programme de développement durable à l'horizon 2030 qui se donne comme cinquième objectif de « *parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles* », l'ONU mentionne le sport comme un moyen de l'atteindre.

Des initiatives destinées à donner aux petites filles, aux adolescentes et aux femmes un accès au sport¹, mais aussi à miser sur ce dernier pour leur permettre de prendre toute leur place dans la société se multiplient. Qu'il s'agisse de retrouver, par et dans son corps, confiance en soi ; de reconstruire son identité après un mariage forcé ou un viol ; d'améliorer sa santé ; de sortir de la pauvreté ; de trouver du travail ou de reprendre ses études ; de s'engager au service des autres... le sport est un langage universel, inspirant, capable de transcender les frontières, les cultures, les croyances, les différences physiques.

Yet sport is not only recognised as a fundamental right (UNESCO, EU, UN, etc.), it is also being seen by international sporting and non-sporting organisations as a development tool aimed at girls and women. In its Agenda 2030 for Sustainable Development, where Goal 5 is to "Achieve gender equality and empower all women and girls", the UN mentions sport as a means of attaining this.

There are more and more schemes which aim to give girls of all ages and women access to sport¹, and which also rely on this to allow them to take their full place in society. Whatever the challenge:

Marie-Cécile Naves

Directrice des études,
Think tank *Sport et Citoyenneté*

Director of Studies,
Sport and Citizenship Think Tank



[@mc_naves](https://twitter.com/mc_naves)

Sport and Citizenship
Sport serving society



Sport et Citoyenneté
Le Sport au service de la société

La Coupe du monde de football 2019 doit, en ce sens, être un accélérateur de changement social pour toutes les nations et populations. Le legs qu'elle entend laisser en matière d'égalité filles-garçons et d'émancipation des filles et des femmes devra faire l'objet d'un suivi et être mesuré sur le temps long.

1. Marie-Cécile Naves, *Le sport, outil d'émancipation des filles et des femmes à travers le monde*. *Sport et Citoyenneté* avec le soutien de la Fondation d'entreprise CHANEL, mai 2019. Disponible en broché ou ebook sur Amazon.

www.sportetcitoyennete.com

An accelerator of social change?

regaining self-confidence in and through the body; reconstructing identity after a forced marriage or rape; improving health; getting out of poverty; finding work or returning to education; or getting involved to help others, sport is a universal language, it inspires and it is able to transcend frontiers, cultures, beliefs and physical differences. The 2019 World Cup must be an accelerator of social change in this direction for all nations and sectors of the community. The legacy it intends to leave regarding equality between boys and girls and the empowerment of girls and women needs to be followed up and measured in the long term.

1. NAVES M-C, *Sport as a means of empowering women and girls all over the world*. *Sport and Citizenship*, with the support of the Fondation CHANEL, May 2019. Available on Amazon.

Le football pour aider à l'intégration des jeunes réfugiées en Hongrie

Oltalom Sport Association utilise le sport et plus particulièrement le football comme outil d'aide à l'intégration pour les réfugié.e.s récemment arrivé.e.s en Hongrie. Pour la plupart des jeunes filles, il s'agit de leur première occasion de pratiquer une activité physique.

C'est un après-midi de printemps dans l'agglomération de Budapest, environ 15 enfants jouent à l'un des jeux les plus populaires au monde : le football. La salle est chaude, les joueurs transpirent... cela n'empêche pas cependant les filles de porter un foulard, couvre-chef traditionnel des femmes dans certaines cultures islamiques. Cela se passe à Fót, un centre d'entraînement mis à disposition par l'Oltalom Sport Association (OSA) pour des réfugié.e.s mineur.e.s non accompagné.e.s. Les joueurs s'engagent dans des équipes mixtes, ce qui aurait été impensable dans nombre de leurs pays d'origine. Pour les jeunes filles présentes, faire du sport n'est pas une habitude. Cependant, chez OSA, des entraînements mixtes sont organisés avec l'aide d'assistants sociaux et d'entraîneurs, avec une attention particulière portée aux problématiques culturelles. Les filles peuvent ainsi, si elles le souhaitent, jouer et conserver leurs traditions tout en essayant de s'intégrer au mieux à leur nouvel environnement.

L'ambition d'OSA est d'utiliser le football comme outil pédagogique pour favoriser l'in-

tégration sociale des personnes défavorisées. Conjointement aux entraînements, l'association propose donc une assistance sociale basée sur le genre qui insiste sur les besoins réels des joueuses, via des activités diverses, individuelles ou en groupe.

Développer un sentiment d'appartenance est essentiel pour l'intégration sociale d'un individu, elle-même favorisée par la connaissance de la culture du pays d'accueil. Au cours des entraînements et des autres activités sportives organisées par OSA, des réfugié.e.s mineur.e.s non accompagné.e.s jouent avec des jeunes Hongrois, ce qui les encourage et leur permet également de pratiquer la langue du pays d'accueil et de découvrir la culture de ce dernier. Des études ont prouvé que pour favoriser l'intégration d'un individu dans un nouvel environnement, le milieu d'accueil devait être également sensibilisé.

Grâce à l'initiative « *Fair Play Football Roadshow* » initiée par l'OSA en 2012, l'association offre aux nouveaux arrivants et aux habitants locaux une chance de se rencontrer sur un terrain de football. Même s'ils parlent une langue différente, faire partie d'une équipe leur donne un sentiment d'appartenance qui leur a peut-être manqué jusqu'alors

Dóra Gottgeisl

Chef de projet,
Oltalom Sport
Association

*Project coordinator and
social worker, Oltalom
Sport Association*



@Oltalom

dans leur intégration en Hongrie.

Prendre en compte le traumatisme vécu par les joueurs migrant.e.s et réfugié.e.s est essentiel pour leur bien-être physique et mental. Il est également important de se concentrer sur les facteurs de résilience pour que leur intégration sociale soit réussie. C'est ce que cherche à faire l'OSA pour ses joueuses.

<http://utcaifoci.hu>

Jouer tout en respectant les traditions de chacune

Using football to foster social integration of female refugees in Hungary

Oltalom Sport Association uses sport and particularly football in order to help the integration of migrants and refugees coming to Hungary; including girls who are not used to play sports in their country of origin.

Midsummer afternoon in the agglomeration of Budapest. Approximately 15 children play one of the most popular game, football. The hall is hot, the players are sweating. However, that doesn't keep the girl from wearing a headscarf known as a characteristic for women in Islamic cultures. The scene is Fót, a football training delivered by Oltalom Sport Association (OSA) for unaccompanied minors with refugee background. Players engage in mixed teams, a fact that

in many of their countries of origin would have been unimaginable. Doing sport for girls is not always common in the areas they come from. However, at OSA, where usually there are mixed trainings, with the help of culture sensitive social work offered by the Association's social workers and coaches, so as and if they wish, they are able to play and keep their traditions while they try to settle down in their surroundings. OSA's ruling policy is to use football as an educational tool to foster social integration of people with less opportunities. Following that idea, together

with trainings, we offer gender based social assistance based on our players' actual needs and strive to engage them in various, individual or group social work activities.

Experiencing the sense of belonging is essential for one's social integration, which is fostered by knowing the culture of the host society. During the trainings and other sports related activities organized by OSA, unaccompanied minors play together with Hungarian youth, which encourages and also allows them to absorb, learn and practice the language and culture of the host society. Research has proved that

in order to foster one's integration into the new environment, the hosting milieu should be sensitized equally. Through *Fair Play Football Roadshow* initiative invented by OSA in 2012, the Association offers a chance to both newcomers and longtime inhabitants to be able to adjust to the un- or less known on the football pitch. Even though they are surrounded with more or less strangers who are speaking a different and often times seemingly unlearnable language, being part of a team, being visible give them the sense of belonging, that they possibly lacked during their journey to Hungary.

Though addressing trauma and adversity migrant and refugee players went through is essential for physical and mental well-being, it is also crucial to focus on resilience factors for their successful social integration which fact is emphasized in every sport and social activity offered by OSA for its female players.

Girls are able to play and keep their traditions

Pour des politiques sportives (plus) sensibles à la question du genre

Le Conseil de l'Europe, par l'intermédiaire de son Accord Partiel Élargi sur le Sport, est impliqué depuis de nombreuses années pour faire de l'égalité entre les femmes et les hommes dans le sport une réalité en Europe.

Pour dépasser l'égalité *de jure* et parvenir (enfin) à une égalité *de facto*, le Conseil de l'Europe a adopté en 2015 une Recommandation sur l'approche intégrée de l'égalité entre les femmes et les hommes dans le sport. Si la mise en place de mesures de discrimination positive visant à redresser les inégalités n'est pas écartée, elle doit être toutefois combinée avec une approche intégrée. Cette approche consiste à intégrer une perspective d'égalité à tous les stades et à tous les niveaux des politiques, des programmes et des projets sportifs, qu'ils concernent le développement de la pratique sportive, les événements sportifs, les équipements, la communication et les médias, les subventions et les budgets, la formation des acteurs, la gestion des ressources humaines dans les organisations, etc. Il s'agit de tenir compte des différences de conditions de vie et de besoins entre les femmes et les hommes dans le processus de construction des politiques et des programmes sportifs pour qu'ils profitent à tous, sans accroître les inégalités mais au contraire en les réduisant.

A cet effet, il est particulièrement important d'intégrer les questions d'égalité au stade de la programmation, lorsque les problèmes, les préoccupations et les besoins sont identifiés. Malheureusement, les données manquent cruellement dans ce domaine. Aussi, l'APES a lancé le projet ALL IN (« TOUS ENSEMBLE – Vers une parité des genres dans le sport »), en

coopération avec l'UE. Ce projet a pour objectif principal de collecter des données sur l'égalité entre les femmes et les hommes dans 18 pays européens². Les données collectées couvrent des domaines aussi variés que l'accès aux postes à responsabilité, l'entraînement, la pratique, la communication/les médias, les violences sexistes, les politiques et programmes visant l'égalité entre les femmes et les hommes et soutiendront l'élaboration de politiques sportives fondées sur des faits. Les résultats seront publiés le 10 septembre 2019 sur le site du projet³.

Par la publication de données structurées, le projet ALL IN vise non seulement à améliorer la construction, la mise en œuvre et l'évaluation des politiques sportives afin de les rendre plus sensibles à la question du genre, mais également à alerter les décideurs sur les inégalités entre les femmes et les hommes qui persistent dans le monde sportif. A terme, la vision serait de mesurer à intervalle régulier, dans tous les pays, les progrès vers l'égalité et d'identifier les défis persistants.


Dans ce contexte, le projet de création d'un Observatoire de l'UNESCO pour les femmes, le sport et l'éducation physique permettrait de prolonger durablement des initiatives telles qu'ALL IN sur tous les continents. En permettant une connaissance plus précise des inégalités au service d'un meilleur pilotage des politiques et des programmes, il constituerait une avancée tangible à la hauteur de

Marija Crnković

Cheffe du service
Coopération
internationale et
Financements
européens, Office
central des sports de
Croatie¹



Head of Service for
International Co-
operation and EU funds,
Central State Office for Sport of Croatia¹

 @EPAS_APES



l'enjeu de l'égalité entre les femmes et les hommes dans le sport.

1. Marija Crnković est aussi membre du Bureau du Comité de direction de l'APES, et nommée depuis deux ans comme Rapporteuse pour l'égalité de genre
2. Albanie, Autriche, Azerbaïdjan, Belgique, Bulgarie, Croatie, Danemark, Espagne, Finlande, France, Géorgie, Israël, Lituanie, Monténégro, Pays-Bas, Portugal, République Tchèque et Serbie
3. www.coe.int/sport/ALLIN

www.coe.int

Towards (more) gender-sensitive sports policies

The Council of Europe, through its Enlarged Partial Agreement on Sport (EPAS), has been involved for many years in making equality between women and men in sport a reality in Europe.

To overcome *de jure* equality and (finally) achieve *de facto* equality, the Council of Europe adopted a recommendation in 2015 on gender mainstreaming in sport. Although the implementation of positive discrimination measures aimed at redressing inequalities is not excluded, it has to be combined with an integrated approach.

This approach consists of integrating an equality perspective in all stages and at all levels of sports policies, programmes and projects, whether they concern the development of sports practice, sporting events, facilities, communication and media, grants and budgets, stakeholder training, human resource management in organisations, etc. It is about taking into account the differ-

ences in living standards and needs that exist between women and men, when in the process of building sports policies and programmes that benefit everyone – not by increasing inequalities, but by reducing them.

For this to happen, it is particularly important to mainstream equality issues at the programming stage when the problems, concerns and needs are identified. Unfortunately, data is sorely lacking in this area. That is why EPAS launched the ALL IN project ("TOGETHER - Towards Gender Parity in Sport"), in co-operation with the EU. This project's main objective is to collect data on equality between women and men in 18 European countries². The data collected covers areas as

diverse as access to positions of responsibility, training, practising sport, communication/media, gender-based violence, and gender equality policies and programmes; this data will support the development of evidence-based sports policies. The results will be published on 10 September 2019 on the project's website³.

By publishing this structured data, the ALL IN project aims not only to improve the construction, implementation and evaluation of sports policies in order to make them more sensitive to gender issues, but also to alert decision-makers to the fact that inequalities between women and men continue to exist in the sporting world. Ultimately, the vision would be to measure the progress being made towards

equality, on a regular basis in all countries, and to identify the long-lasting challenges.

With this in mind, the idea of creating a UNESCO Global Observatory for Women, Sport, Physical Education and Physical Activity would make it possible to extend initiatives such as ALL IN to all continents in a sustainable way. By bringing more precise knowledge on the inequalities, meaning the steering of policies and programmes would be better served, the observatory would be a concrete step up in the challenge for equality between women and men in sport.

1. Marija Crnković is also member of the Governing Board and Bureau of the Enlarged Partial Agreement on Sport (EPAS) and appointed for two years as rapporteur for gender equality
2. Albania, Austria, Azerbaijan, Belgium, Bulgaria, Croatia, Denmark, Spain, Finland, France, Georgia, Israel, Lithuania, Montenegro, Netherlands, Portugal, Czech Republic and Serbia
3. www.coe.int/sport/ALLIN

Promouvoir l'égalité de genre lors

Le football féminin est en plein développement ; pas uniquement auprès des joueuses et des entraîneurs qui l'ont toujours soutenu, mais aussi auprès du grand public. Pour cette édition de la Coupe du monde 2019, la progression globale est évidente, avec l'apparition de nouvelles équipes comme la Jamaïque, le Chili, l'Écosse ou encore l'Afrique du Sud. L'année dernière, la FIFA a publié pour la première fois une Stratégie globale pour le football féminin. Des actions de terrain se développent partout sur la planète, même là où le sport féminin n'est pas encore entré dans les mœurs.

L'évolution du football féminin s'apparente à un système de flux/reflux : elle s'accélère à l'occasion des grands événements sportifs et a tendance à se tasser lorsque le sport n'est plus sous le feu des projecteurs. L'équipe la mieux placée au classement FIFA, les États-Unis, est par exemple actuellement en plein litige avec sa fédération (US Soccer) au sujet des rémunérations, que l'équipe souhaite équivalentes à celles des hommes. Le Canada et l'Afghanistan ont tous les deux dévoilé des affaires de harcèlement sexuel impliquant des entraîneurs et des membres du staff. D'ailleurs, les femmes sont souvent absentes des positions-clés au sein des institutions sportives (entraîneurs, membres de conseils d'administration, etc.). Notons enfin qu'une grande partie des jeunes filles et des femmes à travers le monde n'auront pas l'occasion de pratiquer un sport dans leur vie, et ne bénéficieront donc pas des bénéfices qui y sont attachés.

Women Win (WW) est une ONG qui a pour mission d'aider les jeunes filles et les femmes à renforcer leurs droits à travers le sport et le jeu dans son ensemble. Depuis près d'une décennie, l'ONG s'est focalisée sur l'accès des jeunes filles au sport mais aussi et surtout sur les bénéfices

sociaux qu'elles peuvent tirer de cette pratique. Ce travail a déjà impacté la vie de trois millions de jeunes filles à travers 100 pays.

Les grands événements sportifs comme les Coupes du monde peuvent être des leviers puissants pour défier les normes de genre et parler des problèmes sociaux rencontrés, en particulier lorsque ce sont des événements féminins ou mixtes. Profiter de ces tournois pour améliorer l'égalité de genre est une tâche complexe, qui requiert la mise en place d'une stratégie globale, la définition d'un programme d'actions, la conclusion de partenariats ainsi que d'un schéma d'évaluation. Women Win a développé cette approche lors du programme "One Win Leads to Another" (OWLA).

Mené en partenariat avec ONU Femmes et financé par le Comité International Olympique (CIO) avec le soutien de la Swedish Postcode Foundation, ce programme s'inscrivait dans le cadre des objectifs « Héritage » des Jeux Olympiques de Rio 2016. L'objectif était de réduire les stéréotypes de genres et les comportements néfastes qui en découlaient. Il a permis d'offrir à des jeunes filles différents programmes de formation (sur le leadership, la prévention des violences basées sur le genre,

Sarah Murray

Directrice États Unis et « Effet Catalyseur »,
Women Win
U.S. and Global
Catalyse Director,
Women Win



 @Women_Win



l'émancipation économique, les problématiques de santé...) dans le cadre d'activités sportives, créant ainsi un endroit sûr pour que les filles puissent s'épanouir. Le programme se composait de 40 sessions par semaine.

Travailler dans le contexte d'un grand événement sportif comporte des bénéfices évidents. Il est source aussi de complications, à l'image de la situation rencontrée à Rio pendant les Jeux Olympiques. La recrudescence des vio-

Promoting gender equity through mega sporting events: opportunities and challenges

The profile of women's football is progressing, not just for the passionate female players and coaches who have always pushed, but for the mainstream. In this edition of FIFA's Women's World Cup (WWC), global growth is evident with new teams such as Jamaica, Chile, Scotland and South Africa making their debut performance. In the past year, FIFA released their first comprehensive Women's Football strategy. Grassroots girls' programmes are sprouting up all over the world, including in places where there is practically no legacy of girls' and women's sport.

The evolution of the women's game has an ebb and flow characteristic to it, often advancing during high-profile events and situations and rolling back in some manner when the spotlight isn't on. The top-ranked team in the world (U.S.) is embroiled in a lawsuit against their national governing body (U.S. Soccer) for equal pay. The Canadian and Afghan national female teams have both unveiled massive sexual harassment cases with male coaches and administrative staff. Women are absent from leadership positions across the board,

and many girls and women will never experience sport, football or any of the documented benefits that accompany them.

Women Win (WW) is an NGO with the mission of advancing the playing field that empowers adolescent girls and young women to achieve their rights through sport and play. For more than a decade, we have focused not only on expanding girls' access TO sport, but more importantly, investing in the social benefits that occur through participation at all levels of sport. Our work has impacted

the lives of over 3 million girls in more than 100 countries.

Major sporting events, like the WWC can be powerful levers to shift gender norms and address most pressing issues of inequality in society, especially when it's a women's-specific or mixed-gender event. Leveraging mega events to improve gender outcomes is a complex affair and requires incredible attention to strategy, programme design, partnership building and evaluation. WW has experienced this first-hand with our "One Win Leads to Another"

(OWLA) programme. This programme was developed in partnership with UN Women and funded by the International Olympic Committee (IOC) with support from the Swedish Postcode Foundation, originally as part of the legacy of the 2016 Olympic Games in Rio de Janeiro. The goal was to reduce harmful gender stereotypes and related behaviors, by providing life-skills training to teen girls in a safe sporting context, which encourages girls to become themselves. Leadership, gender-based violence (GBV) prevention, economic empowerment, sexual and reproductive health and rights are part of the 40 sessions delivered weekly. There were obvious benefits of working in a mega-event setting. Yet, the context in Rio during the Games added layers of complexity and challenge to implementation. The rise in violence prior and during the Games increased security concerns around the girls' safety. Inflation due to the influx of money increased basic costs of transportation. Despite the diffi-

des grands évènements sportifs

lences avant et pendant la compétition a rendu difficile le déplacement des filles vers les lieux où étaient mis en place les programmes. L'inflation due à l'événement a aussi augmenté le prix des transports publics, de manière plus forte que prévue.

Malgré ces difficultés, OWLA a clairement eu des impacts positifs sur les jeunes filles et les facilitateurs ayant participé à l'action. Des enquêtes réalisées avant et après le programme ont pu permettre de collecter certaines données :

► Les jeunes filles ont amélioré leur perception du leadership (de 47% à 63%) et de l'intérêt de la communauté pour ce qu'elles ont à dire (27% à 34%)

► Leurs connaissances en matière de contraception, de prévention du SIDA et des maladies sexuellement transmissibles ont augmenté (respectivement de 85% à 91%, de 46% à 63% et 56% à 65%)

► Leurs connaissances et leurs comportements face aux menstruations ont changé : 45% d'entre elles ont déclaré savoir comment rester en bonne santé pendant cette période, contre 27% auparavant.

Le succès de ce programme a permis à OWLA d'être financé par le CIO pour trois années supplémentaires et d'être dupliqué à Buenos Aires comme héritage aux Jeux Olympiques de la Jeunesse 2018. Women Win est volontaire pour partager ses connaissances dans le montage et la gestion de projets réalisés dans le cadre de grands évènements sportifs, compte-tenu des caractéristiques spécifiques de ce

type d'évènements. Nos leçons principales sont les suivantes :

Conclure des partenariats

► Réaliser un héritage effectif et durable en investissant sur des acteurs locaux, pour monter collectivement le projet et le faire perdurer.

► Promouvoir le leadership des femmes pour s'assurer que les projets seront utiles et permettront d'atteindre les objectifs d'égalité.

► Investir dans la gestion des partenariats, tout aussi important que le programme lui-même, compte-tenu du caractère volatile du contexte lié aux grands évènements sportifs.

► Définir avec clarté les attentes, les objectifs, les calendriers et les rôles de chacun.

► Trouver des partenariats avec d'autres secteurs, pour améliorer l'efficacité du projet.

Adapter le programme

► Chaque contexte est différent et requiert un programme spécifique. Il est important d'adapter le programme en fonction des forces du territoire dans lequel on évolue et en ayant conscience des défis rencontrés en matière d'égalité de genre.

► Le caractère durable des programmes repose sur un plan multi-annuel et une anticipation de ce qu'il va se passer une fois que l'événement sera terminé. Il est important de penser aux risques et aux impacts post-événement.

► Une analyse des risques du programme et des partenariats doit être menée ainsi qu'une stratégie pour y faire face. Cette stratégie doit pouvoir être adaptée régulièrement pour faire

face aux réalités rencontrées.

Le contexte sportif

► L'environnement médiatique et économique est une opportunité à saisir pour développer des programmes promouvant l'égalité de genre dans le pays et en dehors.

► Il faut tirer profit de l'événement en temps qu'accélérateur pour la croissance et le leadership, mettre en avant des modèles, parler des opportunités, de l'amusement, du plaisir. Cependant, être conscient aussi que le contexte peut être source de complications.

► Utiliser l'événement pour sensibiliser le public aux problématiques de parité dans le sport qui est concerné par la compétition.

La Coupe du monde 2019 promet d'être une étape importante pour le développement du football féminin. Lorsque le coup d'envoi retentira, il sera temps de célébrer cet événement. La France est l'un des pays au monde où le football féminin est le plus développé. Mais en dehors du terrain, le Forum économique mondial l'a placée à la 57^e place au niveau des inégalités économiques et politiques. 129^e quand il s'agit d'égalité salariale. Notre espoir est que les acteurs du sport et du changement social, les décideurs politiques, les agences multilatérales, les entreprises et les médias aillent plus loin que les *feel good stories* et profitent du moment pour évoquer les problèmes d'égalité de genre dans le pays hôte. *Game on !*

www.womenwin.org

culties, OWLA had a clearly transformative impact on the girls (and facilitators) who participated in the programme. Data collected throughout the programme, via surveys and interviews, revealed that:

► Girls increased their perception about being a leader (47% to 63%) and about the community being interested in what they have to say (27% to 34%).

► Knowledge regarding pregnancy prevention, STI prevention and HIV prevention all increased (85% to 91%, 56% to 65% and 46% to 63% respectively).

► Attitude and knowledge on menstruation changed: 45% reported they knew how to keep healthy during menstruation (compared to 27% prior).

As a result of the programme's ultimate success, OWLA was funded in Rio by the IOC for a subsequent three-year term and was replicated in Buenos Aires (AR) as a legacy of the 2018 Youth Olympic Games.

Women Win is keen to share our intense learning related to designing and delivering pro-

grammes in mega-event settings, with the caveat that we understand every context is unique. Our most poignant lessons from the experience are as follows:

Building Partnerships

► True legacy and sustainability rely on entrusting and investing in local actors to co-design and take the work forward.

► Use the opportunity to support the leadership of women, in the programme and partnership, as a way to ensure the process of designing and implementing reinforces the intended equity outcome.

► Investing in partnership management is as critical as the programme itself in the fast moving and volatile environment that mega sporting events create.

► Be sure to clarify values, expectations, goals, timelines, and roles with distinct clarity.

► Find shared value and complementarity with other actors across sectors to amplify the work and ensure efficiencies.

Implementing Programmes

► Every context is different and

requires unique consideration. There is no 'one size fits all' programme. Consider how to align the programme with the pronounced strengths and key gender equity challenges of the host city.

► Sustainability of programmes require multi-year commitment and strategic planning for what will happen after the circus leaves town. We must take a "do no harm" approach and think about risks/impacts of exit.

► Develop a detailed risk analysis of the programme (and partnership) and mitigation strategy to address potential threats to your success. Make this a 'living' analysis that gets updated and adjusted as risks turn into realities.

The Sport Event(s)

► A massive influx of funding and attention that come with mega sporting events can provide a powerful opportunity for the development and growth of programmes aimed at gender equity in host country and globally.

► Leverage the event itself as an accelerator to girls' growth and

leadership, providing role models, speaking opportunities, excitement and fun. However, be mindful that the operating environment around this event can bring complications.

► Use the event to raise awareness related issues of parity within the game/sport that is being played at the event.

This WWC has promised to be a powerful milestone for women's football's progress. As the opening whistle blows in stadiums around France, it's a fine time to celebrate. France is, after all, one of the

most developed women's football nations globally. But off the pitch, it's a country that the World Economic Forum ranks 57th due to issues related to economic and political inequity. France ranks 129th for wage equity. We hope actors, from all fields and of all levels, will celebrate AND go beyond the 'feel good' stories, seizing the moment to address structural gender inequity in the host country and around the world. *Game on!*

L'héritage social d'un événement sportif : du projet à l'action

Héritage : le terme est aujourd'hui inexorablement associé à tout événement sportif, sans que l'on sache véritablement ce qu'il recouvre.

Le verbatim du Comité International Olympique au sujet de l'héritage est significatif des conceptions en cours dans le mouvement sportif. « Vision », « héritage positif », « bénéfiques », « célébration » sont quelques-uns des termes mobilisés dans

l'approche stratégique élaborée par cette institution. Ils témoignent des conceptions à l'œuvre au sujet des jeux Olympiques et Paralympiques autant que des événements nationaux ou internationaux telle que la Coupe du monde de football 2019. Il suffirait de les organiser pour s'assurer d'effets quasi-magiques. La croyance à une spontanéité de l'héritage est tenace, conduisant depuis quelques mois à utiliser cette notion sans en saisir la consistance. Les travaux menés dans plusieurs équipes de recherche internationales, dont le laboratoire de Rennes, soulignent que l'héritage est un processus qui ne s'improvise pas. Il présuppose d'abord un principe de transmission devant conduire à mettre en adéquation l'émetteur et le récepteur. L'événement doit ainsi se structurer autour d'éléments qui doivent prendre sens pour la diversité des acteurs afin qu'ils puissent s'en saisir et le convertir en actes (relevant de savoir-faire, de savoir-être, etc.). L'homogénéité, qui caractérise la plupart du temps les événements (unité de temps, d'espace, récurrence des modèles de pratiques, etc.), doit être remplacée par une adaptabilité en fonction des contextes sociaux, des publics visés, des

objectifs poursuivis. Il est remarquable de constater qu'aucun événement n'a permis d'augmenter durablement le nombre de pratiquant.e.s. Tout au plus ont-ils permis la mise en visibilité d'une activité qui, sans dispositif ambitieux d'accompagnement, a peu d'effets. Penser l'héritage implique également de s'inscrire dans la durée. L'improvisation qui caractérise nombre d'actions dans ce domaine permet d'anticiper leur inefficacité. L'héritage doit se structurer deux à trois ans avant l'événement, se déployer au cours de celui-ci et conduire à un suivi sur une durée de quatre à six années. Commander une enquête d'opinion ou identifier l'intérêt des publics à l'égard d'un événement ne correspond en rien à une démarche relevant de l'héritage. L'héritage est également multidimensionnel et ne peut s'envisager de manière parcellaire. S'intéresser dans un cas aux représentations, dans un autre aux valeurs supposées ne permet pas de s'inscrire dans cette dynamique. Parce que l'héritage s'inscrit dans la complexité des rapports sociaux pour en devenir un marqueur, le mouvement sportif doit assumer d'en saisir la diversité.

La mobilisation de l'héritage associée à l'ensemble des événements depuis le début du millénaire s'inscrit dans une logique d'acceptabilité sociale. Force est de constater que si cette mobilisation correspond à une première étape, elle doit rapidement laisser la place aux mises en œuvre. Elles sont déterminées par une véritable structuration de

Michaël Attali

Professeur des universités, Directeur du laboratoire VIPS² (Violences, Innovations, Politiques, Socialisations et Sports), Université de Rennes 2



Membre du comité scientifique Sport et Citoyenneté

University Professor, Director of the VIPS² (Violence, Innovation, Politics, Socialisation and Sport) Laboratory, Rennes 2 University

@AttaliMichael

l'héritage qui, pour le moment, en reste aux mots sans réellement envisager les actes à la hauteur des ambitions déclarées.

www.univ-rennes2.fr
www.vips2.fr

L'actualité au prisme de la recherche : article en partenariat avec le Laboratoire "Violences, Innovations, Politiques, Socialisations et Sports" de l'Université de Rennes 2



Laboratoire de Recherche • EA 4636
Violences, Innovations, Politiques, Socialisations & Sports

An event's social legacy: from plans to action

Legacy: today the term is inevitably linked to every sporting event, although its meaning remains vague.

The words used by the International Olympic Committee (IOC) on the subject of legacy sum up the current conception in the sports movement. "Vision", "positive legacy", "benefits" and "celebration" are some of the terms employed in this body's strategic approach. They show the ideas at work behind the Olympic and Paralympic Games as well as in national and international events such as the football World Cup in 2019. Getting the words right is all it takes to ensure an almost magical effect. There is a stubborn

belief in a form of spontaneous legacy and for some months now the notion has been used without any consistent understanding. Research carried out by several international teams, including the Rennes laboratory, strongly show that legacy is a process that cannot be improvised. First, it presupposes a transmission model which needs to align the transmitter and the receiver. The event also needs to be structured around elements which mean something to all the different stakeholders so that they can get hold of it and convert it

into action (regarding skills and know-how). The homogeneity which usually characterises events (single time and space, recurrent forms of practice and so on) needs to be replaced by the possibility of adapting to different social contexts, target publics and objectives. It is surprising to have to state that no event has led to a sustainable increase in the number of people doing the sport. At the most, events have given visibility to an activity, but without ambitious support schemes this comes to nothing. Thinking legacy also implies making it sustainable. The ad hoc nature of much of the action in this sphere makes it likely to be ineffectual. The legacy needs to be built up during the two or three years before the event, rolled out during the event and followed up over a period of four to six years. Commissioning an opinion poll or identifying public interest in

an event does not constitute action regarding legacy. Legacy is also multi-faceted and should not be envisaged in a piecemeal fashion. Being interested in the show aspect in one case or the supposed values in another case is not enough. Because legacy is tied up with the complexity of social relationships and can become a marker for this, the sports movement must get to grips with its diversity.

The mobilisation of legacy associated with all events since the beginning of the millennium falls into the realm of social acceptability. It is now obvious that if this mobilisation represents the first step, it now needs to be put into effect. This will be determined by a genuine structuring of legacy, which for the moment is still just a matter of words without any real conception of action worthy of the declared ambitions.

Affaire « Semenya » : la féminité ordonnée et harmonisée

L'affaire « Semenya » est bien connue du grand public, encore plus depuis la sentence arbitrale du 1^{er} mai 2019.

Soutenue par son pays, l'Afrique du Sud, l'athlète hyperandrogène Caster Semenya avait saisi le Tribunal arbitral du sport (TAS) pour obtenir l'annulation d'un règlement de la Fédération internationale d'athlétisme (IAAF) obligeant les femmes hyperandrogènes à se soumettre à un traitement hormonal faisant baisser leur taux de testostérone. La sentence arbitrale du 1^{er} mai 2019 a fait le bonheur de l'IAAF².

Nul ne saurait prétendre que la décision de l'IAAF soit dépourvue d'évidence scientifique ; au contraire, son règlement litigieux reflète les résultats d'une étude³ financée par le CIO et l'IAAF pointant un avantage des hyperandrogènes par rapport aux femmes aux taux de testostérone plus ordinaires. On n'a donc ni affaire à un préjugé sur le genre basé sur des valeurs culturelles, ni encore à un cas de discrimination sans évaluation du cas en espèce par rapport à un but légitime, respectant les exigences de nécessité et de proportionnalité, cruciales en matière de droits fondamentaux. Et pourtant, on peut se demander si l'on souhaite vivre avec les conséquences d'un tel règlement. Les athlètes, quel que soit leur genre, n'ont-ils/elles pas le droit à leur propre corps ? Car on ne parle pas ici de taux artificiellement élevés, à l'instar du dopage.

Dans le cas en espèce, les problèmes scientifiques et juridiques ne nous semblent pas insurmontables. Les défis philosophiques et

éthiques, par contre, sont de taille. Le règlement de l'IAAF est-il juste et équitable ? Et vise-t-il véritablement le résultat imprévisible des compétitions, dès lors que les corps impliqués sont nécessairement différents ?

Nous ne le savons que trop bien : les mannequins défilant sur un podium, sélectionnées pour leurs attributs physiques, ne sont pas des êtres humains ordinaires. Même phénomène en milieu sportif : depuis des décennies la sélection s'accroît, au point où les sprinteurs.se.s ont une morphologie bien différente de celles des joueur.se.s de rugby, par exemple. Rien de naturel dans cela. Les finalistes féminines aux JO sont majoritairement plus grandes que les femmes moyennes. Comment s'étonner alors si d'aucunes possèdent également une composition hormonale propice à leur sport – alors même qu'on les avait sélectionnées et ciblées justement vers les besoins de ce sport ?

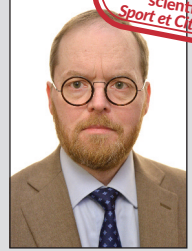
Dans les sociétés occidentales, la reconnaissance du troisième genre est arrivée au « mainstream ». Depuis 2017, la Cour constitutionnelle allemande reconnaît le troisième genre⁴ : que le sport s'en épatte ou non, il doit l'accepter.

Si l'athlétisme s'obstine, ses dirigeants devront cependant se demander si la standardisation voulue à tout prix a encore un avenir. Ou bien ne faudrait-il pas, au contraire, adopter une logique réglementaire différente ? En acceptant

Jacob Kornbeck¹

Fonctionnaire européen, Chargé de cours externe à l'Université allemande du Sport de Cologne

European civil servant, external lecturer at the German Sport University in Cologne



Membre du comité scientifique Sport et Citoyenneté

les valeurs biologiques individuellement relevées et en utilisant des coefficients correcteurs, à l'instar de la pratique dans le saut à ski ?

1. Jacob Kornbeck était auparavant en charge des questions antidopage au sein de l'Unité Sport de la Commission européenne (2001-14). Les opinions exprimées sont strictement personnelles et ne sauraient aucunement engager les institutions de l'Union européenne.

2. Entretiens, Caster Semenya a formé un recours devant le Tribunal fédéral suisse, lequel a temporairement suspendu le règlement de l'IAAF.

3. S. Bermon & P. Garnier, Serum androgen levels and their relation to performance in track and field. *British Journal of Sports Medicine*, année 51 (2017), pp. 1309-1314.

4. BVerfG, 10. Oktober 2017 – 1 BvR 2019/16.

The Semenya case: imposed, harmonised femininity

The “Semenya” affair is well known to the general public, particularly since the CAS award of 1 May 2019.

With the support of her country, South Africa, the hyperandrogenic athlete Caster Semenya asked the Court of Arbitration for Sport (CAS) to declare void a regulation of the International Association of Athletics Federations (IAAF) requiring hyperandrogenic women to take hormone treatment to lower their testosterone levels. On 1 May 2019, the CAS decided in favour of the IAAF². No-one could claim that the IAAF decision was lacking in scientific evidence; on the contrary, the litigious ruling is based on the results of a study³ funded by the IOC and the IAAF showing that hyperandrogenic women have an

advantage over women with more normal testosterone levels. Therefore, this is neither a case of gender prejudice based on cultural values, nor one of discrimination without an assessment of the case in question based on necessity and proportionality: essential requirements when it comes to fundamental rights. But can we live with the consequences? Do athletes of whatever gender not have the right to their own body? After all, we are not talking here about artificially raised levels, as with doping.

In the case in question, the scientific and legal problems do not seem to be insurmountable, but

the philosophical and ethical challenges, on the other hand, are considerable. Is the IAAF ruling fair and equitable? Is it really about ensuring the unpredictable outcome of competitions when the bodies involved are necessarily different?

We are only too well aware that models on the catwalk, chosen for their physical attributes, are not like ordinary human beings. The same phenomenon occurs in sport: for decades the selection process has become increasingly marked, to the point where male and female sprinters have a very different morphology from, for example, rugby players. There is nothing natural in this. Most of the women finalists in the Olympics are taller than average women. Why is it surprising, then, if some also have a hormonal balance that favours their sport – when they have been specifically selected and targeted to the needs of that sport?

In western society the third gender has become mainstream. The German constitutional court has recognised the third gender since 2017⁴ and sport needs to accept that, whether it likes it or not. Even if athletics makes a stand, its leaders should ask themselves whether standardisation at any price still has a future. Would it not be better, instead, to adopt a different regulatory logic, by accepting individual biological values and by using correction coefficients, as is the case in ski jumping?

1. Jacob Kornbeck was previously in charge of anti-doping issues at the European Commission Sport Unit (2001-2014). The opinions expressed here are strictly personal and in no way commit EU institutions.

2. Meanwhile Caster Semenya appealed to the Swiss Supreme Court who suspended the IAAF Regulation temporarily.

3. S. Bermon & P. Garnier, Serum androgen levels and their relation to performance in track and field. *British Journal of Sports Medicine*, vol. 51 (2017), pp. 1309-1314.

4. BVerfG, 10. Oktober 2017 – 1 BvR 2019/16.

Se former dans le monde du football

Début 2019, l'UEFA a officiellement lancé l'**UEFA Academy**, une structure qui réunit sous une même structure les nombreuses formations proposées par l'organisation européenne. L'objectif : perfectionner les connaissances des personnes impliquées dans l'administration du football, à tous niveaux.



Le monde du football est de plus en plus complexe à appréhender et nécessite plus que jamais d'être géré par des professionnels qualifiés. Consciente des enjeux, l'UEFA a développé depuis une dizaine d'années de nombreuses formations, à destination notamment des administrateurs de ses 55 associations nationales. En regroupant ces formations sous une même bannière, UEFA Academy, l'instance européenne souhaite clarifier son offre de formation et faciliter ainsi les démarches des candidats potentiels.

« La création de l'UEFA Academy permet de rendre visible l'engagement très important que l'UEFA mène depuis une quinzaine d'années pour la professionnalisation et le perfectionnement des administrateurs du football », précise Thomas Junod, responsable Formation et recherche de l'UEFA. « Les formations de l'UEFA Academy sont uniques car construites exclusivement autour des challenges quotidiens auxquels sont confrontés les professionnels de la branche et car elles bénéficient de l'énorme expérience des experts de l'UEFA. Nous sommes très heureux que notre catalogue de cours soit désormais accessible à un public encore plus large, ce qui enrichira encore les

discussions et l'expérience de tous les participants ».

À l'heure actuelle, l'UEFA propose quinze formations, dont six décernent un certificat académique. Ces formations sont regroupées autour de cinq grands piliers au sein de l'UEFA Academy:

► Les programmes de management, parmi lesquels le Certificat de l'UEFA en management du football (UEFA CFM), le Diplôme de l'UEFA en direction et en management du football (UEFA DFLM) et le Master exécutif en gouvernance du sport (MESGO).

► Les programmes spécialisés, à destination des professionnels œuvrant dans des domaines variés comme le droit, la responsabilité sociale ou l'organisation d'événements.

► Les programmes destinés aux joueurs, visant notamment à les aider à préparer leur après-carrière.

► Les programmes de partage de connaissances et de recherche, notamment le programme de bourses de recherche de l'UEFA destinée aux universitaires.

► Les formations sur demande, proposées par l'UEFA en fonction des besoins et des attentes des parties prenantes du football.

S'ouvrir à de nouveaux profils

Longtemps réservées aux professionnels du football et issues des associations membres de l'UEFA, les formations proposées par l'UEFA Academy visent désormais à toucher un public plus large, travaillant dans ou avec tout type d'organisations liées au football (clubs, ligues, associations de joueurs mais aussi partenaires commerciaux, ONGs, médias, etc.). Ainsi, le Certificat de l'UEFA en management du football (UEFA CFM) est désormais accessible à toute personne souhaitant parfaire ses connaissances de l'environnement footballistique et mieux se former aux problématiques rencontrées dans ce secteur. L'UEFA EURO Observation Programme est un autre exemple de diplôme « ouvert ». Il propose sur trois jours un aperçu de ce que représente l'organisation d'un championnat d'Europe de football. Il permet ainsi aux professionnels de l'événementiel de mieux saisir les enjeux liés à l'organisation de grands événements sportifs.

L'ensemble des formations proposées par UEFA Academy sont accessibles sur le site Internet du programme.

<http://UEFAacademy.com>

Learning in the world of football

At the beginning of 2019, UEFA officially launched the **UEFA Academy**, bringing together in one structure the many educational initiatives offered by the European organisation. The aim: to develop the skills and knowledge of people involved in football administration at all levels.

The world of football is increasingly complex, and more than ever it needs to be administered by qualified professionals. Well aware of these issues, over the past ten years UEFA has been developing a number of educational programmes, aimed particularly at the managers of its 55 national associations. By grouping these programmes under the umbrella of the UEFA Academy, the European organisation aims to make the range of training available clearer and make it easier for potential applicants to find the right course.

"The creation of the UEFA Academy shows UEFA's very significant commitment over the past fifteen years to improving the professionalism and knowledge of those involved in foot-

ball management", explains Thomas Junod, UEFA's head of national associations education and research. "The UEFA Academy educational programmes are unique because they have been exclusively developed around the daily challenges faced by professionals in the sector and because they benefit from the huge experience of UEFA's experts. We are very pleased that our catalogue of courses will now be accessible to a wider public, which will enhance the discussions and the experience of all the participants". At present UEFA offers 15 courses, six of which feature an academic certificate. These courses are grouped around five main pillars of learning in the UEFA Academy.

► Management programmes, including the UEFA Certificate in

Football Management (UEFA CFM), the UEFA Diploma in Football Leadership and Management (UEFA DFLM) and the Executive Master in Sport Governance (MESGO).

► Programmes for specialists, suitable for specialists in certain fields such as law, social responsibility and events organisation.

► Programmes for players, aiming to help them into a second career.

► Knowledge sharing and re-research, notably the programme allowing university researchers and scientists to apply for UEFA grants.

► On-demand education, offered by UEFA in response to the needs and expectations of stakeholders in football.

Open to a wider public

They have long been restricted to

football professionals from UEFA's member associations, but the UEFA Academy's educational programmes will be opened up to a wider public working in any organisation connected to the football industry (clubs, leagues, players' associations, as well as business partners, NGOs, the media and so on). The UEFA Certificate in Football Management (UEFA CFM) will now be available to anyone who wants to acquire a comprehensive understanding of the football industry and learn how to deal with problems encountered in this sector. The UEFA EURO Observation Programme is another example of an "open" diploma. It is a three-day programme giving an inside view of operations at a major European football championship. It will give professionals in event management the chance to understand the issues connected with organising major sporting events.

All the education courses offered by the UEFA Academy are available on the programme's website.



Conjuguer réussite scolaire et succès sportif

Partenaire de la Fédération Française de Handball depuis deux ans et parrain officiel des Équipes de France U19, **Academia** est intervenu auprès des joueuses de l'Équipe de France réunies en stage fin mai à la Maison du handball. Au programme, cours particuliers et révisions en prévision du baccalauréat.

ACADOMIA

Du 11 au 20 juillet prochains, elles arpenteront les parquets de Hongrie et tenteront de décrocher une médaille d'or aux Championnats d'Europe de leur catégorie : les joueuses de l'Équipe de France U19/U20 étaient réunies fin mai à la Maison du Handball pour un stage de préparation de quinze jours et une série de matches amicaux. Une situation à laquelle sont rompu.e.s les sportif.ve.s de haut niveau, mais qui n'est pas forcément évidente à gérer pour ce groupe de joueuses nées en 2000/2001, pour qui se profile à l'horizon le baccalauréat.

C'est pourquoi la Fédération Française de Handball (FFH) et son partenaire Academia ont mis sur pied une opération de soutien scolaire à l'occasion de ce stage de préparation, permettant ainsi aux candidates de réviser leurs cours de philosophie, de mathématiques ou de gestion avant ou après les entraînements. Un accompagnement sur-mesure suivant la formation et les besoins de chacune, pouvant aller

jusqu'à plus de 20 heures de soutien scolaire pendant la durée du stage.

Depuis 2017, une vingtaine de joueur.se.s des Équipes de France U19/U20 bénéficient d'un accompagnement personnalisé de la part d'Academia, par l'intermédiaire de programmes spécifiques et de cours adaptés à leurs besoins et contraintes. Un partenariat riche de sens pour les deux parties, qui illustre également la volonté de la FFH d'encadrer aux mieux ses graines de champions, qui pourraient être tentées de mettre de côté leur scolarité à un moment-clé de leur carrière naissante.

A l'occasion de la signature du partenariat avec Academia, le vice-président de la FFH Jean-Pierre Feuillan rappelait ainsi que « *la mission de la fédération consiste à apporter la même exigence à l'encadrement éducatif qu'à l'encadrement sportif et à promouvoir auprès des clubs affiliés cette démarche nécessaire de formation de l'esprit* ». Une ambition qui nécessite de s'adapter aux spécificités de chaque élève, et de faire

face à un emploi du temps contraint. Bien que scolarisé.e.s la plupart du temps dans des établissements d'enseignement ordinaires, les sportif.ve.s de haut niveau bénéficient d'un certain nombre d'aménagements. Le soutien scolaire proposé par la FFH et Academia vient renforcer cette situation, en permettant de travailler de manière personnalisée sur les connaissances et les compétences à acquérir par ces jeunes lycéen.ne.s.

L'action proposée fin mai illustre la stratégie mise en place par Academia ces dernières années autour de programmes adaptés aux sportif.ve.s. Au-delà du partenariat avec la FFH, Academia intervient aussi par exemple auprès du centre de formation de l'AJ Auxerre (Football) et comme partenaire de la Tony Parker Adéquat Academy, qui accueille entre autres les jeunes basketteurs de l'ASVEL.

www.academia.fr
www.ff-handball.org

Combining success in the classroom and on the court

Academia has been a partner of the French Handball Federation for two years and an official sponsor of the French U19 teams. At the end of May we joined the French women's team on a course at the Maison du Handball, where individual lessons and revision classes in the run-up to the baccalauréat were on the programme.

From 11 to 20 July, the French Women's U19/U20 Handball team will be competing on courts in Hungary in an attempt to win gold at the European Championships. At the end of May they were together for a fortnight of preparation and a series of friendly matches at the Maison du Handball. This situation is familiar to top-level athletes, but it is not very easy to manage for this group of players born in 2000/2001 with the baccalauréat coming up.

That is why the French Handball Federation (FFH) and its partner Academia devised a schoolwork support operation at this preparation course, so that the candidates could revise their philosophy, maths or management lessons before or after training sessions. Lessons were designed to match the needs of each player, with up

to 20 hours of extra tuition during the two-week course.

About twenty players from the French U19/U20 teams have enjoyed personalised support from Academia, through specific programmes and lessons adapted to their needs and constraints. This has been a valuable partnership for both sides, which shows the determination of the FFH to take the best possible care of these champions in the making, who might otherwise be tempted to neglect their studies at a key moment in their budding career. When the partnership with Academia was signed, the FFH Vice President, Jean-Pierre Feuillan stressed that "*the federation's mission was to give the same attention to players' academic and sporting development and to promote this in affiliated clubs*". This ambition means that the needs



© Baptiste Fernandez/Icon Sport

of each pupil and the constraints of a limited timetable have to be taken into account. Although most budding top-level athletes attend normal schools, a number of special arrangements are made for them. The academic support offered by the FFH and Academia fits in well with this, as pupils work on the knowledge and skills they need to acquire in tailor-made courses. The scheme at the end of May is

an example of the strategy adopted by Academia in the last few years with programmes adapted for athletes. Apart from the partnership with the FFH, Academia is involved in the AJ Auxerre (Football) training centre and as a partner of the Tony Parker Adéquat Academy, which welcomes young basketball players from ASVEL, among others.

Encourager le sport féminin sur tous les terrains

Partenaire du sport français depuis 40 ans, **FDJ** a lancé il y a trois ans un programme spécifique visant à développer le sport féminin : le programme « Sport pour Elles FDJ ». A l'occasion de la Coupe du Monde 2019, plusieurs actions sont proposées pour rendre visible cette thématique.

Depuis 2016, FDJ fait du développement de la pratique féminine l'un des piliers de sa stratégie sportive. Le programme « Sport pour Elles FDJ » se décline ainsi en plusieurs axes, avec pour objectifs d'agir à la fois sur les terrains pour favoriser la pratique de toutes, soutenir le haut niveau et les grands événements sportifs féminins, mais aussi de médiatiser davantage les sportives et de mobiliser les réseaux pour faire évoluer les mentalités. Ce sera notamment le cas à l'occasion de la Coupe du monde de football 2019. FDJ profitera en effet de cet événement planétaire pour inviter le public à vivre les émotions du football au féminin à travers une campagne de communication digitale et TV visible tout au long du mois de juin. FDJ s'engage également avec le magazine ELLE en créant le forum « ELLE Active SPORT » le lundi 3 juillet 2019 à Paris. Les forums « ELLE Active » sont des espaces de discussion sur la place des femmes dans la société, sur l'égalité femme-homme et la promotion des femmes dans l'environnement professionnel. Le forum « ELLE Active Sport » visera de son côté à mettre en lumière les femmes qui font avancer le sport, à l'image de Sarah Ourahmoune, ambassa-

trice du programme « Sport pour Elles FDJ » ou encore de Mélissa Plaza, ancienne internationale de football et auteure de l'ouvrage « Pas pour les filles ». Mais l'engagement de FDJ en faveur du sport féminin ne se limite pas à ces opérations. Partenaire du Conseil National des Villes Actives et Sportives (CNVAS), FDJ soutient plus particulièrement les villes françaises engagées dans le développement des activités physiques et sportives pour tout.e.s. A l'occasion de la cérémonie de remise des labels des villes actives et sportives 2019 à Angers, FDJ a ainsi remis un Prix « Coup de Cœur » à la ville de Plougastel-Daoulas (Finistère) pour sa politique volontariste menée en faveur des publics féminins. La parité recherchée au sein des associations sportives de la ville et le succès rencontré par les clubs sportifs locaux (à l'image de l'association de gymnastique d'entretien, qui compte plus de 1000 adhérentes) ont notamment été soulignés, tout comme les efforts effectués par la ville pour offrir un environnement de qualité propice à une activité physique de proximité.

www.groupeFDJ.com

FDJ ENCOURAGE LE Sport féminin sur tous les terrains

EN 2016, FDJ A LANCÉ SON PROGRAMME Sport pour Elles

visent à développer le sport féminin autour de 4 axes clés :

- 1 agir sur le terrain pour favoriser la pratique de toutes,
- 2 soutenir le haut-niveau et les grands événements sportifs féminins,
- 3 mobiliser les réseaux pour faire évoluer les mentalités,
- 4 et médiatiser les sportives pour susciter féminisation.

Sarah Ourahmoune, ancienne internationale de football et ambassadrice de ce programme

FDJ ET LE Handisport une longue histoire

Fidèle à l'histoire de l'entreprise et à son engagement pour l'égalité des chances par le jeu,

FONDATION FDJ

soutient une trentaine d'associations œuvrant de manière ludique pour l'inclusion sociale et professionnelle des personnes en situation de handicap. Parmi elles, la Fédération Française Handisport développe les activités physiques et sportives de compétition ou de loisir pour les personnes présentant une déficience motrice, visuelle ou auditive.

FDJ LE SPORT est une Chance!

En savoir plus sur nos engagements et partenariats sport FDJ

FDJ FDJsport FDJsport

[@FDJSport](https://twitter.com/FDJSport)

Encouraging women's sport on all the grounds

The **FDJ** has been partnering French sport for 40 years and three years ago it launched a specific programme targeting the development of women's sport: the "Sport pour Elles FDJ" programme. In line with the World Cup 2019 several schemes are being proposed in order to shine the spotlight on this subject.

Since 2016, the FDJ has made the development of women's participation in sport one of the pillars of its sporting strategy. The "Sport pour Elles FDJ" programme focuses on several things with the objectives of being active on the grounds to encourage all women to do sport, of supporting the top level and major events in women's sport, and also of improving media coverage for sportswomen and mobilising networks in order to change attitudes. This will be particularly relevant at the time of the

Women's Football World Cup 2019. FDJ will take advantage of this world event to invite the public to enjoy women's football with a communication campaign to be shown throughout the month of June on the internet and on TV. FDJ is also involved with the magazine ELLE in creating the "ELLE Active SPORT" forum on Monday 3rd July in Paris. The "ELLE Active" forums are places for discussing the place of women in society, gender equality, and

the promotion of women in the professional environment. The "ELLE Active Sport" forum aims to shine the spotlight on women who advance sport, such as Sarah Ourahmoune, the ambassador for the "Sport pour Elles FDJ" programme, or Mélissa Plaza, a former international football player and author of the work "Pas pour les filles" ("Not for Girls").

However, the FDJ's commitment to women's sport does not stop at

these activities. FDJ is a partner of the French national council of active and sporting towns (CNVAS), and particularly supports the French towns engaged in developing sport and physical activities for all, men and women. At the awards ceremony recognising active and sporting towns in 2019 in Angers, FDJ gave a special prize (Prix "Coup de Cœur") to the town of Plougastel-Daoulas (Finistère) for its proactive policies in favour of women. The gender equality achieved in the town's sports associations and the success of local sports clubs (like the fitness gym association, with more than 1,000 members) were picked out for mention, along with the efforts made by the council to provide a quality environment to encourage physical activity in the area.



« Ensemble, nous allons réussir la réforme de la gouvernance du sport »

Élue fin mars nouvelle présidente du CROS Pays de La Loire, **Anne Cordier** est la première femme à occuper ce poste sur le territoire ligérien. C'est aussi la première fois que la fédération qu'elle représente (la FSCF) accède à ce niveau de responsabilités.

Propos recueillis par Sylvain LANDA et Jeanne SIMON

🔗 : Vous venez d'être élue dans un contexte particulier. Quelles seront vos priorités d'action pour les deux années à venir ?

AC : Cette élection fait suite à la démission de mon prédécesseur. L'Olympiade était lancée avec une équipe dont je faisais partie et un projet sportif territorial bien établi. Je m'inscris donc dans le prolongement de ce qui a été fait. Le CROS est une structure déconcentrée du CNOSF, et nous déclinons des actions au niveau de quatre branches :

- ▶ « Politiques publiques », et notamment le sport de haut niveau ;
- ▶ « Sport-santé-bien-être », avec notamment la mise en œuvre du Plan régional Sport Santé Bien-Être ;
- ▶ « Professionnalisation et formation », en accompagnant les ligues, les clubs et les bénévoles qui les composent dans leurs parcours de formation et dans le partage d'expériences ;
- ▶ « Éducation et citoyenneté », en étant le relais des actions menées au niveau national, comme la Semaine Olympique et Paralympique ou la Fête du Sport, et en développant des projets propres, comme les Atlantic Games, pour lequel nous avons obtenu le soutien financier du programme Erasmus+ Sport. Je suis certes la première femme à occuper ce poste en Pays de la Loire, mais d'autres femmes ont des responsabilités similaires en

France. Les choses évoluent, nos compétences et notre manière de travailler sont désormais reconnues. C'est aussi le cas pour la fédération que je représente. Le fait qu'une fédération affiliée préside un CROS n'est pas banal ; c'est le fruit d'un très bon partenariat établi avec l'ensemble du mouvement sportif. Nous sommes tous au service de nos adhérents, pour les représenter et construire ensemble des projets innovants au service de tous.

🔗 : Comment concevez-vous la déclinaison territoriale de la future gouvernance du sport ?

AC : Nous sommes très attentifs à cela, notamment en ce qui concerne le financement de nos structures. 2019 est une année de transition avec la création de l'Agence Nationale du Sport. 28 fédérations et le CNOSF sont en mode expérimental et nous restons vigilants pour que toutes les structures soient traitées de manière équitable, ce que nous avons voulu souligner dans une motion publiée début mai.

Concernant la réforme proprement dite, il y a un travail de pédagogie à faire et ENSEMBLE nous allons réussir cette réforme, en se considérant tous partenaires et responsables du développement du sport.

🔗 : L'accroissement de la pratique féminine est

Anne Cordier

Présidente, Comité Régional Olympique et Sportif (CROS) Pays de la Loire

President, Pays de la Loire Regional Olympic and Sporting Committee (CROS)



@AnneCordier49

un axe fort de développement. Où se situe la région sur ce champ précis ?

AC : L'enjeu est d'accroître la pratique féminine partout sur notre territoire. En milieu urbain, elle est assez développée, même si elle n'est pas forcément fédérée. En zones rurales, cela est plus mitigé. Certaines structures ont des projets ambitieux, comme le Comité Régional de Gymnastique, qui souhaite créer un emploi pour intervenir dans des zones plus retirées, ou encore la ligue de rugby, qui va recruter une personne dédiée au rugby féminin. Nous devons encourager ce type d'initiatives.

<https://sport.paysdelaloire.org>

“Together we will successfully reform sport governance”

Elected at the end of March as the new president of the Pays de la Loire Regional Olympic and Sporting Committee (CROS), **Anne Cordier** is the first woman to hold this post in this region. It is also the first time that the federation she represents (FSCF) takes on this kind of responsibility.

🔗 : You have just been elected in an unusual context. What will your action priorities be for the two years ahead?

AC: This election was held following the resignation of my predecessor. The Olympics were launched with a team of which I was a member and a well-established regional sports project, so my role is to further what has been done. The CROS is a decentralised organisation in the CNOSF, and our activities are in four areas:

- ▶ “Public policies”, including top-level sport.

▶ “Sport-health-well-being”, particularly the implementation of the Regional Sport Health Well-being Plan.

▶ “Professionalisation and training”, accompanying the leagues and clubs and the volunteers who work in them in their training courses and in sharing experience.

▶ “Education and citizenship”, by relaying the measures taken at the national level, such as the Olympic and Paralympic Week or the Fête du Sport, and by developing our own projects, like the Atlantic Games,

which obtained financial support from the Erasmus+ Sport programme.

Yes, I am the first woman to hold this post in the Pays de la Loire, but other women have similar responsibilities in France. Things are changing and our abilities and working methods are now being recognised. That is also the case for the federation I represent. The fact that a peer federation is heading a CROS is significant: it is the result of the excellent partnership built up with the whole sports movement. We are all at the service of our members, to represent them and together to construct innovative projects for the benefit of everyone.

🔗 : How do you see the regional role in the future governance of sport?

AC: We are paying close attention to that, in particular when it comes to funding our structures. 2019 is a transition year with the creation of the National Sport Agency. 28 federations and the CNOSF are in experimental mode and we are watching closely to see that all the

structures are treated fairly, which is what we stressed in a motion published at the beginning of May. As for the reform as such, there is work to be done to explain and educate people and it is TOGETHER that we will successfully achieve this reform, with everyone seeing themselves as partners responsible for developing sport.

🔗 : Increasing women's participation in sport is a special development focus. What is the region's position in this specific area?

AC: The challenge is to increase female participation in sport throughout our region. In urban areas it is already fairly well developed, although it is not necessarily federated. The development is patchier in rural areas. Some organisations have ambitious projects, such as the Regional Gymnastics Committee, who intend to create a new job to reach more distant areas, or the rugby league, who will be recruiting someone specially for women's rugby. We need to encourage initiatives of this sort.

La MAIF accompagne la Fête nationale du MiniBasket



Plus de 100 000 enfants ont participé les week-ends de mai et de juin derniers à la 26^e édition de la Fête Nationale du MiniBasket organisée partout en France.

Partenaire majeur de la Fédération Française de Basketball (FFBB), la MAIF s'est associée à la Fête Nationale du MiniBasket 2019, à travers l'organisation d'un jeu-concours destiné aux enfants. Événement phare de promotion du basketball en France, le MiniBasket est destiné à initier les jeunes de moins de 11 ans à la vie sportive en général, et plus particulièrement à la découverte du basketball. Grâce à un matériel adapté (ballons de petites tailles, paniers ajustables), cet événement permet notamment de favoriser l'initiation et la découverte de cette discipline partout en France.

A l'occasion de cette 26^e édition, la MAIF a

proposé l'organisation d'un concours de dessin pour engager tous les enfants derrière l'Équipe de France féminine qui disputera les Championnats d'Europe à la fin du mois de juin. Sur la thématique « Allez les Bleues », chaque enfant avait la possibilité de réaliser sur place, le jour de la Fête, un dessin pour encourager l'Équipe de France. En parallèle, la MAIF a fourni à chaque jeune participant un fruit (pomme), acheté localement par le Comité Départemental. Proche du monde sportif, la MAIF assure de longue date les associations, clubs et fédérations, avec qui elle entretient une relation de

Partenaire majeur de la FFBB

grande proximité, de confiance et partage des valeurs. La MAIF s'est ainsi engagée en juillet 2018 en tant que partenaire majeur de la FFBB. La mutuelle accompagne la fédération sur l'ensemble de ses actions à destination du grand public, comme le développement des pratiques urbaines avec le 3x3, (nouvelle discipline olympique) ou encore le programme « FFBB Citoyen », illustrant ainsi sa vision éducative et citoyenne du sport.

<https://entreprise.maif.fr/entreprise/accueil>

MAIF supporting the National Minibasketball event

More than 100,000 children took part in the 26th Fête Nationale du MiniBasket held all over France during weekends in May and June.

As a major partner of the French Basketball Federation (FFBB), the MAIF was associated with the Fête Nationale du MiniBasket 2019 by organising a competition for children.

The Fête du MiniBasket is a key event for promoting basketball in France and aims to initiate children under 11 to sport in general, and basketball in particular.

Using specially adapted equipment (smaller balls and adjustable baskets) this event gives children everywhere in France the chance to learn about and try out basketball for themselves.

For the 26th edition, MAIF offered to organise a drawing competition to get children engaged behind the French women's team which will be competing in the European Championships at the end of June. With the theme "Allez les Bleues" (Go on French women) each child could draw a picture at the MiniBasket event to encourage

Major partner of the FFBB

the French team. In parallel with this, MAIF gave each child who took part an apple bought locally by the Department Committee.

MAIF has close links with sport, as the long-term insurer of associations, clubs and federations, with whom it enjoys a close relationship based on trust and shared values. Thus, MAIF became involved as a major partner of the FFBB in July 2018. The insurance company supports the federation in all its activities touching the general public, such as developing urban practice with the 3x3, (a new Olympic discipline), and the "FFBB Citoyen" programme, which demonstrates its educational, civic vision of sport.





Démocratiser l'accès à la pratique sportive



Avec 4 millions de personnes protégées, le groupe MGEN (adhérent au groupe VYV) est un acteur majeur de la protection sociale et est la première mutuelle de la fonction publique.

Très engagée dans la promotion de l'activité physique et des droits des femmes grâce à ses 101 sections départementales et ses établissements de santé ouverts à tous, MGEN propose de nombreuses actions de terrain. Quel que soit le public cible, sa volonté est de démocratiser l'accès à la pratique sportive, notamment des femmes, en s'associant avec les acteurs locaux (associations, collectivités...). Voici trois illustrations de cet engagement.

Auprès des enfants et des parents

En partenariat avec l'UNSS et le Ministère de l'Éducation Nationale, MGEN promeut activement la pratique sportive pour les collégiennes et lycéennes, via notamment l'organisation du cross national MGEN UNSS. De manière à promouvoir la santé de façon ludique en démocratisant l'accès au triathlon, MGEN propose aux enfants et à leurs parents de participer aux *Fitdays*. Lors des 40 étapes, un village vise, entre autres, à apprendre à « mieux manger, mieux bouger » en s'amusant mais aussi à découvrir les droits de l'enfant : « Faire du sport, être en forme, c'est aussi gagner de la

confiance en soi et être davantage capables de faire valoir ses droits et ceux des autres ».

Constatant que l'un des freins à la pratique sportive des parents (notamment des mères) est la garde des enfants, MGEN a lancé le programme « Bien-Être Actif » en partenariat avec la fédération sportive UFOLEP, permettant à ses adhérents de découvrir plusieurs activités sur un même lieu et un même créneau horaire, soit ensemble (binôme 1 parent - 1 enfant), soit séparément. Des programmes *Activ'Mum* sont également proposés aux futures mères.

Auprès des étudiants

Conscient que les équipements sportifs traditionnels peuvent parfois accroître les inégalités de genre et sont souvent orientés vers la pratique compétitive alors que les besoins en matière de santé s'accroissent, MGEN investit sur les campus dans les premiers équipements sportifs pensés comme un véritable parcours santé : APINNESS

(Activité Physique Intergénérationnelle Extérieure pour le Sport et la Santé). Cette offre est

complétée par le programme ÔJI visant à démocratiser la pratique sportive auprès des étudiants, notamment dans les associations sportives de proximité.

Auprès des adultes et seniors

MGEN a passé de nombreux partenariats avec des fédérations sportives afin de multiplier les possibilités locales. En matière de pratiques sportives les plus demandées par les adhérentes, cela se traduit par l'organisation de courses, de randonnées pédestres, de séances de marche nordique... Fort de ses 4 millions d'adhérents et de son maillage territorial, l'objectif est de plus en plus d'apporter des solutions adaptées aux besoins, plutôt que d'imposer un programme national non adaptable aux spécificités locales. Par exemple, lors d'ateliers de préparation du passage à la retraite, MGEN collecte les besoins de ses adhérents et leur fait découvrir les offres locales correspondantes.

www.mgen.fr

Paris 2024 pourrait mobiliser jusqu'à 150 000 emplois

Christophe Lepetit, Responsable des études économiques et des partenariats, Centre de Droit et d'Économie du Sport (CDES)

Paris 2024 a dévoilé début avril les résultats d'une cartographie des emplois directement liés aux Jeux. Réalisée par le CDES et le groupe Amnyos, cette étude poursuivait trois objectifs opérationnels :

- Évaluer le nombre d'emplois nécessaires afin d'organiser les Jeux de Paris 2024 ;
- Procéder à la répartition de ces emplois dans le temps (entre 2018 et 2024), par grands secteurs d'activité (construction, organisation et tourisme) mais aussi, approche résolument novatrice, par métiers ;
- Formuler des recommandations afin d'optimiser l'héritage « Emploi » des Jeux (...)

Un emploi mobilisé correspond à un poste occupé par une personne au sein d'une entreprise dont l'activité est directement liée aux Jeux (...). Ces emplois ne comprennent donc pas ceux qui seront mobilisés de façon indirecte et induite (comme par exemple ceux qui pourraient être créés dans le mouvement sportif

grâce aux effets d'entraînement générés par les Jeux). Ces chiffres ne donnent pas non plus d'indications quant au potentiel de création d'emplois (certains d'entre eux seront créés, d'autres seront des emplois déjà existants) ou à leur durabilité (Paris 2024 restant un événement sportif, les emplois qui y sont directement liés ne seront pas nécessairement tous convertis en emplois durables).

Au total, **150 000** emplois devraient être nécessaires afin de préparer et d'organiser les Jeux, mais aussi pour accueillir les nombreux visiteurs olympiques. Parmi les trois grands secteurs (ou groupes de secteurs) analysés, c'est celui de l'organisation (filiale événementielle) qui sera le plus fortement mis à contribution avec 78 300 emplois mobilisés tant au niveau du comité Paris 2024 lui-même que de ses nombreux sous-traitants.

Avec 60 000 emplois mobilisés, le secteur touristique devrait être le second secteur bénéficiaire devant le secteur de la construction (bâtiment

et travaux publics) au sein duquel 11 700 emplois devraient être mobilisés. D'un point de vue temporel, c'est ce dernier secteur qui concentrera les volumes les plus significatifs à court terme du fait du lancement des premiers chantiers de construction ou de rénovation des sites olympiques et paralympiques, avec un pic attendu pour les années 2021, 2022 et 2023. Le secteur de l'organisation montera progressivement en charge avec plus de 1 600 emplois mobilisés dès la fin 2023, avant un pic abrupt en 2024 tenant à la fois au très fort besoin en emplois sur la période des Jeux mais aussi à des considérations méthodologiques, l'intégralité des emplois des sous-traitants ayant été affectée à l'année olympique et paralympique. Enfin c'est essentiellement en 2024, et plus particulièrement de juin à septembre, que le besoin en emplois se fera le plus fortement ressentir en ce qui concerne le secteur touristique.

L'intérêt de l'étude réside aussi dans la déclinaison par métiers proposée. Au total, près de 30 familles de

métiers ont été identifiées, parmi lesquelles les 15 principales – couvrant 85% des emplois mobilisés dans les trois secteurs analysés – ont fait l'objet de fiches individuelles détaillées donnant des éléments de contexte généraux et particuliers sur la situation du marché du travail, listant les principaux enjeux et ouvrant des perspectives de mobilité dans le métier ou dans le secteur.

Cela a permis d'identifier des besoins importants en matière de métiers de la sécurité privée (30 200 emplois), de la cuisine et de la restauration (13 400 emplois), du transport de marchandise et de la logistique (10 100 emplois) ou encore du gros œuvre (2 300 emplois) ou du second œuvre (3 100 emplois).

Cet article a été publié dans la revue *Jurisport* n°197 (mai 2019), la revue juridique et économique du sport.





JOP 2024 : quelles transformations pour la ville de Paris ?

Cette question était le fil rouge du projet pédagogique menée par notre Think tank avec les étudiants du Mastère Spécialisé en Management des Organisations de Sport (MOS) d'**Audencia Business School** (promotion 2018/2019).

Partenaires depuis plus de 6 ans, **Sport et Citoyenneté** et Audencia Business School explorent ensemble les questions sociétales du sport, principalement via la conduite de projets pédagogiques avec les étudiants du MOS comme acteurs principaux. Au cours de l'année académique qui vient de s'achever, ces derniers se sont penchés sur les enjeux attachés à l'accueil des JOP 2024, spécifiquement pour la Ville de Paris.

Que ce soit en termes de développement économique, d'aménagement du territoire, de cohésion sociale, de développement durable ou encore au niveau des pratiques sportives, les enjeux autour de l'accueil d'un tel événement sont multiples.

Paris est prioritairement concernée par ces défis. A l'image d'autres villes-hôtes telles que Barcelone ou Sydney, les JOP 2024 offrent en effet l'opportunité à la ville de Paris de se transformer et d'inventer son futur, sous de multiples dimensions.

À l'issue d'un travail de recherche effectué en groupe, les étudiants du MOS ont choisi d'orienter leurs propos sur une dimension du projet, et d'analyser comment l'accueil des JOP pouvait avoir un impact sur la ville de Paris et la qualité de vie des Parisiens.

Ce travail de recherche et d'analyse a été compilé dans un ouvrage collectif, présenté

lors d'une table ronde animée par la journaliste **Juliette Delacroix** sur le campus parisien d'Audencia, où de nombreux acteurs de l'héritage des Jeux ont pu débattre de ces enjeux, parmi lesquels **Pierre Rabadan**, Conseiller Sport de la Maire de Paris Anne Hidalgo, **Damien Combredet**, Responsable « Sport et Société » pour Paris 2024, **Ayodele Ikuesan**, Membre de l'Équipe de France d'Athlétisme, **Charles-Henri Bernardi**, Directeur du Paris Universitaire Club (PUC), **Vincent Baholet**, Délégué général de la Fondation Agir Contre l'Exclusion (FACE), **Michel Savin**, Sénateur de l'Isère, **Julian Jappert**, Directeur général de *Sport et Citoyenneté*, **Étienne Cassagne**, Directeur du MOS ou encore **Coline Guillou**, Étudiante du MOS. En complément de cet ouvrage, les étudiant.e.s du MOS, en collaboration avec le journaliste et documentariste **Théo Schuster**, ont réalisé une série de capsules vidéo qui met en avant les différents projets liés à l'héritage des Jeux pour la Ville de Paris. Au travers d'interviews de personnalités directement liées à cette problématique, les contenus sont diffusés sur la page Facebook du projet (« Paris au-delà du sport »), principalement pour alimenter les discussions autour de cette question cruciale. Pour notre Think tank, la conduite de ce projet pédagogique présente un double intérêt.

D'une part, celui de sensibiliser cette génération de nouveaux cadres sportifs aux enjeux sociétaux que porte notre Think tank depuis dix ans. D'autre part, celui d'alimenter le débat public autour des JOP et de leur héritage. Nous remercions vivement les équipes d'Audencia Business School, en particulier **Étienne Cassagne** et **Anna Gerke**, pour leur confiance renouvelée. Rendez-vous l'année prochaine pour un nouveau projet !



2024 Olympic and Paralympic Games: How will Paris be transformed?

This question was the main theme of the learning project run by our Think Tank with Masters students studying Management of Sport Organisations (MOS) at **Audencia Business School** in 2018-2019.

Audencia Business School and **Sport and Citizenship** have been partners for more than 6 years, looking at societal questions in sport, mainly by running learning projects with MOS students. During the academic year which has just finished, the students concentrated on the issues surrounding the hosting of the OPG 2024 particularly for the City of Paris.

Whether it is a question of economic development, city planning, social cohesion, sustainable development or at the level of participation in sport, there are a multitude of issues involved in hosting such an event. Paris is the first to be concerned by

these challenges. As in other host cities like Barcelona or Sydney, the 2024 OPG provide the opportunity for the city of Paris to transform itself and invent its future, on many levels. After carrying out research in groups, the MOS students decided to focus on one dimension of the project and analyse how hosting the OPG could make an impact on the city of Paris and the quality of life of its inhabitants.

This research and analysis has been compiled in a collective work, presented at a round table led by the journalist **Juliette Delacroix** on the Paris Audencia campus, where a number of people involved in the

legacy of the Games, including **Pierre Rabadan**, Sport Advisor to Anne Hidalgo, Mayor of Paris, **Damien Combredet**, in charge of "Sport and Society" for Paris 2024, **Ayodele Ikuesan**, a member of the French Athletics team, **Charles-Henri Bernardi**, Director of Paris Universitaire Club (PUC), **Vincent Baholet**, Delegate general of the Foundation Agir Contre l'Exclusion (Act Against Exclusion, FACE), **Michel Savin** (Member of the French Senate), **Julian Jappert**, General Director of **Sport and Citizenship**, **Étienne Cassagne**, Director of the MOS and **Coline Guillou**, student, were able to debate these issues.

To complement this work, the MOS students collaborated with the journalist and documentary-maker **Théo Schuster** to produce a series of video clips to show the different projects relating to the legacy of the games for the city of Paris. Using interviews with personalities directly involved in this area, the contents are available on the project's Facebook page ("Paris au-delà du sport"), mainly to encourage discussions about this vital question.

For our Think Tank, running this learning project was important for two reasons. On the one hand, it made this generation of new managers in sport aware of the societal issues our Think Tank has been stressing for ten years. On other other hand, it fed into the public debate about the Games and their legacy. We are very grateful to the Audencia Business School teams, in particular **Étienne Cassagne** and **Anna Gerke**, for their confidence in us. Join us next year for a new project!



Un colloque pour développer la pratique para-sportive

Dans le cadre de sa réflexion 2019 consacrée à l'accessibilité en matière d'activités physiques et sportives, notre Think tank, en partenariat avec l'ANESTAPS, a proposé le 27 mars dernier un colloque visant à identifier des solutions opérationnelles pour encourager les pratiques para-sportives.

Selon l'OMS, 15% de la population mondiale vit au quotidien des situations de handicap et cette proportion ne peut qu'augmenter avec le vieillissement de la population qui multiplie les situations de dépendance. La Convention des Nations Unies relative aux droits des personnes handicapées reconnaît dans son article 30 leur droit de participer à la vie culturelle et récréative, aux loisirs et aux sports. L'épanouissement, la santé et le bien-être, la vie en commun, le lien social, les relations intergénérationnelles sont au cœur de ces réflexions. En France, la loi du 11 février 2005 doit faciliter l'intégration des personnes en situation de handicap dans la cité, en ce qui concerne le cadre bâti, mais aussi l'ensemble des services, l'accueil, l'information et les pratiques en elles-mêmes. Malgré cette reconnaissance, les taux de pratique sportive des personnes en situation de handicap demeurent très en-deçà de ceux du reste de la population. Les activités physiques et sportives, maillon essentiel de la vie sociale et locale, demeurent inaccessibles à de nombreux individus. Non seulement les

infrastructures sont souvent inadaptées, mais les transports collectifs et l'aménagement des espaces publics ne sont que trop rarement conçus pour ces personnes. Quant à l'offre des fédérations, des clubs, des établissements ou du secteur marchand, elle ne correspond pas toujours aux besoins et aux attentes, notamment concernant le sport hors compétition.

C'est donc la dimension d'accessibilité qu'il faut interroger, ainsi que le degré d'information et de sensibilisation des acteurs (notamment les familles et les établissements), sans oublier le cloisonnement entre la prise en charge du handicap et des actions culturelles, sportives, sociales ou encore éducatives qui se traduit encore par des politiques publiques (et associatives) en silos. Ce sont ces sujets qui ont réuni le 27 mars dernier à Paris plus de 20 intervenants et 150 participants, mobilisés à l'occasion du colloque organisé par notre Think tank. Au programme, deux tables rondes visaient à identifier des solutions pour développer les pratiques para-sportives : la première dans le champ fédéral et la seconde dans une

optique de proximité.

Ce colloque avait pour objectif de contribuer aux réflexions menées par les acteurs du sport français, que ce soit le ministère des Sports, qui travaille à l'élaboration de sa nouvelle stratégie « Sport et Handicap », ou encore le comité d'organisation Paris 2024, qui planche sur l'héritage des Jeux Paralympiques 2024. Ces deux organisations étaient d'ailleurs représentées parmi les intervenants, signe de l'intérêt porté à la thématique. Cet événement bénéficiait du patronage du **ministère des Sports français**, et était soutenu par la **Fondation d'entreprise FDJ** et **France Paralympique**.

Retrouvez les présentations du colloque sur www.sportetcitoyennete.com



Organisé par



Sous le patronage de



En collaboration avec



Partenaires médias



Conference on developing sport participation for disabled people

On 27 March, in the context of its 2019 focus on accessibility to sport and physical activities, our Think Tank in partnership with ANESTAPS held a debate aimed at identifying working solutions to encourage disabled people to participate actively in sport.

According to the WHO, 15% of the world's population is living with a disability and this proportion is bound to increase as the ageing population multiplies situations of dependence. Article 30 of the United Nations Convention on the Rights of Persons with Disabilities affirms their right to participate in cultural life, recreation, leisure and sport. Personal development, health and well-being, living together, and social and intergenerational relationships are at the heart of these ideas. In France, the 11 February 2005 law should facilitate the integration of persons with a

disability in their towns, not just with access to buildings, but also to services, a welcome, information and actually being able to do things. Despite this recognition, the amount to which persons with disabilities participate in sport remains well below that of the rest of the population. Physical activities and sport, a vital link in local social life, are still inaccessible for a lot of people. It is not only the facilities that are unsuitable, but public transport and town planning are very rarely designed with these people in mind. As for what the federations, clubs, sport centres and the

commercial sector have to offer, this does not always meet needs and expectations, particularly in non-competitive sport. It is therefore the question of accessibility which needs to be considered, along with the level of awareness and information for those concerned (particularly families and sport centres), not forgetting the compartmentalisation of disability management and cultural, sporting, social and educational activities as revealed by separate public (and club) policies. These are the subjects that brought

together more than 20 speakers and 150 participants in Paris on 27 March, at the conference organised by our Think Tank. On the programme: two round tables tried to find solutions for developing disability sport practice, the first in the federal sphere and the second from the point of view of proximity. The objective of the conference was to contribute to current reflections from those involved in French sport, be it the Sport Ministry, working on a new "Sport et Handicap" strategy, or the Paris 2024 Organising Committee, looking at the legacy of the 2024 Paralympics. These two organisations were represented among the speakers, a sure sign of interest in this subject. The event received the patronage of the **Sport Ministry** and was supported by the **FDJ Fondation d'Entreprise** and **France Paralympique**.

See the conference presentations on www.sportetcitoyennete.com

FIRE : un 3^e projet européen conduit par *Sport et Citoyenneté*



Mi-février à la *House of Sport* de Bruxelles, **Sport et Citoyenneté** a accueilli ses 7 partenaires pour une première réunion de travail du projet « Football Including Refugees ».

Le projet FIRE vise à promouvoir l'inclusion, la participation, la socialisation et l'accès au sport pour les personnes migrantes, demandeurs d'asile ou bénéficiant du statut de réfugié.e. Il bénéficie du co-financement de l'Union européenne (programme Erasmus+ Sport) et du soutien de l'UEFA, de la Fondation Egidius Braun de la Fédération Allemande de football (DFB) et d'Alliance Europa. Il offre l'occasion à **Sport et Citoyenneté** de poursuivre ses activités dans le domaine de l'inclusion sociale et de l'intégration par le sport pendant 24 mois.

Sont associés au projet FIRE le réseau Fare (Football Against Racism in Europe), l'Union belge de football, les Fédérations écossaise et roumaine de football, la Fundacja dla Wolności et l'ESCCA School of Management, qui collaboreront intensément afin de mener à bien les différentes étapes du projet telles que définies dans le dossier de candidature. Cette première réunion de travail a permis aux partenaires d'exprimer leurs points de vue et leurs attentes sur le projet, et de définir le plan d'action à suivre. FIRE trouve son essence dans les priorités du programme Erasmus+ Sport, qui met l'accent sur l'utilisation du sport comme outil d'inclusion sociale. Les partenaires estiment que le sport a un rôle-clé à jouer dans le défi actuel de l'intégration européenne.

L'un des livrables finaux du projet FIRE sera un MOOC (formation en ligne ouverte à tous), destiné aux organisations de football souhaitant mettre en œuvre une initiative d'intégration par le sport mais manquant de connaissances ou d'expérience pour le faire. D'ici là, le consortium recensera des initia-



tives et des politiques menées sur le sujet dans différents pays. Ce panorama servira de point de discussion et d'échange lors des conférences nationales FIRE organisées dans les pays partenaires du projet. Une première conférence se tiendra en Écosse à la fin du mois de septembre. Restez à l'écoute !

www.sportetcitoyennete.com



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

PARTENAIRES

-  Think tank Sport et Citoyenneté ESSCA School of Management
-  Fare Network Scottish Football Association
-  Fundacion del Futbol Profesional
-  Fundacja Dla Wolności
-  Romanian Football Federation
-  Union belge de football

FIRE: *Sport and Citizenship's* third project to steer

Mid-February at the House of Sport in Brussels, **Sport and Citizenship** welcomed all project partners to the Football Including Refugees (FIRE) first project meeting.

FIRE project aims to promote inclusion, participation, socialisation and access to sport for asylum-seekers, migrants and refugees. It is co-funded by the Erasmus+ programme and supported by UEFA, Egidius Braun Foundation and Alliance Europa. **Sport and Citizenship** is delighted

to embrace the opportunity to further its interest and activities in the field of social inclusion and integration of migrants and refugees across Europe, for 24 months.

FIRE project partners include FARE network, the Royal Belgian Football association, the Scottish

Football Association, the Romanian Football Federation, Fundacja dla Wolności, and ESSCA School of Management- which together will collaborate intensively in order to achieve the project's ambitions as were set out in the application. The two-day meeting enabled partners to review the latter, express their views and expectations, and agree on the action plan to follow. The essence of FIRE lies within priorities of the Erasmus+ Sport Chapter that emphasise the use of sport as a tool for social inclusion. The consortium believes sport has a key role to play amidst Europe's current integration challenge.

FIRE's main aim is to deliver a Massive Open Online Course (MOOC), that will be freely accessible online, acting as a support tool for local football organisations who wish to implement an integration initiative but that lack the knowledge or experience to do so. In the meantime, the consortium is busy working on the first deliverable- producing a review of initiatives, policies and perspectives from a transnational perspective and from those of different countries. It will serve as a point of discussion and exchange during the project's national conferences, the first of which is to be held in Scotland late September- stay tuned!



Le projet PACTE bat son plein !

Après Berlin en février, c'est à Bruxelles que le projet PACTE fera étape au mois de juin 2019, pour un atelier de travail consacré aux environnements de travail actifs.



Conduit par notre Think tank avec le concours de 7 partenaires et le soutien de la Commission européenne (programme Erasmus+ Sport), le projet PACTE vise à promouvoir le concept de villes actives en Europe.

Fin février, un atelier de travail a été organisé à Berlin sur le thème des écoles actives. Construit en étroite collaboration avec notre partenaire-expert de l'éducation physique EUPEA, cet atelier a réuni un large éventail de participants : des experts en sciences de l'éducation et en éducation physique, des professionnels du secteur du sport ayant mis en œuvre des initiatives axées sur l'activité physique des enfants ainsi que des représentants de villes européennes comme Guimarães et Viana do Castelo (Portugal) ou Turku (Finlande).

Au-delà de pouvoir échanger sur les bonnes pratiques mises en œuvre dans chacune des villes, l'atelier a permis de porter à la connais-

sance du public la synthèse de l'étude conduite durant la première phase du projet. Celle-ci visait à interroger les politiques publiques de promotion de l'activité physique menée au niveau local (enquête PASSPORT). L'analyse complète a depuis été publiée et les deux documents restent librement accessibles sur le site du projet.

Les deux derniers ateliers de travail se tiendront à Bruxelles d'ici la fin de l'année. Celui consacré aux environnements de travail actifs se tiendra le 21 juin et sera organisé en lien avec le projet EMOCS (European Meetings of Company Sport) et notre partenaire-expert, la Fédération européenne du sport d'entreprise (EFCS). L'atelier « Mobilité active » se tiendra au mois de septembre, et bénéficiera de l'expertise de notre partenaire la Fédération européenne de cyclistes (ECF).

www.pacteproject.com

PARTENAIRES

-  Think tank *Sport et Citoyenneté*
-  Fédération européenne du sport d'entreprise
-  TAFISA
-  ICSSPE
-  EUPEA
-  Ville de Liverpool
-  ANCI
-  ECF



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

PACTE project is in full swing!

After Berlin in February, it is in Brussels that the PACTE project will take place in June 2019, for a workshop devoted to active workplaces.

Led by **Sport and Citizenship** with the support of 7 European partners and co-funded by the Erasmus+ Sport programme of the European Union, PACTE aims to promote the concept of active cities throughout Europe.

Since the start of 2019, the project already held its second workshop in Berlin late February, with a special focus on "Active Schools". In close collaboration with the pro-

ject's expert partner on physical education for children, EUPEA, the workshop gathered a broad spectrum of participants, including stakeholders from the school and physical education sector, to professionals of the sport sector having implemented initiatives centred around children's physical activity, to municipality representatives from Guimarães and Viana do Castelo (Portugal) and Turku

(Finland).

In addition to the usual exchange of practices, the "Active schools" workshop shared for the first time the executive summary of the "Physical Activity Policies at Municipal Level in Europe- Analysis of the Passport Survey".

As a reminder, the survey took place in 2018 and sought to provide insight into the current situation of physical activity at a

municipal level across Europe. Since then, the full analysis has also been released and both documents remain freely available on www.pacteproject.com.

Looking forward now, PACTE is hosting its two last workshops in Brussels before the end of 2019. The "Active Workplace" workshop will take place on June 21st in collaboration with the EMOCS project for a joint event, in collaboration with our partner, the European Federation for Company Sport (EFCS). Finally, "Active Mobility" is to take place in September with our partner's expertise, European Cyclist Federation (ECF).



Les projets PACTE et EMOCS unissent leurs forces !



Un atelier de travail commun aux deux projets est proposé le 21 juin 2019 au Comité des Régions. L'objet de la réunion : réfléchir aux solutions à mettre en œuvre pour faire des lieux de travail des environnements propices à l'activité physique.

Le projet PACTE, soutenu par le programme Erasmus+ de l'Union européenne, vise à lutter contre un phénomène endémique en Europe : le manque d'activité physique. Le dernier Eurobaromètre « Sport et Activité Physique » 2018 montre en effet que 46% des citoyens européens ne pratiquent jamais d'activité physique, un chiffre en augmentation depuis le baromètre précédent (2014). Après avoir déjà investi deux thématiques (« Active Leisure », et « Active Education »), le projet se concentrera en juin sur la thématique « Active Workplace », jusqu'alors peu étudiée. Pour être mené à bien, cet atelier sera coorganisé en lien avec le projet EMOCS (European Meetings of Company Sports). Les partenaires respectifs de ces deux projets joindront leurs

forces pour proposer un évènement innovant sur le sujet.

L'objectif principal est de promouvoir l'activité physique sur un continent qui compte plus de 200 millions de citoyens physiquement inactifs, et qui fait face à une véritable crise de sédentarité. Cette tendance n'est cependant pas irréversible et les villes européennes ont un rôle à jouer pour régler ce problème majeur de santé publique, notamment en investissant davantage les lieux de travail. L'environnement professionnel était en effet jusqu'à peu considéré comme un lieu mineur d'activité physique alors que c'est là que les Européens passent le plus de temps dans la journée.

Les partenaires du projet EMOCS travaillent quant à eux à la définition d'une certification

européenne « Sport et Entreprise ». La campagne de promotion sera lancée dans les prochaines semaines.

L'objectif de cet atelier de travail commun est donc de réfléchir aux solutions à mettre en œuvre pour faire des lieux de travail des lieux propices à l'activité physique. Il visera notamment à aiguiller chacun des acteurs concernés, notamment les villes et municipalités, afin de construire des partenariats-clés et de créer un réseau d'acteurs sur ce sujet.

www.sportetcitoyennete.com



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Le concept de « diplomatie par le sport pour tous » s'affine

Les travaux mis en œuvre lors de la 2^e année du projet *Grassroots Sport Diplomacy* (GSD) ont permis de réaliser d'importants progrès.



Les neuf partenaires du projet se sont réunis à Gênes (Italie), à l'invitation de l'Union italienne Sport pour Tous (UISP) et sous la direction de l'ISCA, qui pilote le projet. Au programme, trois jours de réflexion et de travail collectif. Alors que les premières étapes du projet ont demandé beaucoup d'efforts à toutes les parties prenantes, notamment pour définir ce nouveau concept, les suivantes ont été très prolifiques pour à la fois retravailler la définition et la consolider par la suite. La consultation d'acteurs-clés internationaux a permis au consortium de récolter des critiques constructives, et a surtout mis en avant le fait que la définition du concept de « Diplomatie par le sport pour tous » était tout aussi pertinente que nécessaire.

De même, les projets-pilotes sélectionnés dans le cadre du projet fournissent des exemples concrets des formes diverses que ce concept peut prendre à travers le monde. Cela permet de bien saisir l'idée avant de se lancer dans la mise en œuvre de nouvelles initiatives. Les partenaires travaillent maintenant à



transformer le matériel produit en un contenu attrayant pour la dernière étape du projet : la création d'un cours en ligne pour présenter et guider les parties prenantes dans la conceptualisation et la mise en œuvre de leurs propres initiatives. Le cours sera lancé lors de la conférence finale du projet qui se tiendra à Budapest (Hongrie) du 16 au 18 octobre 2019, dans le cadre du Congrès annuel MOVE de l'ISCA. Les inscriptions sont d'ores et déjà ouvertes !

www.movecongress.com

PARTENAIRES



International Sport and Culture Association (ISCA)
Comité National Olympique et Confédération sportive du Danemark (DIF)
Think Tank Sport et Citoyenneté



Observatoire européen du sport et de l'emploi (EOSE)
Institut des Relations Internationales et Stratégiques (IRIS)



UBAE



UISP



Université Sports et Loisirs de Hongrie



Institut Portugais du Sport et de la Jeunesse



Service social du Commerce (SESC)



« « Un autre regard sur les problématiques de société » »

Sport et Citoyenneté se renforce ! 12 nouvelles personnes ont rejoint le Conseil d'administration du Think tank à l'occasion de sa dernière Assemblée générale. Parmi elles, l'athlète **Ayodele Ikuesan**, Membre de l'Équipe de France d'Athlétisme, Vice-championne d'Europe (4x100m), Une sportive engagée que nous sommes fiers d'associer à nos réflexions sur la place du sport dans la société.

Q : Vous avez commencé l'athlétisme très tôt et mené de front succès sportifs et parcours personnel exemplaire. Est-ce que cette double trajectoire était indispensable à vos yeux ?

AI : Ça l'était pour moi et pour mes proches. C'était aussi un défi personnel que de me prouver à moi-même que je pouvais atteindre mes objectifs sportifs tout en réussissant scolairement et professionnellement.

C'est aujourd'hui une force, et j'ai trouvé mon équilibre ainsi. Même si par moment et surtout plus jeune, j'ai pu avoir l'impression d'être différente des autres avec ce profil atypique... et que ça pouvait générer de l'incompréhension. L'athlétisme étant aussi un sport amateur, il est aussi plus difficile d'en vivre. Mon double parcours me permet aujourd'hui d'avoir un revenu tout en poursuivant ma carrière sportive. Ce n'est pas facile tous les jours, mais ça en vaut la peine !

Q : Vous êtes investie sur plusieurs sujets de société, notamment la protection de l'environnement. Comment selon vous le monde du sport peut-il participer à relever ce défi ?

AI : Les problématiques environnementales (réchauffement climatique, pollution des sols, pollution de l'air...) sont des sujets qu'on ne peut et qu'on ne doit pas ignorer car nous sommes impactés tous les jours.

Le sport doit contribuer à relever ce défi parce qu'on ne peut pas dissocier le fait de se dépasser, de faire de l'exercice physique en compétition, en en loisir ou tout simplement se maintenir en bonne santé sans se soucier de l'environnement dans lequel nous vivons et de l'air que nous respirons.

Le sport, les sportifs mais aussi les entraîneurs, les bénévoles peuvent et doivent prendre la parole sur ces sujets. Le sport touche toutes les catégories sociales, culturelles et permet également d'aborder des sujets de société avec un large public.



© DR

Q : Pensez-vous que les sportif.ve.s ont une voix qui porte dans la société ? De quelle manière voyez-vous votre engagement à nos côtés ?

AI : Notre voix porte assez peu en réalité. On attend que les sportif.ve.s se positionnent uniquement sur des sujets en lien avec le sport et non des sujets de société, et je trouve ça dommage. Avant d'être sportif.ve, nous sommes des individus, des citoyen.ne.s qui sont concerné.e.s par tous ces sujets. J'espère pouvoir apporter un autre regard sur ces problématiques de société compte-tenu de mon double parcours et être encore plus engagée à vos côtés sur ces sujets, en m'investissant dans les réflexions et les actions que vous mettez en place.

Et aussi...

Colloque « Bougeons ensemble pour notre santé ».

Intervention de Julian Jappert, Directeur général. Nantes, 14 février

Petit-déjeuner débat « Sport et Ethique »

Modération de Laurent Thieule, Président. Fédération Française de Football, Paris, 3 avril

Forum européen du sport

Participation de Maxime Leblanc, Directeur des affaires européennes. Bucarest, Roumanie, 8-9 avril

Assemblée générale de Sport et Citoyenneté

Parc des Princes, Paris, 12 avril

4^e Colloque « Parlement du Sport »

Intervention de Marie-Cécile Naves, Directrice des études. Assemblée Nationale, Paris, 22 mai

Table ronde « Sport et Emplois » en partenariat avec la Région Centre-Val de Loire

Modération de Julian Jappert, Directeur général. Bourges, 24 mai

Séminaire de préparation de la Semaine européenne du sport de la Commission européenne

Participation de Maxime Leblanc, Directeur des Affaires européennes. Sintra, Portugal, 23-24 mai

Tournoi « Football and Freedom »

Participation d'une équipe **Sport et Citoyenneté**. Kraainem, Belgique, 25 mai

Plus d'informations sur www.sportetcitoyennete.com

Retour sur...

Vous avez raté un numéro ?

Sport et Citoyenneté vous propose de retrouver les principales recommandations issues de sa revue précédente.

Dossier spécial « Sport et Emplois »

1. Accompagner les individus et les structures dans leur professionnalisation, afin de consolider l'emploi sportif et le modèle socio-économique des structures employeuses.
2. Travailler sur les parcours professionnels, notamment en levant les freins à la formation continue des salariés.
3. Renforcer le modèle socio-économique des acteurs sportifs, en développant par exemple une démarche plus entrepreneuriale au sein du secteur, ou en valorisant davantage l'utilité sociale du sport.
4. Profiter de la croissance du sport pour agir sur l'insertion des jeunes, notamment via des dispositifs innovants comme le dispositif « Parcours Sport Emploi » de la Fédération Nationale Profession Sport et Loisirs.



Marine Leleu

A 28 ans, Marine Leleu est une influenceuse hyperactive. Coach sportif, marathonnienne, entrepreneuse, youtubeuse, elle multiplie les casquettes. Première française à terminer le triathlon Enduroman, une épreuve impitoyable (144 kms en course à pied, 33 kms à la nage pour traverser la Manche, 290 kms en vélo), sa sincérité et son authenticité font d'elle un véritable *role model* auprès de toutes les générations.

Propos recueillis par Emmanuelle JAPPERT

« Le sport restera toujours à mes yeux le meilleur moyen pour vivre des émotions, les évacuer ou les transmettre »

🗨 : Si je vous dis « sport citoyen », qu'est-ce que ces deux mots assemblés évoquent pour vous qui êtes une sportive de haut niveau ?

ML : Déjà, je ne me considère pas comme une sportive de haut niveau, je ne fais pas de performance comme les champions du monde. Je suis plutôt dans le sport plaisir, qui apporte du bonheur et beaucoup de partage. Je préfère finir un marathon avec quelqu'un qui a besoin d'aide ou en lui donnant mes noix de cajou plutôt que de prioriser mon chrono. C'est d'ailleurs ce qu'on me reproche souvent sur les réseaux sociaux. Je pense par contre que tout le monde devrait faire du sport et se bouger. C'est bien pour le corps, c'est bien pour la tête et pour vivre des choses fortes avec d'autres.

🗨 : C'est ce que vous vouliez toujours faire ou c'est la vie qui vous a menée sur ce chemin ?

ML : Clairement la vie m'a entraînée vers cette voie, par étape, sans que je n'ai pu l'anticiper ni l'imaginer. Je n'aimais pas l'école mais à partir du moment où j'ai découvert le métier de coach sportif, je me suis sentie à ma place et j'ai pris conscience de ma valeur. Je me suis alors lancée des défis, tout en restant très libre, encouragée par une famille très sportive. J'ai posté mes réflexions et partagé mes défis et l'engouement est arrivé avec son lot de surprises et d'opportunités.

🗨 : Le fait de faire du sport comme vous le faites, n'est-ce pas un problème pour le corps ?

ML : Non parce qu'il faut travailler intelligemment. Par exemple, quand je cours beaucoup, je fais des pauses sur des périodes de trois semaines en variant les exercices. Et je ne me suis jamais blessée de ma vie sauf quand je me suis fait percuter par des voitures l'été dernier. J'aurais pu m'effondrer puisque mon corps est mon outil de travail mais le mental a alors pris le relais. J'ai relativisé et la résilience m'a donné la possibilité de me relever plus vite.

🗨 : Être un modèle vous donne une grande responsabilité. Comment la vivez-vous ?

ML : Effectivement, comme beaucoup de jeunes et moins jeunes me regardent, et que je suis identifiée comme une influenceuse, si je peux le dire comme ça, je dois faire attention à ce que je dis tout en faisant passer



© HOUDA ABOUMAROUF

des messages. Par exemple, si je me blesse, je veux montrer qu'on peut malgré tout avancer différemment, faire du sport quand même. Se forcer à voir le positif me permet de passer toutes les épreuves. Et mon mantra « *Dans la vie il n'y a pas de problème, il n'y a que des solutions* » se distille sous différentes formes à travers ma communication, pour permettre à d'autres d'adopter cette philosophie de vie. J'essaie aussi d'agir pour que les filles prennent conscience de l'importance de se bouger. L'activité physique est un formidable moyen d'émancipation et les réseaux sociaux me permettent de mettre en avant le sport féminin qui me tient particulièrement à cœur.

🗨 : Comment vous voyez-vous quand vous aurez quarante ans ?

ML : Je me vois juste heureuse. Je ne sais pas ce que je ferai, ni où je serai mais je serai heureuse, c'est le principal dans la vie. Je ferai peut-être autre chose que de la course à pieds, peut-être du tennis de table, du golf, du tennis, mais je resterai en mouvement, ça c'est sûr. Le sport restera toujours à mes yeux le meilleur moyen pour vivre des émotions,

les évacuer ou les transmettre. Et je serai Moi !

🗨 : D'où vous vient cette détermination ?

ML : C'est sûrement l'éducation mais aussi les épreuves de la vie. Plus jeune, j'ai été très souvent gravement malade, ce qui a entraîné plusieurs hospitalisations. Cela m'a renforcée face à l'adversité.

🗨 : Qu'auriez-vous envie de dire aujourd'hui aux lecteurs de *Sport et Citoyenneté* ? Trouvez-vous que les Européens se bougent assez ?

ML : En France, on ne se bouge pas assez par rapport aux autres pays mais le but n'est pas d'en faire toujours plus que les autres. Il s'agit d'en faire pour soi-même, pour son corps, pour sa santé, pour son esprit. Ne vous comparez pas mais agissez pour votre bien-être. Vous découvrirez toujours en faisant une activité physique des gens de tous milieux, de tous âges, et c'est ça la force du sport ! C'est le seul endroit au monde où il n'y a pas de religion, pas d'âge, pas de différence de langage. C'est une expression corporelle qui unit les êtres.

“In my opinion, sport will always be the best avenue for experiencing, releasing and sharing emotions”



© LITTLE MISS SOCCER

At 28 years old, Marine Leleu is a hyperactive influencer. She wears many caps: sports coach, marathon runner, businesswoman and youtuber. She is the first French woman to complete the Enduroman triathlon, a merciless race (a 144 km run, a 33 km swim across the channel and a 290 km cycle ride). Her power comes above all from her sincerity and genuineness, which make her a real role model for every generation.

📌 : If I say “sport for citizens”, what do these three words together mean to you as a top-level athlete?

ML: First off, I don’t think of myself as a top-level athlete, I am not after the best performance like world champions. I am in sport more for pleasure, it brings me happiness and allows me to share a lot. I would rather finish a marathon with some-one who needs a bit of help or giving some-one my cashew nuts than concentrate on my time. That is one of the things people reproach me for often on social media. I actually think that everyone ought to do sport and get moving. It’s good for the body, it’s good for the mind and for sharing strong experiences with other people.

📌 : Is this what you have always wanted to do, or has life led you on to this path?

ML: Life has clearly pushed me on to this path, in stages, without my ever expecting or imagining it. I didn’t like school, but once I discovered the job of sports coach I felt that I had found my place and I realised

my own worth. I would set myself challenges, without tying myself down, encouraged by my very sporty family. I posted my thoughts and shared my challenges and found enjoyment, with its share of surprises and opportunities.

📌 : Isn’t it a problem for the body, doing sport the way you do?

ML: No, because you have to work sensibly. For example, when I run a lot, I give myself three-week breaks by varying the exercises. I have never been injured in my life except when some cars ran into me last summer. I could have collapsed, since my body is my work tool, but my mind took over. I put it into perspective and resilience meant that I could recover more quickly.

📌 : Being a role model gives you a lot of responsibility. How do you deal with that?

ML: It’s true that I have to be careful what I say while trying to get messages across, because a lot of young and not-so-young people are watching

me and I’m thought of as an influencer, if I can put it that way. For example, if I am injured, I want to show that even so, you can move forward in a different way, but do sport all the same. Forcing myself to see the positive allows me to overcome all the hardships. My motto “in life there are no problems, only solutions” appears in different forms through all my communications, so that other people can adopt this philosophy of life. I also try to ensure that girls become aware of the importance of getting moving. Physical activity is really empowering and the social media give me the chance to highlight women’s sport, a cause which is close to my heart.

📌 : How do you see yourself at forty?

ML: I just see myself being happy. I don’t know what I’ll be doing, or where I’ll be, but I will be happy, and that’s the most important thing in life. Maybe I’ll be doing something other than running, table tennis, golf or tennis, perhaps, but I’ll still

be physically active, that’s for sure. In my opinion, sport will always be the best avenue for experiencing, releasing and sharing emotions. And I will be Me!

📌 : Where does this determination come from?

ML: It must be from the way I was brought up, but also from the hard knocks in life. When I was younger I was often very ill and had to spend time in hospital. That made me stronger in the face of adversity.

📌 : What would you like to say to *Sport and Citizenship’s* readers today? Do you think people in Europe are physically active enough?

ML: In France we are not active enough compared with other countries, but the goal isn’t always to do more than other people. It’s a question of doing it for oneself, for the body, the mind and for one’s health. Don’t compare yourself with other people, but do it for your own well-being. When you do a physical activity you will always find all sorts of people, with different backgrounds and ages, and that is what makes sport so great! It’s the only place in the world where there’s no religion, no age and no language difference. It’s a physical expression that brings everybody together.

Sport et Citoyenneté est le seul Think tank en Europe dont l'objet social est l'analyse des politiques sportives et l'étude de l'impact sociétal du sport. Il produit une réflexion sur les enjeux socio-politiques du sport.

Sport and Citizenship is the first European Think tank dedicated on sport policies. It is a forum of reflection on socio-political issues.

Président : Laurent Thieule
Vice-présidents : Amel Bouzoura, Nathalie Iannetta, Andrzej Rogulski
Secrétaire général : Nicolas Gyss Secrétaire générale adjointe : Alexandra Fournier-Bidoz Trésorier : Pierre-Hervé Gautier
Membres fondateurs : Jacques Delors, André Heinrich, Jonathan Hill, Emmanuelle Jappert, François Rebourg, Henri Sérandour
Directeur de la publication : Julian Jappert
Rédacteur en chef : Sylvain Landa
Comité de rédaction : Alice Blanvillain, Lucile Brassat, Noémie Gingue, Louis Hochmann, Emmanuelle Jappert, Maxime Leblanc, Célia le Nénan, Marie-Cécile Naves, Antoine Panicali, Jacky Racineux, Jeanne Simon, Kiera Wason-Milne

Sport and Citizenship  **Sport et Citoyenneté**
Sport serving society Le Sport au service de la société

Rejoignez **Sport et Citoyenneté** en deux clics sur :

www.sportetcitoyennete.com

ou sur simple demande auprès de contacts@sportetcitoyennete.com



© LITTLE MISS SOCCER

Sincères remerciements à toutes les personnes qui ont contribué à ce numéro :

Michaël Attali, Sarai Bareman, Miren Bengoa, Joyce Cook, Anne Cordier, Marija Crnković, Yann Cucherat, Nicolas Delorme, Alexandre Diallo, Véronique Faujour, Françoise Gatel, Dóra Gottgeisl, Ayodele Ikuesan, Jacob Kornbeck, Marine Leleu, Christophe Lepetit, Erwan Le Prévost, Céline Mas, Sarah Murray, Candice Prévost, Fatma Samoura, Albrecht Sonntag, Honey Thaljih.

Ainsi qu'à celles et ceux qui ont participé à sa réalisation :

Renata Affonso, Camille Bedin, Sylvie Billonnet, Irene Bloch, Myriam Burkhard, Étienne Cassagne, Sophie Chambard, Lauriane Chamot, Christelle Colinet, Sébastien Coulon, Grégory Czaplicki, Robin Drelange, Théotime Endelin, Claire Gaillard, Patrick Gasser, Violette Gentilleau, Laura Goutry, Frank Grothaus, Thomas Junod, Maurice Labhart, Cécile Lacourt, Laure Mestre, Mario Onillon, Rachel Payne, Agnès Perrin-Turenne, Élodie Petit, Frédérique Quentin, Emmelyne Ravier, Emmanuel Rorteau, Heather Stewart, Stéphane Tisserand, Béatrice Travailleur, Florian Uguen, Pauline Vasselle.

AVEC LE SOUTIEN DE



Notre prochaine revue
Sport et Réfugié.e.s

Création du logo

René Fatton

Conception graphique

Christophe Gaignebet

Impression

Imprimerie Connivence



PROGRAMME EUROPÉEN
DE GESTION FORESTIÈRE
DURABLE

ISSN : 2117-4164

La revue Sport et Citoyenneté est une revue gratuite et indépendante éditée par le think tank Sport et Citoyenneté. Les textes et images sélectionnés ne donnent pas lieu à rétribution. Sport et Citoyenneté n'est pas responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations contenues dans les textes. La reproduction est autorisée moyennant mention de la source et information préalable de la rédaction.

MÈCÈNES

ACADOMIA

Audencia
BUSINESS SCHOOL



Deloitte.



LLC
ASSOCIÉS
AVOCATS



Made to Play

GRUPE
vyv

France

11 rue Alexandre Fleming 49066 Angers
Tour Opus 12, 77 esplanade du Général de Gaulle, 92081 Paris La Défense
Tél. : (00 33) 2 41 36 21 96

Belgique

House of Sport
Avenue des Arts 43 – B-1040 Bruxelles
Tél. : (00 32) 2 423 51 78

 @SportandCitizen

contacts@sportetcitoyennete.com
www.sportetcitoyennete.com

 Sport et Citoyenneté