

2020 | RAISING OUR GAME

LE RAPPORT SUR LE FOOTBALL FÉMININ



Amélioration des normes du secteur pour
les footballeuses professionnelles





Photo by: firo Sportphoto/ Ralf Ibing

PRÉSENTATION

PRÉSENTATION

Le rapport Raising Our Game 2020 donne un aperçu du secteur du football féminin dans le monde, en se focalisant sur les droits et conditions des joueuses. Ce rapport se fonde sur le Rapport mondial sur l'emploi féminin de la FIFPRO 2017 et tient compte des tout derniers développements dans le secteur qui affectent l'environnement de travail des footballeuses professionnelles dans le monde entier. Ce secteur est en évolution constante avec ses règlements, ses règles, ses politiques, ses aspects commerciaux et ses modèles de compétition. Ce rapport décrit les perspectives des joueuses avec les principales parties prenantes selon les tendances et schémas de croissance les plus récents, les meilleures pratiques, les réglementations et règlements applicables pour la durabilité du secteur du football professionnel.

OBJECTIFS

L'objectif de ce rapport est d'aider les syndicats, les joueurs, les clubs, les ligues, les fédérations nationales, les confédérations, la FIFA, les sponsors et les parties prenantes des médias à évoluer dans le paysage du football en se plaçant dans une perspective centrée sur les joueuses. Il s'agit ensuite de permettre la formulation de politiques clés pour protéger les droits et les intérêts des joueuses pour qu'elles puissent bénéficier d'opportunités futures, et donc de promouvoir un secteur durable.

Ce rapport est le premier du genre à présenter la croissance de ce secteur du point de vue de l'élite des joueuses. La FIFPRO a l'intention de continuer à publier de tels rapports, en utilisant celui de 2020 comme référence.

Le rapport Raising Our Game 2020 offre un aperçu et des orientations pour:

S' ENGAGER

dans des décisions en toute transparence sur les formes que prendra le secteur du football professionnel.

CONTRIBUER

à une analyse et à des prises de décisions factuelles, fondées sur données probantes et axées sur le joueur.

INFORMER

les décideurs politiques du secteur, les influenceurs et les médias sur les besoins et les intérêts fondamentaux des joueuses sur un marché du travail en constante évolution pour les footballeuses professionnelles.

MENER

et développer une politique axée sur les joueuses pour protéger et sauvegarder les droits et les intérêts des professionnels au cœur même du jeu.

TABLE DES MATIÈRES

BIENVENUE 6

1 NOTE DE SYNTHÈSE 8

Principales Constatations et Recommandations	10
La Voie à Suivre	11
3+3 Women's Football Game Plan	12

2 INTRODUCTION 14

Contexte	16
Croissance du Secteur et Normes de Travail	17
Les Joueuses et les Conditions du Football	18
Cadre de Recherche	20
Les Tendances Mondiales qui marquent notre Secteur	22

3 LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE DANS LE FOOTBALL FÉMININ 26

Fréquentation des Matches	30
Audience de Diffusion	38
Sponsoring	44

4 CONDITIONS DES JOUEUSES 50

Football de Club Professionnel	52
Équipes Nationales	62

5 VOIX DES JOUEUSES 70

Principaux Messages de notre Enquête de la FIFPRO sur le Football Féminin 2019	72
Activisme des Joueuses	73
Chronologie de l'activisme récent des athlètes féminines	76
Popularité des Joueuses	80
Conventions Collectives & Organisation	84
Les Joueuses s'organisent en Amérique du Sud	88

6 APPEL À L'ACTION 90

Mise en place de Normes du Secteur pour les Conditions de Travail	92
Normes Mondiales Minimums de Travail pour le Football Professionnel	95
Normes Mondiales pour les Tournois Internationaux	99
Statut Professionnel des Joueuses	102

7 CONCLUSIONS 104

ANNEXE 110

BIENVENUE

Le football professionnel féminin connaît une croissance rapide, et ce sport émerge en tant que secteur solide et viable. Mais il manque encore des parcours viables pour faire carrière et des conditions de travail appropriées dans bien des régions. Le progrès économique dans ce secteur doit s'accompagner de l'élaboration et de la mise en œuvre de normes de travail mondiales qui protègent les droits et le bien-être des joueuses.

Les femmes sont en droit de réaliser tout leur potentiel dans le jeu, qui ne s'épanouira véritablement que lorsque cet objectif sera atteint. Les conditions dans lesquelles les joueuses s'entraînent, jouent sur le terrain et en compétition doivent être favorables à leur bien-être physique et mental, promouvoir leurs capacités et protéger leur intégrité. Le moment est venu d'accorder la priorité à des investissements centrés sur les joueuses, et de s'assurer que cet aspect de la croissance ne prenne pas le pas sur les conditions de travail.

Le football féminin ne peut pas suivre les traces du football masculin ou se positionner comme subalterne. Nous devons tirer les leçons des défis et des opportunités qui se sont présentés dans tout le secteur du football et utiliser ces connaissances pour poser les bases d'un marché mondial de l'emploi durable, fondé sur des environnements de travail sains et sûrs.

RAISING OUR GAME

Les footballeuses ont assez attendu. Dans le monde entier, elles s'organisent et exigent de plus en plus de la communauté internationale du football de meilleures conditions. Elles revendiquent haut et fort un traitement équitable, un travail décent, l'égalité des chances et du

secteur. Les joueuses font également entendre leur voix au-delà du terrain, en profitant de la popularité croissante de leur jeu et de sa visibilité pour unir leur lutte pour les droits des femmes et les droits du travail aux mouvements de justice sociale en dehors du terrain.

L'élaboration et l'application de normes de travail mondiales doivent relever de la responsabilité de la FIFA, des parties prenantes internationales, des fédérations nationales, des ligues et des clubs. Pour suivre cette voie, il faut un débat ouvert, des décisions responsables et des plans d'action engagés de la part des parties prenantes du football professionnel. Les employeurs, les organisations de joueurs et les organisateurs de compétitions doivent renforcer le contrat social qui accorde à tous les acteurs une part équitable du progrès économique, en respectant leurs droits et leur contribution à l'économie du football. Les conventions collectives doivent jouer un rôle essentiel dans la gestion du changement, et les joueurs doivent être considérés comme des partenaires égaux défendant les mêmes intérêts pour l'avenir de leur jeu.

Nous sommes extrêmement reconnaissants, à la FIFPRO, de l'engagement incroyable des joueurs et d'autres parties prenantes dans leur participation à cette étude. Nous espérons que notre rapport Raising Our Game de la FIFPRO 2020 servira de plate-forme et de document de référence pour notre secteur, afin que nous puissions nous engager avec les joueurs et leurs syndicats de façon à mettre en place des relations plus solides et un secteur du football féminin professionnel durable et innovant.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur [FIFPRO.org](https://www.fifpro.org)



Jonas Baer-Hoffman
Secrétaire Général
de la FIFPRO



Amanda Vandervort
Responsable du football féminin
de la FIFPRO



Caroline Jönsson
Comité directeur mondial
de la FIFPRO



NOUS VOULONS QUE LES FEMMES SOIENT DES FOOTBALLEUSES PROFESSIONNELLES DANS NOTRE PAYS. PAS POUR NOUS, MAIS POUR LA GÉNÉRATION FUTURE.

Sara Gama | Italie
Juventus FC Féminin

NOTE DE SYNTHÈSE

1



NOTE DE SYNTHÈSE

Si les tendances mondiales indiquent clairement les opportunités de croissance actuelles et futures et les défis à relever dans le football féminin, nos résultats semblent indiquer de quelle manière la poursuite de cette croissance économique doit englober la création d'emplois avec la protection des droits fondamentaux des joueuses et la mise en place de conditions adéquates. Autrement dit, la croissance actuelle du jeu féminin nécessite une innovation et des interventions pour jeter les bases d'un secteur durable sur le long terme.

PRINCIPALES CONSTATATIONS ET RECOMMANDATIONS

1 LE FOOTBALL FÉMININ PROUVE SA VALEUR

Si le football féminin a longtemps été considéré comme un coût pour le secteur, il s'agit en fait d'un atout de grande valeur - pour le sport et la société - qui peut l'orienter de manière positive et durable.

2 LE SECTEUR EST EN PLEINE CROISSANCE

Le football féminin suscite un plus grand intérêt commercial ; les matchs de ligue et de l'équipe nationale attirent de plus en plus de monde et montrent des signes de potentiel incroyable, l'audimat augmente et de nombreux nouveaux sponsors ont récemment surgi comme partenaires de haut niveau.

3 LE SECTEUR SE PROFESSIONNALISE

De plus en plus de ligues et de clubs féminins se forment et se professionnalisent au niveau national, d'autres se réforment et les compétitions d'élite prennent une nouvelle forme.

4 DES NORMES MONDIALES SONT NÉCESSAIRES POUR LES CONDITIONS DES JOUEUSES

Des conditions de travail défavorables continuent de nuire au jeu. Il faut agir pour établir, mettre en œuvre et faire respecter les normes mondiales du secteur quant aux conditions de travail dans le football féminin - tant au niveau des contrats de travail que des compétitions internationales - afin de protéger les joueuses et de permettre une croissance juste, décente et stable du secteur.

LA VOIE À SUIVRE

Le tableau suivant détaille les principales conclusions du rapport Raising Our Game 2020 et les recommandations qui en découlent. Cela inclut des considérations à la fois descendantes et ascendantes, ainsi qu'une réflexion sur les rôles des parties prenantes externes dans la réalisation d'une vision collective pour un secteur du football féminin fort, dynamique et durable.

SITUATION ACTUELLE DU FOOTBALL FÉMININ	RECOMMANDATIONS
Il manque des normes mondiales pour les conditions de travail des joueuses, ce qui les expose à une situation défavorable et constitue un obstacle à la croissance du secteur.	Il s'agit d'établir un ensemble de normes de base pour les conditions de travail des footballeuses professionnelles - tant au niveau des clubs que des équipes nationales - en reconnaissant leurs droits fondamentaux en tant que travailleuses et en investissant dans des domaines qui améliorent le jeu.
Les joueuses n'ont pas l'opportunité d'être entendues ou de jouer un rôle dans le développement de leur secteur.	Il faut ouvrir une voie commune par la convention collective, et développer plus d'opportunités pour les joueuses pour qu'elles puissent faire valoir leur expertise et leadership dans le secteur.
Alors que le football commence à ouvrir ses portes aux femmes, la professionnalisation du football féminin se heurte encore aux effets du sous-investissement et de l'exclusion qui perdurent depuis des décennies.	Les investissements financiers ne suffisent pas : le jeu féminin nécessite une vision commune unissant les stratégies nationales et mettant en œuvre des interventions de réglementation pour obtenir une croissance durable et des emplois.
L'absence de ligues compétitives, le nombre insuffisant de matchs, les saisons courtes, les écarts entre les équipes d'élite et les autres, ainsi que les lacunes sur de nombreux marchés, limitent les possibilités de développement des joueuses et d'investissement commercial.	Il convient de mettre en place de nouveaux modèles de compétition innovants et attrayants, avec un équilibre entre les équipes de club et les équipes nationales, afin que les joueuses ne soient pas contraintes d'accumuler les matchs de ligue, de club et autres tournois pour remplir leur année.
Il existe un intérêt croissant pour la promotion et le sponsoring du football féminin, mais les opportunités commerciales n'ont pas été pleinement exploitées et ne sont donc pas encore réalisées.	Il faut trouver des solutions pour prendre la mesure de la valeur du football féminin et élaborer une feuille de route à long terme pour en assurer le succès. Il convient de stimuler la croissance et les opportunités par l'innovation et les investissements à long terme.

3+3 WOMEN'S FOOTBALL GAME PLAN

Le FIFPRO 3+3 Women's Football Game Plan fournit des orientations pour les actions à mener pour stimuler une croissance durable du football féminin professionnel. Les mesures stratégiques se renforcent mutuellement et correspondent au point de vue des joueuses sur ce qui est nécessaire pour permettre aux générations actuelles et futures de joueuses de se développer et de contribuer à l'essor du football féminin.

RECOMMANDATIONS POUR LES PARTIES PRENANTES DU FOOTBALL

VISION ET LEADERSHIP

Le football féminin représente l'un des aspects les plus significatifs de potentiel de croissance pour le football professionnel. Le secteur du football professionnel doit développer une vision commune pour favoriser définitivement la croissance de manière durable. Le développement de cette vision commune nécessitera un leadership exceptionnel à travers le secteur du football, - y compris un nombre croissant de footballeuses professionnelles. Nous recommandons également que les sponsors, diffuseurs et autres tierces parties apportent leur contribution à cette nouvelle vision du football féminin, en s'assurant d'aller bien au-delà de l'attente qu'un simple tournoi ou un exercice de réputation suscite.

STRUCTURES DE COMPÉTITION

Les footballeuses professionnelles ont besoin de structures de compétition qui leur permettent de développer leurs talents et de jouer au mieux de leur forme à tout moment. Les structures de compétition actuelles sont insuffisantes pour que les joueuses puissent atteindre leurs meilleures performances. Il faut concevoir des dispositifs de compétition innovants pour renforcer l'horizon de football mondial des clubs au niveau national comme international. Des ligues et des tournois plus compétitifs et significatifs ne prendraient pas seulement un sens pour les joueuses mais aussi pour les supporters, les sponsors et les diffuseurs.

STRATÉGIES D'INVESTISSEMENT

La mise en œuvre de notre vision commune et la conception de nouvelles structures nécessiteront des investissements - y compris en capital humain, capacité d'organisation et ressources financières. Les structures actuelles du personnel dans le cadre du football féminin sont insuffisantes pour faire face au nouvel intérêt que suscite le football féminin et pour mettre en œuvre des stratégies de croissance. Il ne s'agit pas d'injecter de l'argent de manière arbitraire ou d'investissements à court terme, mais plutôt d'un plan d'investissement stratégique fondé sur des priorités et des indicateurs clés de performance (KPI). Le développement de nouveaux modèles de revenus pour les compétitions nécessitera de considérables contributions financières. Si cela peut représenter un coût initial élevé, il s'agira d'investissements avisés pour l'avenir.

EXIGENCES POUR LE FOOTBALL PROFESSIONNEL

NORMES MONDIALES MINIMUMS DE TRAVAIL POUR LE FOOTBALL PROFESSIONNEL

Le football professionnel féminin doit faire face à des conditions de travail difficiles qui ont un impact négatif sur les performances sportives des joueuses, font directement obstacle au développement de leur potentiel ou les forcent à anticiper leur départ de ce secteur. Ces conditions ne sont ainsi pas seulement en infraction aux droits essentiels des joueuses, mais entravent également la croissance du secteur. Elles ne sont pas seulement préjudiciables aux joueuses, mais aussi aux fédérations, aux ligues et aux clubs. Pour protéger les conditions de travail des joueuses, les lois et règlements nationaux en matière d'emploi doivent être respectés, outre un ensemble de normes de base pour les conditions de travail des joueuses professionnelles du secteur du football. Il est essentiel de mettre en œuvre de telles normes pour le lieu de travail pour créer des environnements de formation et de compétition appropriés pour que les joueuses puissent atteindre leur plus haut niveau, disposent d'un emploi décent, sûr et sécurisé dans le secteur du football et pour que le secteur puisse atteindre tout son potentiel et prospérer de manière durable. La FIFPRO et les syndicats de joueurs nationaux continueront à défendre et si nécessaire, à plaider en justice pour défendre ces conditions de lieu de travail base pour les joueuses.

NORMES MONDIALES POUR LE TOURNOIS INTERNATIONAUX

Si les conditions de base doivent s'appliquer à toutes les footballeuses professionnelles, un ensemble de conditions distinctes s'applique à celles qui participent à des compétitions mondiales d'élite comme les tournois internationaux et continentaux, que ce soit au niveau du club ou de l'équipe nationale. Les organisateurs de compétitions ont le devoir de veiller à ce que les conditions de participation à leur compétition obéissent aux mêmes normes d'élite pour toutes les joueuses concernées, et il convient donc d'établir des normes mondiales pour les conditions des joueuses dans les compétitions internationales. En fixant des normes mondiales pour un ensemble spécifique de conditions dans le cadre des tournois de football au plus haut niveau, il s'agit de veiller à mettre en place des conditions justes et équitables dans le secteur, en offrant aux meilleures joueuses mondiales l'opportunité de se produire au sommet dans le cadre des plus grandes manifestations mondiales du football. La FIFPRO appelle la FIFA, les confédérations et les fédérations nationales à mettre en œuvre une norme universelle pour les conditions de jeu dans le cadre des tournois internationaux.

OPPORTUNITÉS POUR LES JOUEUSES

Les joueuses doivent avoir la possibilité de se lancer dans le football professionnel et d'y rester pour y faire carrière. Cela signifie qu'il faut garantir des marchés de l'emploi stables offrant des opportunités sûres et durables dans ce secteur pour les footballeuses. Le sport a également besoin de plus d'opportunités de jeu pour les filles dès le départ et de voies qui leur permettent de développer leur talent, d'exceller et de poursuivre leur carrière. Autrement dit, il leur faut un accès aux programmes de développement des talents d'élite et aux académies. Ce n'est que si elles arrivent à accéder à des environnements de formation de haut niveau que les joueuses pourront développer des aptitudes exceptionnelles qui leur permettront de relever le niveau du jeu et de devenir les stars de demain. Une fois que les joueuses deviennent professionnelles, il faut leur garantir un environnement de travail sûr et stable.

INTRODUCTION

2



Photo by: Ding Xu Xinhua / eyevine

INTRODUCTION

Le secteur du football féminin connaît une expansion fulgurante. Les équipes nationales s'avèrent être les principaux moteurs du jeu d'élite féminin. Le public s'intéresse de plus en plus aux athlètes de niveau mondial qui participent à la Coupe du monde féminine de la FIFA et aux Jeux Olympiques, ainsi qu'à des compétitions régionales comme le Championnat d'Europe de l'UEFA et la Copa América de la CONMEBOL. Dans le même temps, le jeu des clubs professionnels féminins a fait des progrès, car de plus en plus de ligues nationales se sont lancées et d'autres deviennent plus compétitives avec une visibilité accrue. Pour que cette croissance se poursuive, le jeu féminin doit se professionnaliser davantage, et il est essentiel que les conditions de travail auxquelles les joueuses sont exposées correspondent aux attentes de performance, aux ambitions et au potentiel du jeu.

CONTEXTE

En 2017, la FIFPRO a réalisé la toute première enquête mondiale auprès des footballeuses d'élite du monde entier, qui a abouti à la publication du premier rapport mondial sur l'emploi dans le secteur du football féminin. Ce rapport a révélé les conditions de travail de plus de 3 000 joueuses. Les résultats ont mis en évidence les défis d'un secteur professionnel très restreint, et toutes ces femmes qui se battent pour une carrière durable en tant que joueuses professionnelles. Plus de 90 % des joueuses ont déclaré qu'elles envisageaient de quitter le jeu plus tôt. Leurs réponses ont montré que le plus grand obstacle au développement du sport et des femmes qui le pratiquent est que beaucoup des meilleures joueuses ne sont pas des professionnelles et ne peuvent pas se consacrer pleinement à cette profession.

Conformément à nos recommandations de 2017, pour développer le jeu féminin et créer un emploi stable et décent pour les joueuses, il faudra que les parties prenantes de tous les secteurs et de toutes les régions, du niveau mondial aux niveaux national et local, prennent des initiatives et des responsabilités. Cela implique l'élaboration et la mise en œuvre d'un modèle de football féminin qui offre de réelles perspectives de carrière grâce à un marché de l'emploi professionnel durable. La question est de savoir comment on peut construire un tel modèle et à quoi il doit ressembler.

Nous savons que le football féminin ne peut pas suivre les traces du football masculin ou se positionner comme subalterne.

Cela nécessitera un modèle unique impliquant un engagement à améliorer les atouts actuels, en équilibre avec les potentiels futurs du jeu de l'équipe nationale féminine et des compétitions de clubs.

La FIFPRO a entrepris quant à elle cette nouvelle étude, pour s'appuyer sur le rapport mondial sur l'emploi en jetant un regard global sur la croissance économique et sociétale du football féminin professionnel. L'objectif est de soutenir les joueuses, les syndicats et les autres parties prenantes sur le terrain afin de déterminer et de prendre des mesures sur la meilleure façon de favoriser et de maintenir des carrières dignes et décentes pour les joueuses dans un cadre tout aussi juste pour le jeu en général.



Photo by: Cole Burston

CROISSANCE DU SECTEUR ET NORMES DE TRAVAIL

Le football féminin se professionnalise et est en pleine croissance. Les investisseurs commencent à saisir les opportunités économiques et le football féminin s'implante sur le marché. Le potentiel du jeu fait la une des journaux. Pourtant, peu de recherches à ce jour ont examiné la façon dont cette croissance, accompagnée des développements actuels du secteur et des attentes imposées aux joueuses, a un impact sur les environnements de travail et le bien-être des joueuses.

Dans ce rapport, nous examinons le secteur du football féminin et affirmons qu'il est urgent de prendre des mesures pour établir des normes de travail mondiales pour le football féminin afin de protéger les joueuses et de permettre une croissance juste, décente et stable.

Dans l'économie mondialisée d'aujourd'hui, les normes internationales du travail sont des mécanismes essentiels pour faire en sorte que la croissance de l'économie mondiale profite à tous. Chacun s'accorde à reconnaître que la volonté de croissance économique par la création d'emplois et de revenus doit être conciliée avec la protection des droits fondamentaux des travailleurs. Si le sport occupe souvent une position d'exception dans la vie économique et politique mondiale, il ne constitue pas pour autant une singularité. La mise en place et l'application de normes de travail sont tout aussi pertinentes pour le

Ce que les fondateurs de l'OIT ont reconnu en 1919, c'est que l'économie mondiale avait besoin de règles claires afin de garantir que le progrès économique aille de pair avec la justice sociale, la prospérité et la paix pour tous. Ce principe n'a rien perdu de sa pertinence.

Organisation internationale du travail (OIT), 2019

secteur du football que pour tout autre secteur et constituent un facteur essentiel pour faire en sorte que la croissance de l'économie mondiale du football profite à tous.

LES JOUEUSES ET LES CONDITIONS DU FOOTBALL

Alors qu'on s'intéresse de plus en plus à la valeur économique du football féminin en tant que produit, ce rapport examine la manière dont la joueuse et ses conditions de travail sont valorisées dans ce contexte d'expansion du secteur et de croissance économique.

Les investisseurs et les sponsors commencent à prendre conscience de la valeur croissante accordée au football féminin. Cependant, les investissements financiers consentis dans le jeu et la croissance économique ne se traduisent pas nécessairement par une amélioration des conditions pour les joueuses, ou automatiquement par une amélioration du jeu.

En tant que secteur d'activité, le football masculin a clairement démontré que l'expansion économique sans réglementation et intervention appropriées n'est ni suffisante ni durable. Les conclusions du Rapport mondial sur l'emploi masculin de la FIFPRO 2016 ont révélé qu'avec l'expansion du secteur, les joueurs ont continué d'être exploités et que dans certains pays, la situation s'est aggravée. Le refus de contrats en bonne et due forme, les arriérés de salaire, les installations inadéquates, les restrictions à la liberté de mouvement et la discrimination sont autant de défis auxquels les joueurs sont confrontés. Par ailleurs, les joueurs, commercialisés et vendus, sont de moins en moins valorisés sur le marché, et doivent toujours se battre avec acharnement pour faire valoir leurs droits de travailleurs et leurs droits humains fondamentaux.

Le football féminin, au stade initial de la croissance mondiale, a la possibilité d'aller de l'avant ou même de dépasser ces questions majeures pour créer un environnement de travail où les joueuses ne seront pas exploitées, où leurs droits seront valorisés et respectés. Il importe aussi de reconnaître que, dans de nombreux pays, les joueuses risquent de devoir se battre davantage que leurs homologues masculins - elles se battent à la fois pour les droits des joueuses et pour les droits des femmes. Sans ces derniers, difficile d'obtenir les premiers.

Comme le jeu féminin évolue, le moment est venu de réfléchir à la façon de hiérarchiser les préoccupations des joueuses et de s'assurer que cette progression n'éclipse pas leurs conditions de travail.

Les droits, les intérêts et le bien-être des joueuses doivent être dûment protégés durant cette période importante du développement de ce secteur. La FIFPRO soutient la nécessité d'établir un ensemble de normes de travail mondiales pour les conditions de travail des joueuses professionnelles afin de créer une base durable pour la professionnalisation du jeu.

IL NE S'AGIT PAS TOUJOURS D'ARGENT... C'EST AUSSI UNE QUESTION D'ATTITUDE ET DE RESPECT.

Ada Hegerberg | Norvège | Olympique Lyonnais Féminin
BBC Sport (mai 2019)



Photo by: Emilio Andreoli/Getty Images

CADRE DE RECHERCHE

Pour examiner en détail la situation actuelle du football féminin, l'étude a opté pour une analyse situationnelle. Il s'agissait de cartographier les faits et les chiffres aux niveaux mondial, continental et national. L'analyse situationnelle présente d'abord une analyse des aspects économiques du secteur du football féminin, puis rend compte des questions clés concernant les conditions de travail des joueuses.

STRUCTURE DU RAPPORT

L'état du jeu est analysé en se concentrant séparément sur les conditions de travail et l'environnement économique du jeu féminin. La relation et la dépendance entre les conditions de travail des joueuses et l'environnement économique global du secteur sont à la base de tout développement futur du point de vue de la joueuse.



CONDITIONS DE TRAVAIL

Quelles sont les conditions de travail des joueuses aujourd'hui ? À quels problèmes essentiels doivent-elles faire face et quels sont les défis qu'elles doivent relever ? À quel point les conditions de travail des joueuses sont-elles essentielles pour la professionnalisation du jeu ?



ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE

Quelle est la situation actuelle de l'économie du football féminin ? Comment la croissance économique stimule-t-elle la professionnalisation du jeu féminin ? Quels sont les types d'investissements et de réglementations nécessaires ?

Question de fond : Comment les conditions de travail des joueuses doivent-elles être prises en compte dans le contexte économique ?



ENQUÊTE AUPRÈS DES JOUEURS

L'enquête sur le football féminin de la FIFPro 2019 a été menée auprès de joueuses d'équipes nationales de pays qui se sont qualifiés pour la Coupe du monde féminine 2019 de la FIFA, outre différentes autres nations. **186 joueuses de 18 pays différents au total** ont répondu à cette enquête. Ces joueuses, des footballeuses d'élite mondiales, ont fait part de leurs perspectives sur les conditions de travail et le professionnalisme en cours de leur jeu.



ENQUÊTE AUPRÈS DES PARTIES PRENANTES

Nous avons demandé des informations aux **24 fédérations nationales de football** de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA 2019 et, dans certains cas, à la première division de la ligue féminine ou à un ensemble de clubs nationaux dans un pays donné. Les six Confédérations de la FIFA (UEFA, AFC, CAF, CONCACAF, CONMEBOL, OFC), en tant qu'instances dirigeantes continentales, ont également été sollicitées pour la collecte de données en raison du rôle central qu'elles jouent dans le football international et de club.

COLLECTE DE DONNÉES ET MÉTHODOLOGIE

Pour donner une idée réaliste et exhaustive du football féminin à une échelle mondiale, des données et des informations ont été recueillies de multiples sources et par le biais de différentes méthodes, dont une enquête auprès des joueuses, des enquêtes menées auprès des parties prenantes, des interviews de cadres et d'experts ainsi qu'une étude accessoire ciblant des études de leadership avérées existantes par rapport au football féminin. Les principaux résultats d'études menées précédemment par la FIFPRO ont également apporté des informations précieuses pour le débat sur le football féminin aujourd'hui. L'utilisation de multiples sources a permis de corroborer les mêmes faits.

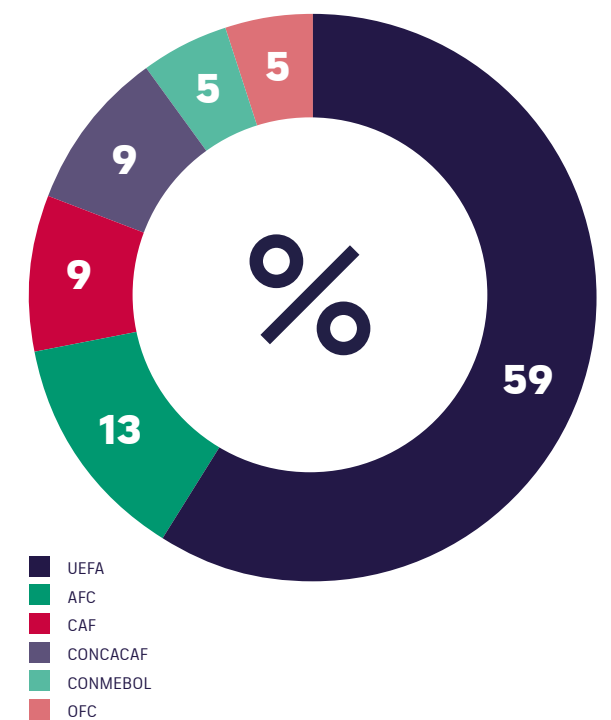
ENQUÊTES : Nos enquêtes ciblent avant tout les pays qui se sont qualifiés pour la Coupe du Monde féminine de la FIFA 2019 en France. Plusieurs autres pays ont également été sélectionnés sur la base du développement du football féminin dans la région. La combinaison de l'enquête auprès des joueuses et de l'enquête auprès des parties prenantes était un élément essentiel du processus de collecte des données.

Nous avons reçu des données et les points de vue précieux de la part de deux tiers des pays contactés, et quatre des six confédérations ont également fourni des réponses détaillées, ce qui en fait une analyse crédible à l'échelle mondiale.

La plupart des réponses provenaient d'Europe. Toutefois, d'autres participantes du football féminin sont également représentées.

Toutes les données obtenues par des méthodes de recherche fondamentales, y compris les enquêtes auprès des parties prenantes et des joueuses, sont présentées de manière agrégée ou anonyme dans ce rapport afin de protéger les répondants.

FIGURE 1. COMPOSITION OF STAKEHOLDER SURVEY RESPONDENTS BY CONFEDERATION



Une seconde étude a servi à compléter les résultats, en particulier lorsque les données de base nécessitaient un examen plus approfondi. Publications et documents officiels de la FIFA, articles sur des transactions commerciales et médiatiques confirmées, études sur les conditions de travail des joueuses et diverses bases de données statistiques : autant d'exemples de sources secondaires utilisées dans cette étude. Notons enfin que l'étude a été achevée après la fin de la Coupe du Monde féminine de la FIFA 2019, en juillet 2019.

LES TENDANCES MONDIALES QUI MARQUENT NOTRE SECTEUR

Le contexte mondial en pleine évolution a profondément transformé l'univers du sport : les progrès technologiques et le développement de l'économie numérique, la croissance démographique, la mondialisation du commerce, l'augmentation du taux d'activité des femmes, la modification de la demande, des aspirations individuelles, et bien plus encore...

Pour analyser les facteurs politiques, économiques, sociaux et technologies créant de nouvelles opportunités ou générant des obstacles au développement du football féminin professionnel, nous avons appliqué un modèle analytique PEST (politique, économique, socioculturel et technologique). L'objectif de ce modèle est d'identifier les tendances mondiales principales qui imprègnent notre univers aujourd'hui et marquent le développement du football féminin.

Cet exercice nous a permis d'identifier quatre tendances mondiales significatives : une dynamique de consommation changeante, l'égalité des sexes dans le sport ; une internationalisation et les technologies nouvelles.

Nous nous attarderons un court moment dans ce chapitre sur chaque tendance et ses implications pour le football féminin.



ÉVOLUTION DE LA DYNAMIQUE DE CONSOMMATION

TENDANCES MONDIALES

Le changement de dynamique de consommation est dû à une évolution des préférences et du comportement sur le marché. C'est souvent lié à une amélioration du pouvoir d'achat et une plus grande accessibilité. Le développement économique rapide des pays dits « émergents » entraîne une expansion considérable des classes moyennes dans le monde. Par ailleurs, la contribution des femmes à l'économie mondiale a augmenté à une échelle universelle, et est désormais évaluée à près de 18 trillions de dollars. Outre les changements de composition et l'évolution du pouvoir d'achat des consommateurs, les attentes et les goûts ont changé. D'une façon générale, les consommateurs sont plus variés, influencent davantage et sont connectés numériquement plus que jamais.

IMPACT SUR LE FOOTBALL FÉMININ

Le football fait partie des produits de divertissement les plus populaires aujourd'hui. Les amateurs ont généralement plus de temps et d'argent à consacrer à leurs loisirs, et le football féminin a toutes sortes d'opportunités pour générer des revenus des ventes de droits précédemment inexploités. Il peut s'agir aussi bien de droits de nomination d'un stade que de spots privilégiés de sponsors de maillots. L'afflux récent de grandes entreprises en tant que partenaires de divers clubs et ligues (voir les accords avec Avon, Barclays, Visa, etc.) montre bien que les sponsors répondent à ces opportunités. Cependant, la concurrence intense pour attirer l'attention des consommateurs signifie que le football féminin doit trouver des moyens créatifs de se commercialiser.



ÉGALITÉ DES SEXES ET DROITS DE L'HOMME DANS LE SPORT

TENDANCES MONDIALES

Avec le changement progressif de la perception du public et des changements de politique et législatifs qui ont suivi, la participation féminine et leur engagement dans le sport, notamment le football, ont pris de plus en plus d'importance. On accorde de plus en plus d'attention aux droits de l'homme dans le sport, et les fédérations sportives nationales et internationales mettent de plus en plus souvent en œuvre des règlements et des pratiques en matière de droits de l'homme. Par ailleurs, la pression sociale sur les fédérations sportives, les sociétés et organismes publics pour « faire ce qu'il faut » s'accroît. En raison de son exposition et sa visibilité, le secteur du divertissement sportif se trouve aux avant-postes pour inciter au changement.

IMPACT SUR LE FOOTBALL FÉMININ

La lutte pour l'égalité et l'intégration dans le sport commence sur le terrain, les joueuses sont les protagonistes de leur propre sport. Les joueuses professionnelles continueront à lutter pour l'égalité au niveau national et international – notamment pour ce qui est des conditions de jeu et de travail. Les exigences imposées aux clubs, ligues et fédérations sont mises en évidence par les récents litiges dans le football féminin professionnel et le besoin d'amélioration sera exprimé par la représentation collective des athlètes et un activisme individuel des joueuses. Le football féminin est dans une position privilégiée pour servir de plate-forme de plaidoyer en faveur des valeurs positives et des droits de l'homme qui y sont liés.



INTERNATIONALISATION

TENDANCES MONDIALES

Notre univers est plus interconnecté que jamais avec le transfert et les mouvements transfrontaliers de capitaux, personnes, données, biens et services. Les institutions ont de plus en plus tendance à intervenir au-delà des frontières nationales, les produits et services sont de plus en plus adaptables à travers les différents contextes, des transports et infrastructures de télécommunications améliorés ont apporté des améliorations en termes de connectivité. Avec des aménagements internationaux et la libéralisation du marché de l'emploi, les divertissements ont été aux avant-postes de ce processus. Plus important encore, les audiences des principaux médias sont maintenant mesurées à l'échelle mondiale plutôt que nationale, au-delà des frontières, des croyances et des nationalités.

IMPACT SUR LE FOOTBALL FÉMININ

L'internationalisation marque le développement du secteur du football professionnel et ses modèles commerciaux et de compétition au plus haut niveau du jeu. Les effets en sont évidents dans le jeu féminin par exemple, avec l'intégration dans des clubs masculins aussi importants que Manchester City, Juventus et le Real Madrid. L'introduction officielle en 2018 des joueuses dans le système informatique de régulation des transferts (TMS en anglais) pour les transferts de joueuses internationales témoigne également de l'importance croissante du suivi et de la surveillance des mouvements transfrontaliers des joueuses. Toutefois, avec ces suivis accrus et ces mouvements, il est plus urgent que jamais de protéger les droits des joueuses. De plus, l'internationalisation du jeu sans croissance « à la base » du jeu professionnel risque de mener à des possibilités d'investissement très réduites.



NUMÉRISATION ET NOUVELLES TECHNOLOGIES

TENDANCES MONDIALES

Les nouvelles technologies font que nous échangeons des informations sous forme numérique. Ce processus a une incidence sur tous les secteurs de notre économie et est alimenté par la convergence des médias sociaux, des services mobiles, des volumes de données et de la demande des consommateurs pour un accès immédiat. Les nouvelles solutions et applications technologiques transforment rapidement les divers marchés et produits, le secteur des loisirs (y compris du sport professionnel) n'y fait pas exception. Les modes de transactions traditionnels et avérés sont remis en question par l'apparition de ces technologies.

IMPACT SUR LE FOOTBALL FÉMININ

Les parties prenantes du sport ont déjà commencé à créer un contenu et des expériences uniques pour tous leurs supporters. Le football féminin doit être en première ligne pour l'utilisation de ces nouvelles technologies. L'apparition de nouveaux médias et de nouvelles méthodes de diffusion offre au jeu l'opportunité d'améliorer sa visibilité et d'atteindre de nouveaux publics. L'analyse de données est désormais répandue dans la plupart des sports avec une utilisation plus sophistiquée et détaillée que jamais. L'analyse scientifique peut stimuler les performances sportives. Ces progrès représentent toutefois également des risques pour les droits et le bien-être des joueuses, qui doivent être protégés dans ce processus de numérisation.

LEADERSHIP ÉCLAIRÉ LE SPORT VA DE L'AVANT ET RIEN NE L'ARRÊTERA

L'année qui vient de s'écouler peut être considérée comme un tournant majeur pour les opportunités commerciales du football féminin d'élite. Une série d'investissements majeurs menés par Barclays, Visa et MasterCard a été suivie par d'autres marques de renom, comme Budweiser, Mars, Standard Chartered et Dove entre autres. Ces investissements montrent clairement que le sport va de l'avant et que rien ne l'arrêtera. Les motifs de cette situation sont extrêmement complexes, mais il vaut la peine de les examiner.

L'axiome central du sport est que le talent suit l'argent, les spectateurs suivent le talent et l'argent suit les spectateurs. Il est essentiel, pour améliorer les normes dans tout sport, de laisser au talent le temps, les opportunités et l'orientation pour faire de son mieux. Plus les normes s'améliorent, plus il y a du public et d'intérêt. Ce qui suscite à son tour l'intérêt des médias. Lorsque l'audimat augmente, les sponsors ne tardent pas à suivre. Il y a donc tout lieu de croire que le football féminin n'est pas loin de ce moment, où tout bascule.

Le football féminin offre une superbe métaphore en termes de diversité et d'intégration, des points désormais essentiels à l'ordre du jour des entreprises les plus modernes et une préoccupation essentielle pour les consommateurs. Le football féminin a été confronté à une lutte historique contre les préjugés, et apporte une réponse toute prête à la confiance croissante à l'habilitation des femmes et à leur droit de participer à des activités de la société considérées comme réservées aux hommes. Il apparaît également clairement que les consommateurs veulent que leurs marques défendent une cause et l'égalité, la diversité et l'intégration sont considérées comme des causes prioritaires pour le public. Cette approche basée sur les valeurs est une évolution fascinante et le premier exemple d'un sport générant ce type d'investissement en matière de sponsoring avant une proposition quantitative et basée sur le public en pleine évolution.

Il ne fait aucun doute que le niveau du jeu féminin dans les clubs est toujours en train de rattraper son retard, les variations de niveau affectant la crédibilité, bien que cela soit en train de changer. La Ligue des champions féminine de l'UEFA et les compétitions nationales ont encore un grand potentiel pour se développer davantage et mieux investir. Tout est désormais quasiment en place dans le domaine des concours sélectifs, où les normes sont élevées, la concurrence intense et la proposition commerciale déjà en place, soutenue par de l'argent, des plateformes de diffusion impeccables et une portée véritablement mondiale. Des événements prometteurs se dessinent par ailleurs pour booster réellement le jeu féminin avec les Jeux olympiques, les Coupes du monde et un Championnat d'Europe en Angleterre. Tous ces événements seront diffusés par voie terrestre. Il y a donc de bonnes raisons pour que les marques investissent et tirent parti du football féminin, d'autant plus que les coûts d'entrée sont extrêmement compétitifs et que les joueuses ne sont pas encore concernées et affectées par les protocoles de communication et d'accès blindés qui étouffent le jeu masculin.

Par Phil Carling, Directeur général du Football - Octagon Worldwide.

octagon

Octagon est la branche marketing mondiale des sports et du divertissement d'IPG et actuellement l'agence du secteur sportif de l'année.

LEADERSHIP ÉCLAIRÉ L'IMPACT DE TRANSFORMATION DES DROITS DE L'HOMME DANS LE SPORT

Nous vivons actuellement un moment fort en termes d'intégration des droits de l'homme dans le sport. Les athlètes, entraîneurs, supporters, activistes de droits de l'homme et autre parties prenantes continuent à s'élever contre la discrimination, la violence et les injustices dans le sport, et les Droits de l'homme n'ont jamais autant compté dans le sport.

Nous vivons actuellement un moment fort en termes d'intégration des droits de l'homme dans le sport. Les athlètes, entraîneurs, supporters, activistes de droits de l'homme et autre parties prenantes continuent à s'élever contre la discrimination, la violence et les injustices dans le sport, et les Droits de l'homme n'ont jamais autant compté dans le sport.

Les athlètes féminines ont joué un rôle de premier plan dans ce mouvement en faisant pression pour l'égalité des sexes et en luttant contre la discrimination sexuelle dans tous les sports. Mais au cours de ces deux dernières années, nous avons assisté à un extraordinaire effet catalyseur, les femmes du football, du hockey sur glace et du basket-ball, entre autres, demandant que leurs droits soient reconnus en tant qu'athlètes, femmes, travailleuses et supporters.

Les footballeuses ont joué un rôle important dans la création de cette dynamique : de l'action en justice pour discrimination sexuelle qu'elles ont intentée en 2015 contre la FIFA pour avoir joué sur du gazon synthétique lors de la Coupe du monde de football féminin de 2015, aux demandes continues d'égalité de traitement, d'amélioration des chances et des conditions au sein des fédérations nationales et internationales, en passant par les voix courageuses qui se sont élevées contre les discriminations, les violences et les abus en termes de genre au sein des fédérations de football.

En réponse, la FIFA mondiale a pris des mesures importantes pour accorder la priorité aux droits de

l'homme sur l'agenda mondial et pour mettre en œuvre des normes dans toutes ses activités. Le Rapport Ruggie, « For the Game, For the World : FIFA and Human Rights » publié sous forme de rapport indépendant en 2015 par John Ruggie de l'université de Harvard, est basé sur les Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme (« UNGP ») et présente des recommandations pour que la FIFA intègre les droits de l'homme dans ses activités internationales. Ce rapport représente une étape clé dans le mouvement. Par la suite, en avril 2016, la FIFA a introduit un engagement en faveur des droits de l'homme et de l'égalité des sexes dans ses statuts révisés et en mai 2017, la FIFA a publié sa politique phare en matière de droits de l'homme.

Les organismes sportifs qui ont adopté les UNGP les appliquent désormais à la gouvernance quotidienne du sport et aux grands événements sportifs. Pour contribuer à cette tâche, des organisations comme la FIFA disposent d'un personnel interne dédié aux droits de l'homme, ainsi que d'un conseil consultatif indépendant sur les droits de l'homme. Le centre pour le Centre for Sport & Human Rights joue un rôle important dans ce domaine en réunissant les parties prenantes des droits de l'homme autour de ces questions cruciales dans le sport, en partageant les connaissances sur les pratiques d'excellence, en renforçant les capacités grâce à des outils destinés à aider les organismes sportifs à mener un travail essentiel pour ancrer le respect des droits de l'homme et protéger ceux qui sont impliqués dans le sport et ses manifestations. Il est essentiel de veiller à ce que les personnes qui sont au cœur du sport - ses athlètes - soient respectées et protégées.

Par Mary Harvey, PDG du Centre for Sport & Human Rights ; ancienne championne de la Coupe du monde de la FIFA en 1991 et médaillée d'or aux Jeux olympiques de 1996.

LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE DANS LE FOOTBALL FÉMININ

3



LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE DANS LE FOOTBALL FÉMININ

Ces dernières décennies, on a assisté à l'ascension fulgurante du football professionnel comme l'un des premiers produits de divertissement. Propulsés par les nouvelles technologies et la mondialisation, les plus grands matchs de football et les plus grands clubs ont élargi leur base de supporters et transformé leurs activités. Ce sport a ainsi séduit des sponsors de pointe et de nouveaux investisseurs, et la valeur (de diffusion) dans les médias des plus grandes compétitions n'a cessé de grimper.

L'expansion de ce secteur a toutefois largement exclu les joueuses qui ont été longtemps marginalisées jusqu'à récemment, et écartées par le sport le plus populaire au monde. Toutefois, la dynamique change et le football féminin commence à attirer de plus en plus d'investissements et d'intérêt. Aujourd'hui, on observe des signes encourageants qui montrent la popularité croissante du football féminin à l'échelle mondiale, et dans certains endroits à un rythme exponentiel. Aujourd'hui, plus des trois quarts des répondants de notre Enquête auprès des parties prenantes de la FIFPRO 2019 (y compris les confédérations, fédérations et ligues) ont déclaré qu'ils estimaient que les opportunités commerciales continueraient à s'améliorer dans le football féminin et que les revenus augmenteraient également de manière significative.

ÉVALUATION DE LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE

Pour étudier de près l'état actuel et la croissance du football féminin, la FIFPRO a travaillé avec des partenaires de recherche pour analyser le paysage du secteur. Il s'agissait de cartographier les faits et les chiffres aux niveaux mondial, continental et national. En général, pour évaluer la croissance économique et la valeur financière du secteur du football, on examine les trois sources de revenus suivantes : le jour du match, la diffusion et la publicité. Cette approche consistant à répartir les recettes dans ces trois catégories reflète le cadre conventionnel dans lequel les clubs de football et les entités sportives similaires présentent des chiffres financiers. Notre recherche s'est limitée à la collecte de données portant spécifiquement sur les produits d'exploitation. Voici quelques explications aux obstacles restreignant cette portée :

- La professionnalisation du football féminin n'en est qu'à ses débuts. Certaines données financières et opérationnelles cruciales manquent tout simplement ou sont inexactes.

- Les accords financiers et autres accords commerciaux et de diffusion sont rarement rendus publics. Diverses fédérations et ligues ont signalé qu'elles n'étaient pas en mesure de faire part de leurs chiffres financiers en vertu de clauses de confidentialité.
- Dans bien des cas, les équipes de football et les départements féminins sont intégrés dans la structure d'un club ou d'une fédération, et il est donc difficile d'évaluer leurs propres performances financières indépendamment de celles des équipes masculines.

Nous présentons ensuite nos conclusions sur les tendances économiques et le degré de croissance en fonction de la fréquentation des matchs, de l'audimat et du sponsoring.

Dans ce rapport, nous, en tant que FIFPRO, nous concentrons sur la manière dont les conditions de travail des joueuses sont prises en compte dans le cadre de cette croissance économique.



FRÉQUENTATION DES MATCHS

La foule est un composant essentiel du produit commercial du football professionnel. La présence d'un plus grand nombre de personnes aux matchs en direct permet de créer des possibilités de sponsoring, de renforcer la notoriété de la marque, de soutenir l'engagement à long terme des supporters et d'augmenter les revenus grâce à la vente de billets, d'aliments et de boissons, de parkings, de produits de consommation, etc. Cependant, les tendances en matière de fréquentation des matchs de football féminin doivent être prises en compte en même temps que d'autres facteurs. Il est évident que les tournois et les matchs de football féminins sont attribués à des zones géographiques spécifiques pour des raisons autres que l'objectif d'une fréquentation maximale. Parmi les autres facteurs qui influent sur les décisions, mentionnons la prise en compte de leur impact traditionnel, les nouveaux marchés en croissance et la visibilité dans les régions à faible fréquentation. L'étude sur la fréquentation des matchs est regroupée par catégories suivantes :

- Tournois internationaux
- Matchs de football de club

TOURNOIS INTERNATIONAUX

Le football international joue un rôle crucial dans l'amélioration du profil général du football féminin. Comme les équipes nationales représentent un pays entier, elles sont dans une position privilégiée pour toucher un large public et établir des liens avec de

nouveaux supporters. Dans cette section, nous passerons en revue la fréquentation de la Coupe du monde féminine de la FIFA ainsi que celle des différents tournois continentaux.

Coupe du monde féminine de la FIFA

Notre évaluation des tournois internationaux montre qu'il existe un potentiel de croissance. En dehors de 2003 et 2011, le nombre total de spectateurs à la Coupe du monde féminine de la FIFA n'a pas beaucoup augmenté, mais il se situe autour d'une moyenne de 1,2 million (Figure 2).

2015 avait représenté un nouveau record en termes de nombre total de spectateurs, notamment parce que 24 équipes y participaient par rapport aux 16 précédentes. Toutefois, même avec davantage de matchs sur le calendrier, le tournoi a pu maintenir une participation moyenne par match équivalente au chiffre de 2011 : les deux ont attiré un peu plus de 26 000 spectateurs.

Une performance qui n'a malheureusement pu être battue en 2019 avec la Coupe du monde féminine de la FIFA en France car le nombre de spectateur total a diminué par rapport à 2015. Tous les billets avaient été officiellement vendus pour un grand nombre de matchs, mais beaucoup de spectateurs ne se sont pas présentés. Il n'empêche que les matchs de l'équipe nationale française et beaucoup de matchs éliminatoires ont attiré un très grand nombre de spectateurs.

L'évolution de certaines variables, telles que le nombre

FIGURE 2. ATTENDANCE EVOLUTION AT THE FIFA WOMEN'S WORLD CUP

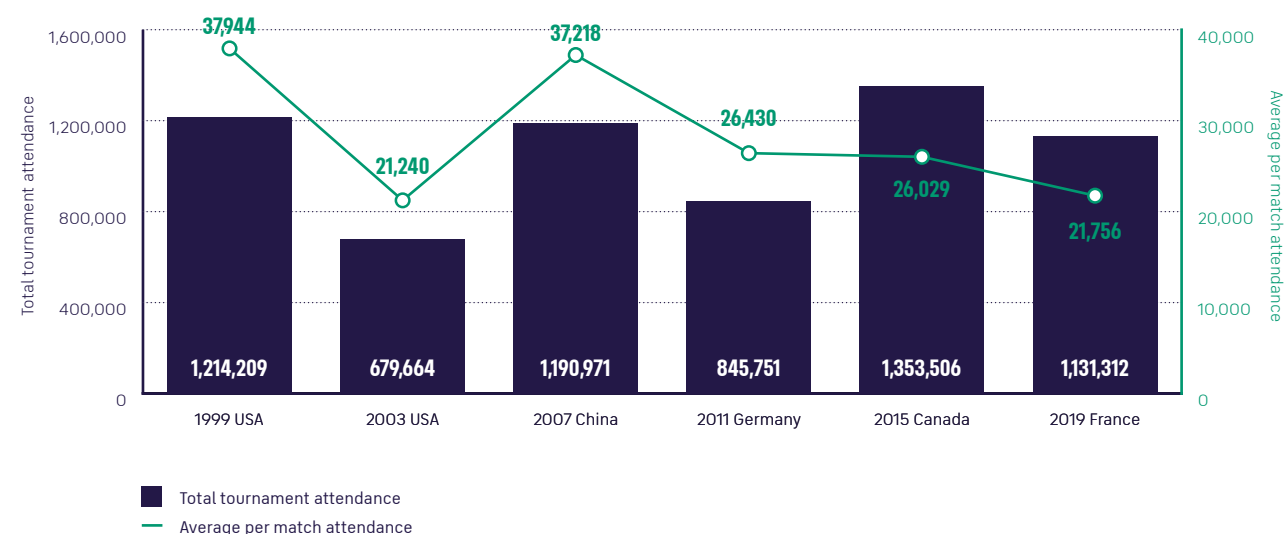


Photo by: Alessandra Tarantino

d'équipes participantes et le nombre de matchs, influe sur les chiffres de fréquentation. Il est révélateur de constater que les chiffres de fréquentation des matchs de la Coupe du monde féminine de la FIFA 2019 sont inférieurs, en moyenne totale et par match, à ceux des Coupes du Monde Féminines de la FIFA 1999, 2007 et 2015.

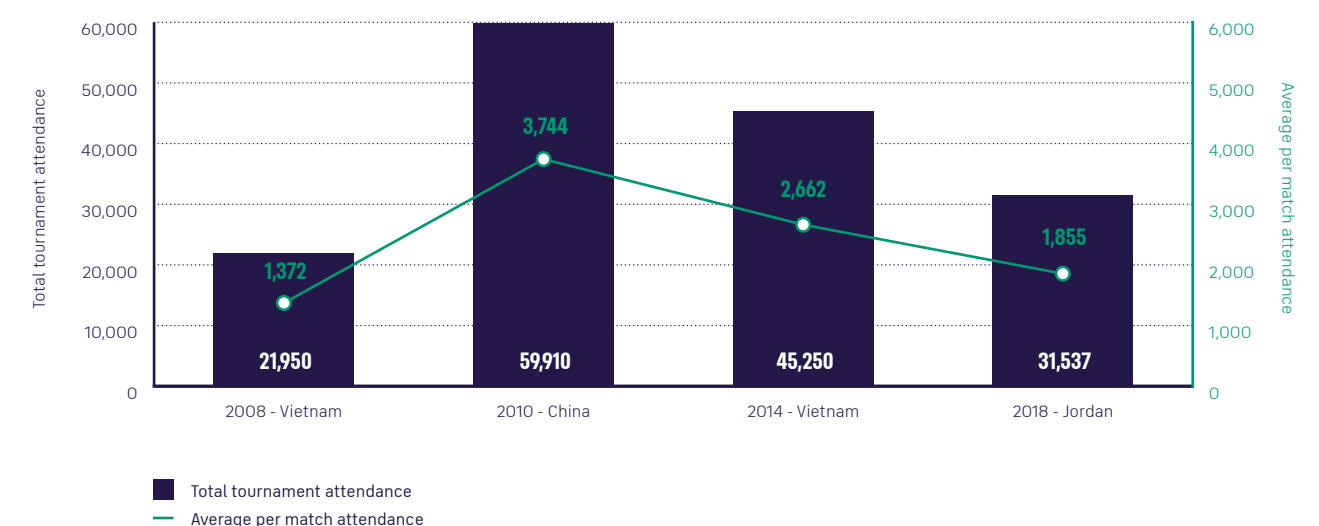
Continental Tournaments

Si on considère un niveau inférieur, la fréquentation des compétitions continentales n'a pas encore atteint les sommets de la Coupe du monde féminine de la FIFA, et les chiffres varient beaucoup selon les régions. Les tendances en matière de fréquentation des compétitions continentales n'ont pas non plus été uniformes d'une région à l'autre ou au sein d'une même région.

La Coupe d'Asie Féminine de l'AFC a attiré un nombre de spectateurs record en Chine en 2010. La moyenne par match ne représentait cependant qu'une fraction de ce qui avait été enregistré lors de la Coupe du monde organisée en Chine en 2007. Ce qui prouve que le pouvoir d'attraction et la valeur de la marque de la Coupe du monde sont difficiles à reproduire (Figure 3).

Cela ne signifie pas pour autant qu'il n'y a aucun signe d'amélioration. En Amérique du Sud, l'édition 2018 de la Copa América Femenina a été la première de l'histoire de la compétition à être entièrement télévisée. Sa visibilité en a été nettement améliorée et selon le CONMEBOL, cette coupe a battu des records en termes de spectateurs et de classement. Le match le plus regardé a été celui du Chili contre le Pérou, par environ trois

FIGURE 3. ATTENDANCE EVOLUTION AT THE AFC WOMEN'S ASIAN CUP



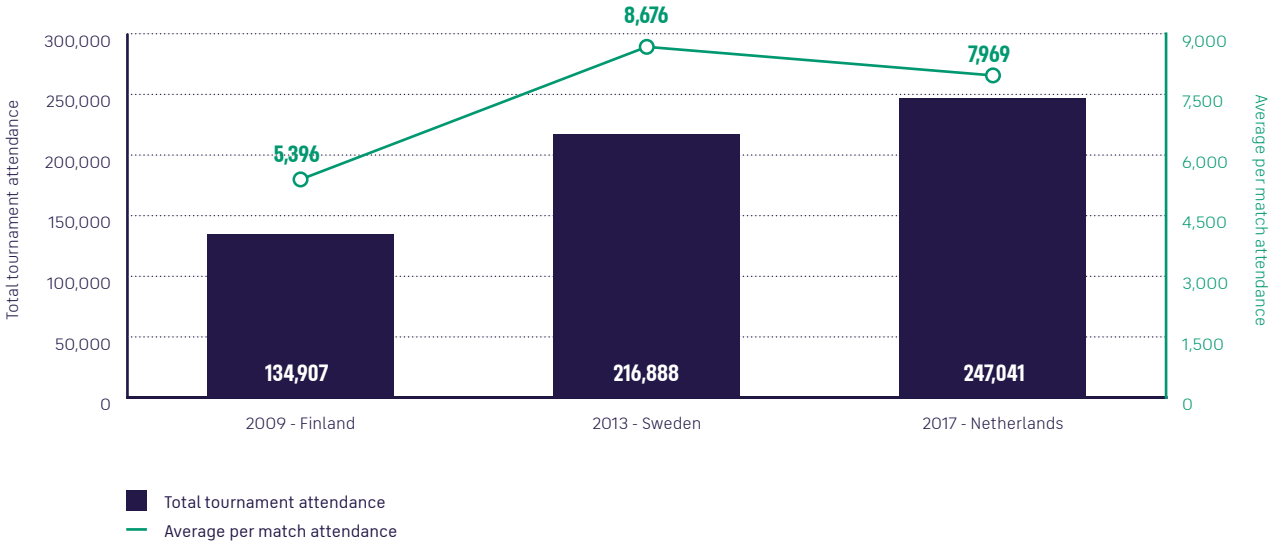
millions de personnes au Chili, soit près d'un cinquième de la population. 18 000 personnes avaient accouru au stade pour l'événement. Le tournoi a été décrit par la télévision chilienne comme un véritable « jalon » dans l'année.

En Europe, la fréquentation moyenne des deux derniers Euros Féminins de l'UEFA (2013 et 2017) a été proche ou supérieure à 8 000 spectateurs, même après l'extension à 16 équipes à temps pour le tournoi 2017. Si ces chiffres sont loin des sommets de la Coupe du monde féminine, il

faut noter qu'une grande partie des matchs de l'Euro se sont généralement déroulés dans des stades plus petits, d'une capacité d'environ 10 000 places assises (figure 4).

Les tournois phares des équipes nationales ont un rôle important à jouer pour le développement du football féminin d'élite. La fréquentation des tournois internationaux affiche une croissance générale au cours de ces dernières années notamment, et des chiffres encourageants dans certaines régions, y compris en Europe et en Amérique du Sud.

FIGURE 4. ATTENDANCE EVOLUTION AT THE UEFA WOMEN'S EURO



Un examen plus approfondi de variables telles que le lieu du tournoi, la capacité des stades et les questions socioculturelles et politiques du pays hôte serait important pour mieux comprendre ces chiffres.

MATCHS DE FOOTBALL DE CLUB

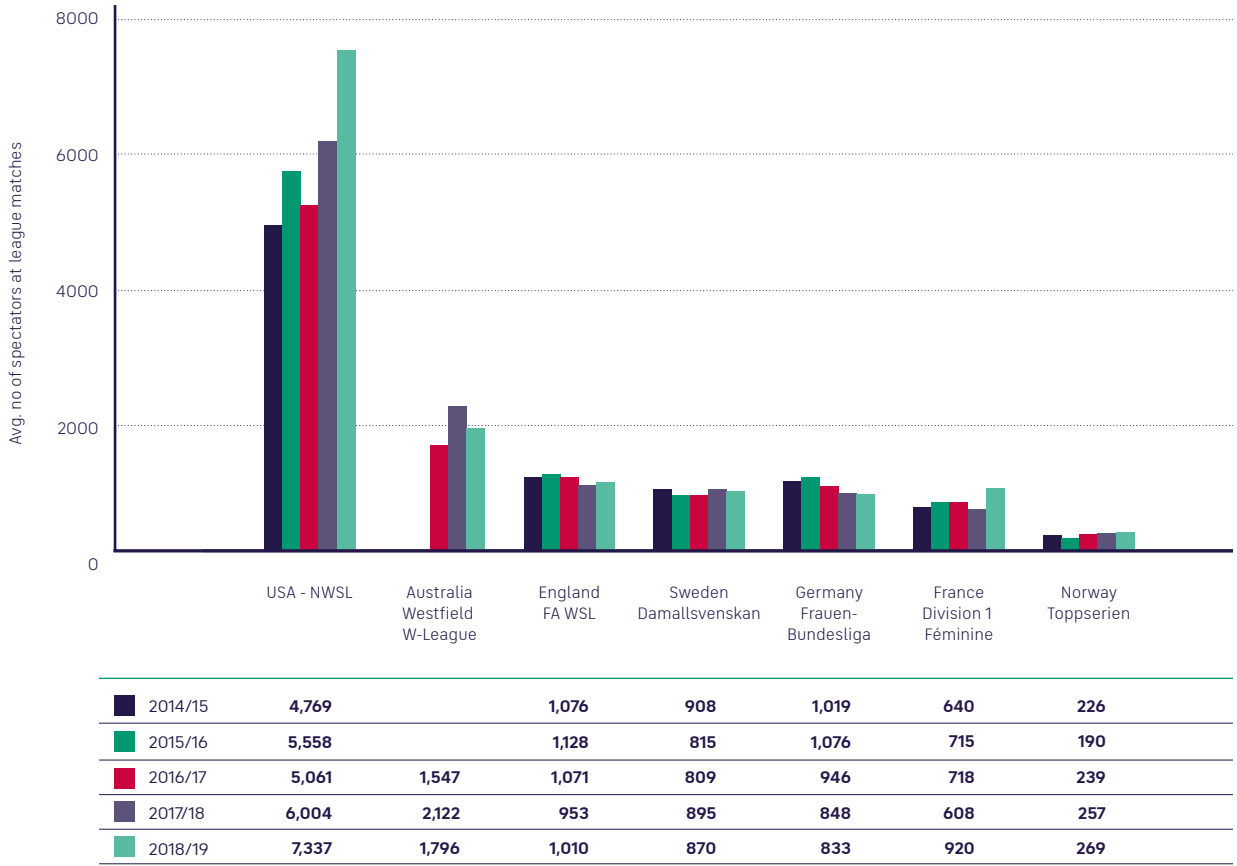
Les chiffres des dernières saisons indiquent que la fréquentation globale des matchs des clubs de football féminin est assez stagnante. Les premières divisions de la plupart des pays affichent en moyenne des chiffres qui peuvent encore être considérés comme faibles - moins de 1 000 spectateurs par match (Figure 5).

Liga MX Femenil, qui a les formats Apertura et Clausura, a affiché des présences moyennes de 1 738 et 1 825 spectateurs. Ces deux ligues ont enregistré le plus grand nombre de spectateurs, soit plus de 30 000. Les chiffres de faible participation de spectateurs peuvent s'expliquer de nombreuses façons. Les répondants de l'Enquête auprès des parties prenantes de

la FIFPRO 2019 et les personnes interviewées citent les facteurs suivants comme causes les plus répandues :

- Absence de marketing et de promotion locale des matchs appropriés, les circuits de communication ne sont pas entièrement mis à profit (par ex. Finale de l'UWCL à Kiev en 2018) ;
- Manque de coordination des calendriers et des horaires des matchs (p. ex., jeux d'hiver) ; incompatibilité avec des créneaux horaires plus définis du football masculin (p. ex. la finale de la Coupe du monde féminine de la FIFA a lieu le même jour que celle de la Copa America et la Gold Cup de la CONCACAF en juillet ; les équipes masculines et féminines de West Ham United jouent simultanément durant la finale de la Coupe féminine d'Angleterre).
- Les matchs des équipes féminines sont souvent organisés loin du siège du club, ce qui perpétue un sentiment de déconnexion avec la base de supporters établie.

FIGURE 5. AVERAGE ATTENDANCE STATISTICS OF SELECT DOMESTIC LEAGUES



NB : Pour les ligues avec une saison estivale (NWSL, Damallsvenskan, Toppserien), 17/18 désigne la saison 2018, 16/17 la saison 2017 et ainsi de suite.

Contrairement à cette tendance, la National Women's Soccer League (NWSL) aux États-Unis s'est développée depuis la saison inaugurale de la ligue en 2013. La saison 2019 a attiré en moyenne 7 337 spectateurs parmi les 9 équipes, ce qui représente les meilleurs chiffres de fréquentation de l'histoire de la ligue, soit une augmentation de 21,8 % par rapport au record précédent de 6 024 spectateurs en 2018. La moyenne de 2019 représentait une augmentation de 71,8 % par rapport à la moyenne de 4 270 pour la saison inaugurale 2013 de la ligue, soit un taux de croissance de 9,4 % par année.

Le Portland Thorns FC se distingue du reste de la NWSL, avec une moyenne de 20 098 spectateurs à domicile et son plus haut taux de fréquentation en 2019, soit 25 218 spectateurs, le 11 août contre North Carolina Courage. Toutefois, il convient de noter que le NWSL avait déjà deux ligues professionnelles depuis 2001, alors que dans d'autres pays, la professionnalisation a commencé plus tard.

Participation élevée de matches de football de club

Si la fréquentation moyenne est généralement faible pour la plupart des ligues, certaines initiatives ont d'ores et déjà démontré qu'il existe - dans de bonnes conditions - un énorme potentiel en ce qui concerne l'augmentation du nombre de spectateurs.

Beaucoup de clubs, à travers le monde, ont déplacé certains matchs de l'équipe féminine dans le stade de l'équipe masculine. Ainsi, en Argentine, Boca Juniors a organisé une double confrontation en mars 2019 lorsque les équipes masculine et féminine ont disputé leurs matchs de championnat le même jour à La Bombonera. Plusieurs équipes espagnoles ont ouvert leur stade principal aux matchs de championnat féminin, notamment des clubs comme le Sporting Gijón, le RCD Espanyol et le Real Betis. Mais l'exemple le plus incroyable est celui de l'Atlético de Madrid Femenino, qui a accueilli le FC Barcelone au nouveau stade Wanda

Metropolitano du club (lieu de la finale de la Ligue des champions 2019) devant 60 739 spectateurs. Ce match a battu un nouveau record d'affluence pour le football féminin européen, en dépassant même le récent match entre l'Athletic Club Bilbao Femenino et l'Atlético, au stade San Mamés qui avait attiré 48 000 spectateurs. Il a également battu le record du monde de football féminin en club, en dépassant les 51 211 spectateurs en mai 2018 dans la Liga MX Femenil du Mexique entre les Tigres UANL Femenil et le CF Monterrey Femenil dans l'Estadio BBVA Bancomer.

Des initiatives similaires ont été prises en Italie, en Angleterre et en France. La section football féminin du Juventus FC a joué pour la première fois au stade Allianz en mars 2019 devant 39 027 spectateurs, dépassant le précédent record de 14 000 spectateurs pour un match de club féminin en Italie. Il faut souligner que l'accès était gratuit, élément à considérer dans la stratégie pour attirer davantage les spectateurs.

Après la Coupe du monde féminine de la FIFA 2019, on constate une nette augmentation de la fréquentation des matchs de football de club dans des pays comme l'Angleterre et la France. En Angleterre, six matchs de WSL lors de la première journée de la saison 2019/20 ont attiré au total 74 247 spectateurs en septembre. Pour mettre les choses en contexte, le chiffre pour l'ensemble de la saison 2018/19 était de 107 141. En France, 30 661 spectateurs ont assisté au match entre l'Olympique Lyonnais Féminin au Paris Saint-Germain Féminin en novembre 2019, battant le précédent record de 25 907 établi par les deux mêmes équipes en avril 2019. Les événements de prestige tels que les finales de coupe peuvent également attirer de grandes foules.

En Angleterre, la participation à la finale de la Coupe d'Angleterre de football féminin au stade de Wembley est en progression: plus de 40 000 personnes en 2018 comme en 2019. Cette dernière finale entre Manchester City et West Ham United aurait pu attirer plus de spectateurs encore si elle n'avait pas eu lieu en même temps qu'un match à domicile de Premier League disputé par l'équipe masculine de West Ham.

Le résultat encourageant de ces matchs montre que les équipes féminines peuvent espérer des foules plus importantes que la moyenne lorsqu'elles jouent dans des lieux bien établis et plus accessibles, lorsque les ressources appropriées sont consacrées à un marketing efficace et lorsque le match lui-même tient compte des besoins et des intérêts des supporters. Les stades emblématiques et modernes, généralement dédiés aux matchs de football masculin, peuvent générer une fréquentation exceptionnelle pour le football féminin.

COMPÉTITIONS EUROPÉENNES DE CLUBS

La compétition phare de la Ligue des champions féminine de l'UEFA (UWCL) ne montre pas non plus d'améliorations majeures pendant le tournoi, comme l'illustre le graphique ci-dessous (Figures 6 et 7). Le nombre moyen de spectateurs a été de 2 494 en 2017/2018, soit moins qu'au cours des deux saisons précédentes. Bien que les chiffres aient augmenté lors du tournoi 2018/2019, ils n'ont pas atteint les sommets des saisons précédentes.

La fréquentation des finales de l'UEFA augmente continuellement, mais l'édition 2018 à Kiev, n'a attiré que 14 000 supporters, quelques jours seulement avant que la finale masculine, dans la même ville, n'attire plus de

FIGURE 6. ATTENDANCE EVOLUTION AT UEFA WOMEN'S CHAMPIONS LEAGUE

Knock-out stage matches, excluding qualifying rounds

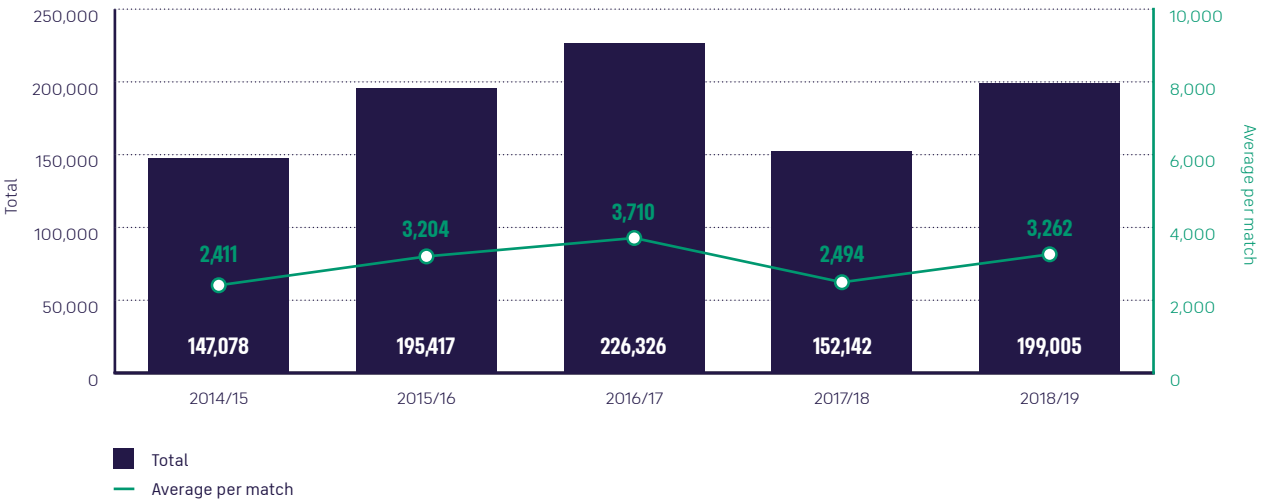


FIGURE 7. UEFA WOMEN'S CHAMPIONS LEAGUE FINALS

Attendance and utilisation

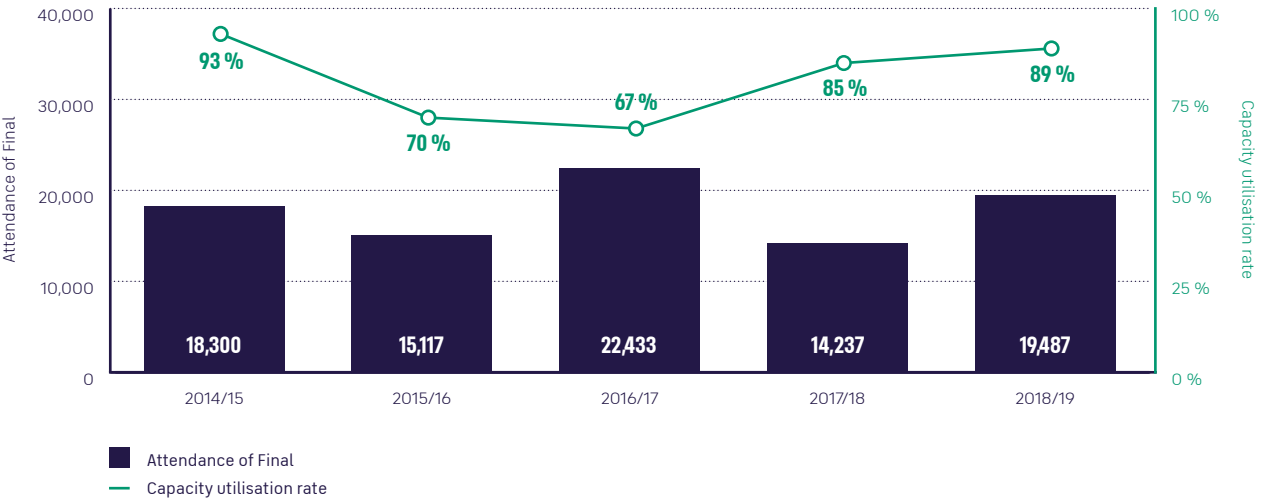


Photo by: Gerrit van Keulen

60 000 supporters. La comparaison (frappante) met en évidence l'intérêt de dissocier d'importants matchs féminins de la compétition masculine pour attirer davantage l'attention et lui laisser plus de place pour se développer. Le développement d'une identité distincte des compétitions féminines sera essentiel pour établir un positionnement unique pour le jeu féminin. À partir de 2018/19, l'UEFA a décidé d'organiser les finales de la Ligue des champions masculine et féminine dans différentes villes, à un intervalle plus important. La finale féminine 2019 s'est déroulée à Budapest devant un stade comble de près de 20 000 spectateurs. Si l'attribution d'un espace dédié a incontestablement contribué à la réussite de l'événement, le taux de fréquentation élevé pourrait également s'expliquer par le prix plus que

raisonnable des billets (environ 3 euros). L'UEFA a récemment annoncé un nouveau format et une restructuration de la Ligue des champions féminine, qui entrera en vigueur pour la saison 2021/22. Ce changement introduit une phase de groupes de 16 équipes avec des droits médiatiques centralisés à partir de la phase de groupes, l'UEFA produisant chaque match pour la télévision ou la diffusion en ligne. Les droits de sponsoring seront partiellement centralisés.

En remplaçant les huitièmes de finale actuels par une phase de groupes, l'UEFA a augmenté le nombre de matchs de 20 %. Cela permet à ceux qui se qualifient pour le tournoi d'avoir accès à des matchs plus compétitifs et à une visibilité accrue.



ÉTUDE DE CAS : ATLÉTICO DE MADRID FEMENINO VS. FC BARCELONA FEMENÍ

Le match entre l'Atlético de Madrid Femenino et le FC Barcelona Femení au stade Wanda Metropolitano, qui a battu le précédent record d'affluence pour le football féminin de club, a constitué l'un des événements sportifs internationaux majeurs concernant le football féminin. Le chiffre officiel était de 60 739 spectateurs, et a battu les records de 53 000 spectateurs en 1920 à Liverpool. Qui plus est, le nombre de téléspectateurs en ligne du match par le biais d'une plate-forme en accès libre a également battu des records, avec un pic de 413 000 téléspectateurs.

Ce succès s'explique par une campagne de communication et de médias bien structurée, qui comprenait une campagne de médias sociaux, l'organisation par l'équipe locale de bus circulant à Madrid avec les portraits des joueuses, une séance de dédicaces organisée dans la boutique du club avant le match et une fête spéciale pour les trois joueuses ayant atteint 100 sélections. L'organisation très rare des matchs des clubs féminins dans les principaux stades des équipes masculines en a également fait un événement exceptionnel. Il fallait absolument sensibiliser au match à venir et attirer les foules.

Les tarifs étaient également un aspect crucial : 56 % des spectateurs, membres du club de supporters local, n'ont pas eu à payer les billets tandis que les 44 % restants n'ont eu à payer que 5 à 10 euros. Ce type de promotion pour les abonnés, les enfants et

les institutions locales peut servir de parfait exemple.

Il est important de souligner que la fréquentation moyenne de l'Atlético de Madrid Femenino pour la saison 2018/19 (sur le terrain d'entraînement) était de 800 spectateurs et de 1 500 spectateurs pour la saison 2019/20 (dans un autre centre d'entraînement). Par conséquent, si les chiffres de fréquentation record sont impressionnants, les moyennes prouvent la nécessité d'un investissement stratégique soutenu sur le long terme.

(NB - Le FC Barcelona Femení a indiqué qu'il ne dispose pas de chiffres de fréquentation pour son équipe féminine pour la saison 2018/19 ; seules les données concernant l'équipe masculine ont été publiées dans son bilan annuel).



Photo by: ZUMA Press, Inc.



ÉTUDE DE CAS : PORTLAND THORNS FC

Le Portland Thorns FC (États-Unis) est l'une des équipes sportives féminines professionnelles les plus performantes au monde, offrant un modèle de réussite pour les franchises sportives féminines.

Le nombre de spectateurs a toujours été supérieur à 10 000, atteignant une moyenne de 20 098 en 2019. Ceci s'explique par différents facteurs :

- The ownership status is unique in Portland as it was the only Major League Soccer (MLS) franchise in 2013 (when the NWSL kicked off) that accepted the invitation to join the new league.
- A strong market is important: Portland is a city that has long embraced football. The existing community bond helped build-up a fanbase for the professional women's team.
- The stadium's location is close to downtown and within a walkable distance from many residential areas.

The Thorns front office handles the Thorns on equal terms with the men's Portland Timbers FC, their MLS counterpart. The two teams' logos at the stadium have the same size and the squads have access to the same training facilities and supporting staff. There are more than 130 employees, almost all of whom work for both the men's and women's teams. Shared resources provide an advantage compared to other franchises which don't have an established male team.



Photo by: ZUMA Press, Inc.

AUDIENCE DE DIFFUSION

Il est essentiel de se fonder sur des accords et des structures de diffusion stables pour sensibiliser et générer des revenus. Dans de nombreux sports, les contrats de diffusion sont généralement négociés au niveau de la ligue ou de la compétition, les recettes étant réparties entre les équipes participantes selon une formule prédéfinie. Les revenus globaux générés par cette source sont souvent révélateurs de la popularité de la ligue et du sport ; les diffuseurs cherchent à obtenir des droits pour des événements sportifs à fort potentiel de fréquentation et des espaces publicitaires précieux.

Les résultats de notre étude sont regroupés dans les catégories suivantes :

- Public international
- Public de football de club
- Nouveaux médias



Photo by: Dave Shopland/BPI/REX

PUBLIC INTERNATIONAL

Le public du football international, et en particulier de la Coupe du monde féminine de la FIFA, a considérablement augmenté. Voilà qui confirme le caractère incitatif des tournois internationaux pour le football féminin. Ceci souligne parallèlement la nécessité d'un engagement plus régulier avec les supporters et les spectateurs.

Les chiffres de visualisation de la Coupe du monde féminine de la FIFA 2019 sont encourageants. L'audimat n'a cessé de grimper au cours des derniers matchs. La FIFA rapporte que 1,12 milliard de téléspectateurs ont regardé le match de 2019 à la télévision à domicile, sur des plateformes numériques ou en dehors du domicile. Le match a atteint 993,5 millions de téléspectateurs individuels pendant au moins une minute à la télévision linéaire à domicile, soit une hausse de 30 % par rapport à la portée du Canada en 2015. (Figure 8)

Parallèlement, les mêmes chiffres pour la Coupe du monde masculine n'ont augmenté que de 20 % - bien qu'à partir d'une base beaucoup plus élevée - entre 2010 et 2018. Alors que le football masculin continue de croître en marge, le football féminin présente relativement le plus fort potentiel pour le secteur du football dans les années à venir.

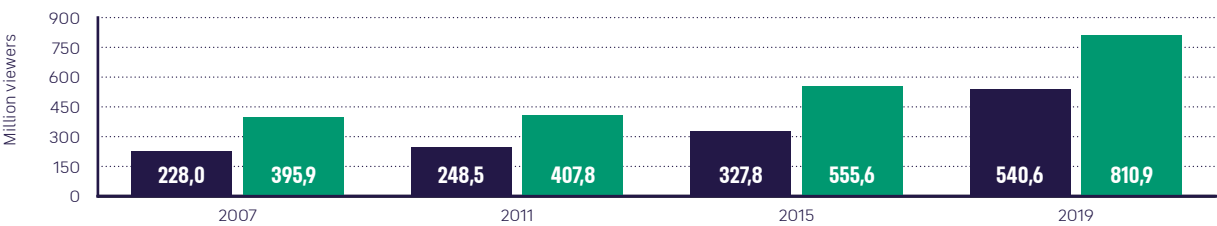
L'édition 2017 du Championnat d'Europe féminin de l'UEFA a battu de nouveaux records d'audimat. Le tournoi a attiré au total 50 millions de téléspectateurs de plus que l'édition 2013, tandis que près d'un quart (4,1 millions) de la population des Pays-Bas a assisté à la victoire du pays hôte en finale. Les matchs d'autres pays, comme l'Angleterre et l'Autriche, ont également battu des records nationaux en tant que matchs de football féminin les plus suivis dans leurs pays respectifs.

Même avec tous ces chiffres de croissance encourageants, la réalité donne à réfléchir : la majorité des personnes interrogées dans le cadre de notre enquête auprès des parties prenantes de la FIFPRO 2019 ont admis que les droits de diffusion des matchs de l'équipe nationale et de la ligue sont souvent cédés gratuitement, ce qui revient à renoncer à une importante source de revenus. Cette étape peut souvent être nécessaire sur les marchés plus restreints parce que le produit ne peut pas encore atteindre une valeur marchande élevée, mais la diffusion des jeux est toujours importante pour accroître la visibilité, générer un buzz et sensibiliser le public. Dans la plupart des cas, les coûts de production sont au moins couverts par le diffuseur et, le plus souvent, le diffuseur public du pays récupère ces droits.

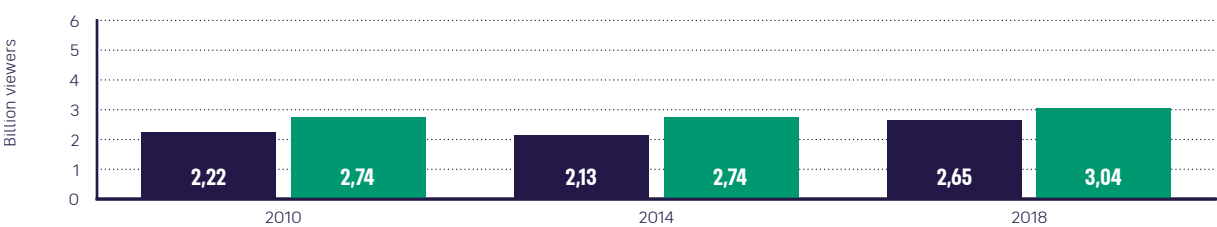
FIGURE 8. IN-HOME AUDIENCE REACH

Total in-home audience reach

FIFA Women's World Cup



FIFA Men's World Cup



■ 3+ consecutive minutes
■ 20+ consecutive minutes

PUBLIC DE FOOTBALL DE CLUB

Si les chiffres récents de la Coupe du monde et d'autres tournois internationaux témoignent d'un développement significatif, il ne faut pas oublier que ces événements n'ont lieu qu'une fois tous les quatre ans. C'est aux ligues nationales et aux compétitions de clubs qu'il incombe de « combler le vide » et de fournir en permanence un contenu de bonne qualité aux amateurs de football.

Les changements réguliers de la structure des compétitions, l'incertitude générale entourant l'existence d'une ligue et les horaires erratiques peuvent nuire aux publics potentiels de diffusion. L'un des principaux défis pour les émissions régulières est de trouver des créneaux horaires de diffusion disponibles en raison de la forte densité et du calendrier fragmenté des compétitions masculines.

À cet égard, le football féminin repose toujours sur le pouvoir d'attraction des grandes finales et des matchs de haut niveau : les finales de coupe et de championnat en Angleterre, en France et en Allemagne attirent régulièrement plus d'un million de spectateurs.

Dans la plupart des autres pays, les droits sur les matchs de football féminin de haut niveau sont souvent vendus sous forme de forfait avec ceux de la ligue masculine (cf. l'Allemagne, où les droits sur la troisième division masculine et la première féminine ont récemment été vendus ensemble). Il est donc impossible de déterminer la valeur du football féminin en tant que produit distinct, ce qui fait obstacle à la négociation des droits de diffusion.

Parmi les autres exemples positifs, citons les premières divisions espagnole, française et américaine, qui ont toutes généré plus d'1 million d'euros de revenus de droits TV par saison dans un passé récent, ce qui témoigne de la puissance des négociations centralisées.

La faiblesse ou l'absence de revenus de la diffusion est un frein au développement du football féminin. La répartition centralisée des revenus de diffusion pour tous les clubs d'une ligue peut permettre de relancer la croissance. Cela nécessite des décisions de leadership et d'investissement pour pourvoir les compétitions

FIGURE 9. ANNUAL BROADCASTING INCOME FOR TOP EUROPEAN DIVISIONS (2018/19)

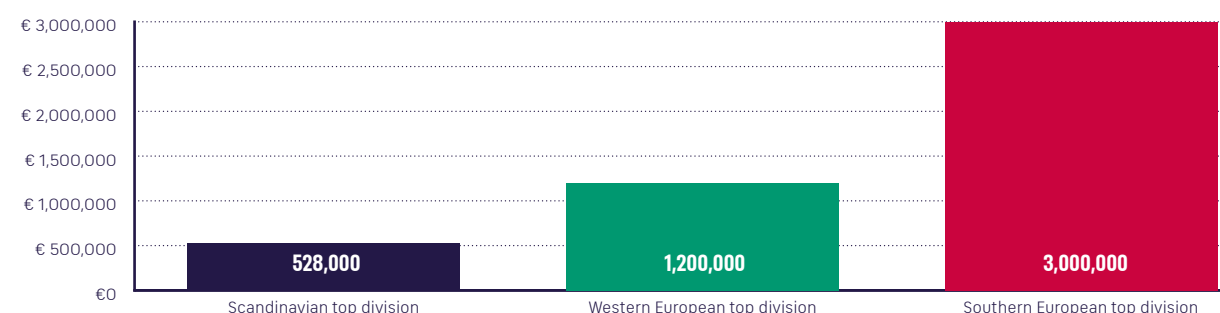


Photo by: Vegard Wivestad Grøtt

existantes d'un environnement de diffusion concurrentiel sur le marché des sports et du divertissement.

NOUVEAUX MÉDIAS

Le paysage en mutation des habitudes de consommation des médias et l'essor des nouvelles technologies sont autant d'occasions pour le football féminin d'atteindre un public plus large, un nouveau public qui peut être ciblé partout dans le monde à un coût désormais bien moindre.

Bien que la télévision soit toujours à la pointe de la retransmission sportive en direct, d'autres solutions prennent de plus en plus d'importance. Les nouveaux médias incluent le streaming, les médias sociaux et d'autres plateformes non traditionnelles qui offrent des solutions de diffusion innovantes pour la diffusion des matchs de football féminin. Si la plupart des médias traditionnels et des chaînes de télévision ont lancé leurs propres plateformes comme une extension à leur offre habituelle, le streaming en ligne est également adopté par les plateformes de médias sociaux populaires (par ex. Facebook et Twitter) et des entreprises de télécommunications et de technologie (p. ex. Amazon, Verizon, Yahoo). De plus en plus d'entreprises tentent d'améliorer leur visibilité en se constituant un portefeuille de droits sportifs en ligne et en streaming.

Les répondants à notre Enquête auprès des parties prenantes de la FIFPRO 2019 ont été nombreux à affirmer qu'il est souvent possible d'assister aux matchs des

équipes nationales en ligne, surtout si la diffusion est gérée par la chaîne de télévision publique de leur pays.

Certaines ligues ont une approche inventive pour obtenir une plus grande visibilité. La première division suédoise, le Damallsvenskan, par exemple, montre tous ses matchs en ligne depuis plusieurs saisons. La FA WSL (Championnat d'Angleterre féminin de football) en Angleterre a lancé la FA Player en 2019, où tous les matchs de championnat de haut niveau sont diffusés en ligne et avec l'application. La NWSL aux États-Unis diffuse tous ses matchs en ligne et offre des rediffusions à la demande. Ces méthodes de diffusion innovantes facilitent l'accès pour les supporters dans le pays même et depuis l'étranger, la combinaison de plates-formes publicitaires, de l'abonnement et des modèles de télévision à la carte procurant également un certain revenu. Il importe toutefois de noter que cette évolution ne se fait pas entièrement au détriment des émissions traditionnelles de télévision par câble.

D'autres ligues choisissent de diffuser leurs matchs en continu sur leurs propres sites Web ou plateformes de médias sociaux. En Angleterre, par exemple, la FA Player est une plateforme de diffusion en direct gratuite et a accès aux deux niveaux de la compétition nationale féminine. La W-League en Australie est gratuite et accessible au public international dans les pays qui ne détiennent pas de droits de diffusion sur YouTube et par le biais de la chaîne MyFootball. Bien que cela nécessite certainement des ressources dédiées, il y a un avantage pour le détenteur des droits (fédération nationale ou ligue privée) à conserver le contrôle créatif et à façonner la perception de la ligue. Les médias sociaux offrent également un moyen rentable de diffuser les faits saillants des matchs et de communiquer avec des segments de supporters plus ciblés. La subdivision du contenu des matchs en petits clips sert souvent à atteindre et sensibiliser un public plus large.

Investissez davantage. Le niveau sera plus élevé, il y aura plus de spectateurs, nous susciterons plus d'intérêt, les recettes augmenteront.

Joueuse professionnelle | Italie

Enquête de la FIFPRO sur le football féminin 2019



Photo by: Gfieg Cowie/BPI/REX



**AU-DELÀ DE LA COUPE DU
MONDE, IL EST TEMPS DE RESTER
INVESTIES DANS LE JEU - NON
SEULEMENT AU NIVEAU NATIONAL,
MAIS AUSSI AU NIVEAU DES CLUBS
- ET DE FAIRE EN SORTE QUE LES
SPECTATEURS REVIENNENT
ASSISTER AUX MATCHS.**

Millie Bright | Angleterre
Chelsea FC Féminin

BBC Sport (septembre 2019)

SPONSORING

Le sponsoring fait référence à la programmation commerciale, au merchandising et à la publicité des clubs, des ligues, des fédérations et/ou des confédérations. Les fonds provenant de ce sponsoring ont une importance cruciale pour le développement financier du jeu. Les sponsors ont également une importance qui va au-delà du simple gain financier : l'association à des marques établies et à des campagnes bien conçues peut alimenter la notoriété et l'intérêt pour le jeu lui-même. Au début de la professionnalisation en particulier, il est essentiel de trouver des sponsors pour que les ligues ou les clubs bénéficient d'une base financière solide.

Les résultats de notre étude sur le sponsoring sont regroupés comme suit :

- Valeur
- Durée
- Regroupement

VALEUR

À mesure que le football féminin gagne en visibilité et en popularité, les sponsors commencent à exploiter le capital économique et social que représentent les joueuses, ainsi que les valeurs positives qui se reflètent dans le jeu féminin. Les sponsors voient de plus en plus d'opportunités publicitaires claires pour leurs produits, convertissant cette valeur en flux de revenus. Ils investissent plus que jamais et expérimentent des modèles et des modes de diffusion innovants afin d'aligner leurs marques sur les valeurs inhérentes au football féminin.

Nous avons déjà cité cette limite entre autres de notre étude, il est souvent difficile de se faire une idée claire de la force commerciale des entités du football féminin, soit pour des raisons de confidentialité, soit en raison du manque de données fiables ou du regroupement avec les droits des hommes. Cela dit, notre Enquête auprès des parties prenantes de la FIFPRO 2019 et les études secondaires complémentaires ont permis de tirer des conclusions importantes.

Les chiffres suivants illustrent la part des revenus de sponsoring que les clubs et les compétitions de différents profils peuvent espérer sur le marché actuel. Les données recueillies dans le cadre de la préparation de cette étude sont rendues anonymes afin d'en protéger la confidentialité.

Cela donne l'image d'un sport qui est clairement au début de sa professionnalisation, avec des contrats de sponsoring annuels généralement évalués à moins d'un million d'euros. Dans ces conditions, il est encore possible à ce stade de sponsoriser un club ou une compétition pour un coût relativement faible par rapport au football masculin. On observe la même tendance pour les partenaires de l'équipe nationale et les sponsors de la compétition. De ce fait, pour de nombreuses entreprises, l'association à des marques de football masculin est financièrement hors de portée, mais il est encore relativement peu coûteux de pénétrer le marché par le biais du jeu féminin. Pour les innovateurs et les pionniers, il y aura sans doute des retours importants dans ce secteur en pleine professionnalisation.

Par ailleurs, lors de nos différentes discussions avec les sponsors du football féminin, le côté attractif du positionnement des joueuses dans les campagnes de promotion a été régulièrement évoqué. Mastercard a par exemple récemment retenu plusieurs footballeuses comme ambassadrices de la marque, dont la Lyonnaise Kadeisha Buchanan, Saki Kumagai, Wendie Renard, Sam Kerr, Pernille Harder et Ada Hegerberg, première gagnante du Ballon d'Or féminin. VISA a lancé une initiative contribuant à faire connaître 14 joueuses à travers l'Europe. Rien de tel n'a jamais été fait avec le football masculin.

L'attrait commercial général d'un sport est défini dans une large mesure par sa population cible et sa capacité à atteindre les consommateurs, afin que l'image publique croissante et la popularité des joueurs et des clubs puissent être commercialement plus rentables pour le sport lorsque les sponsors et les parties prenantes tirent parti des opportunités.

DURÉE

Les données recueillies dans le cadre de notre Enquête auprès des parties prenantes de la FIFPRO 2019 et de recherches secondaires montrent que le jeu féminin ne se distingue guère de celui des hommes, du moins en ce qui concerne la durée du sponsoring et des transactions commerciales. Voici les principales conclusions :

- L'un des types de droits les plus précieux sont ceux des sponsorings en titre des compétitions. Dans le football féminin, ces accords sont généralement signés pour au moins trois saisons, ce qui témoigne d'un engagement des deux parties. Le dernier contrat

très médiatisé est le sponsoring de la FA WSL par Barclays pour une période de trois ans, à partir de 2019/20.

- Pour les clubs et les équipes nationales, les contrats de fourniture de kits (sponsor technique) sont généralement beaucoup plus longs que les autres types de sponsoring. Les répondants à l'Enquête auprès des parties prenantes ont mentionné que les transactions pouvaient durer jusqu'à 12 ans, mais que six à huit ans n'étaient pas non plus rares. Cela correspond à la tendance observée dans le football masculin : la durée moyenne des contrats des fournisseurs de kits dans les « cinq grands » championnats d'Europe est actuellement de cinq ans et demi, tandis que les principaux contrats de sponsoring de maillots sont généralement signés pour un peu moins de quatre ans.
- Plusieurs clubs de football féminin ont fait état de contrats de sponsoring à court terme qui ne durent qu'une poignée de saisons, tandis que les ligues et les fédérations fonctionnent généralement sur la base d'accords plus longs qui s'étendent sur quatre à cinq ans.

La durée pour laquelle une entreprise s'engage à sponsoriser un club de football ou une compétition en dit long sur la façon dont elle envisage le partenariat et son investissement commercial.

REGROUPEMENT

Comme précisé par de nombreuses parties prenantes en réponse à notre Enquête auprès des parties prenantes de la FIFPRO 2019, il est souvent difficile de

FIGURE 10. SELECTION OF WOMEN'S FOOTBALL SPONSORSHIP DEALS - DOMESTIC LEAGUES 2018/19

Values league naming rights (title) sponsor deals (in EUR)

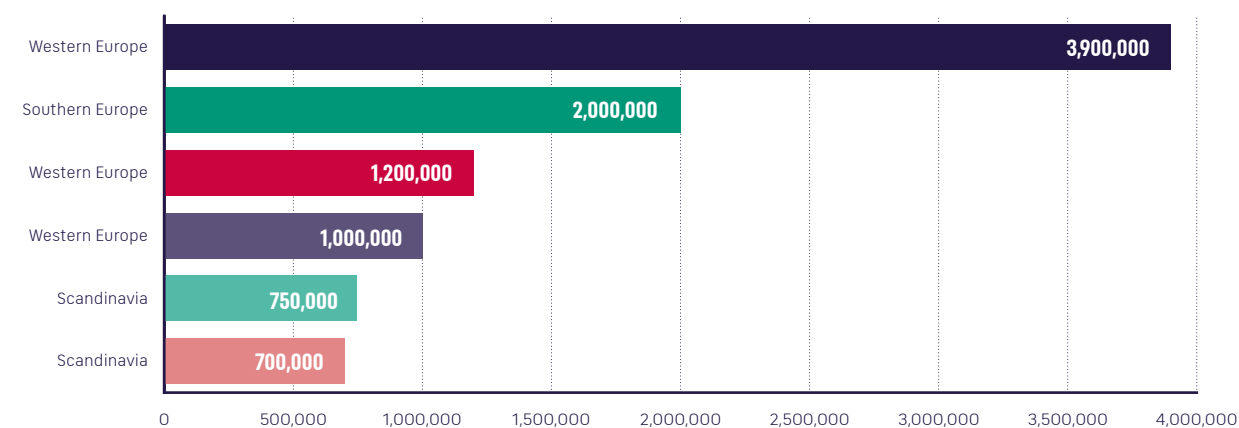
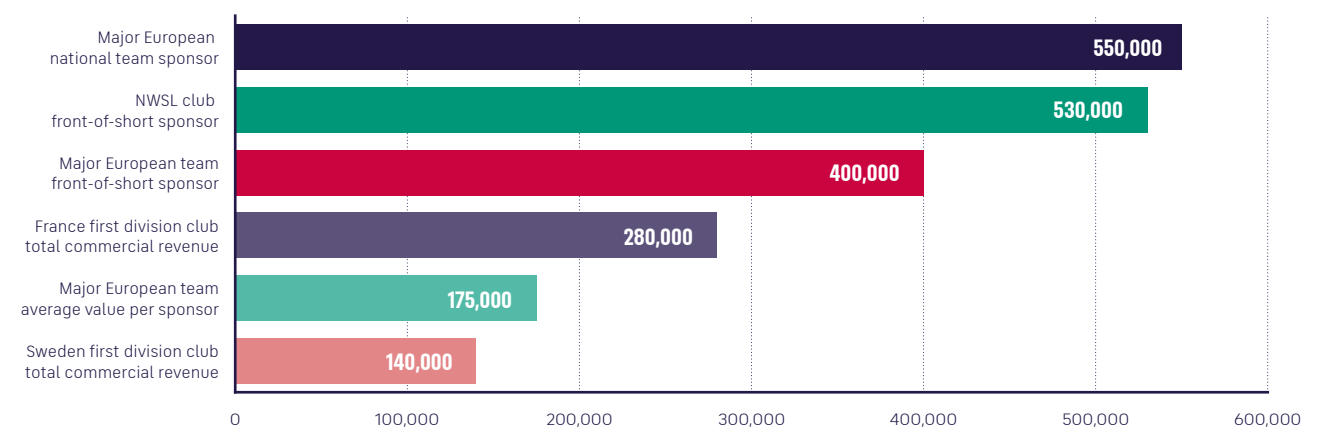


FIGURE 11. SELECTION OF WOMEN'S FOOTBALL SPONSORSHIP DEALS - CLUBS AND NATIONAL TEAMS 2018/19

Annual deal values (in EUR)



chiffrer la valeur des droits commerciaux des clubs et des compétitions féminines, car ils sont souvent vendus dans le cadre d'une transaction plus large, principalement axée sur les équipes masculines. Dans certains cas, le partenariat avec les équipes féminines est simplement considéré comme un prolongement de relations de sponsoring bien ancrées. Tant que ces droits ne sont pas commercialisés séparément, il est impossible de définir avec précision leur valeur marchande réelle.

30 % seulement des fédérations ont affirmé dans l'enquête qu'elles comptent actuellement des sponsors exclusifs pour leur équipe nationale féminine. Les autres font état d'ententes qui englobent des équipes masculines et féminines, la plupart fondées sur des relations antérieures avec l'équipe masculine. Il est peut-être avantageux d'utiliser des synergies avec l'équipe masculine, mais ce peut également être un obstacle au développement et à l'évaluation indépendants du football féminin. Lorsque les sponsors sont partagés, le montant total doit également indiquer la valeur individuelle associée à chaque équipe.

Bien entendu, les sponsorings combinés ne sont pas nécessairement préjudiciables au développement du football féminin, mais tant que ces droits ne sont pas commercialisés séparément, il est impossible de définir une valeur marchande réelle et appropriée. Il faut des

repères pour déterminer les futures transactions et éviter une sous-évaluation des droits commerciaux.

Une analyse des 10 ligues nationales de première division offre un tableau très varié de la manière dont les ligues et les clubs regroupent les droits des hommes et des femmes. Tout d'abord, dans certains pays, dont la Suède et les Etats-Unis, la plupart des équipes féminines professionnelles n'ont même pas d'équipe masculine affiliée ; beaucoup ont été constituées indépendamment. La FA Women's Super League est la seule compétition de notre échantillon dans laquelle toutes les équipes participantes font partie de clubs de football masculins bien implantés (Figure 12). Parmi les clubs qui ont à la fois un club masculin et un club féminin, seulement 34 % se partageaient un sponsor principal de maillot. Les deux tiers des clubs ont des partenaires différents pour les deux équipes. En ce qui concerne les forfaits de droits de sponsoring, il convient de faire des recommandations au cas par cas. Cependant, même si les droits sont vendus ensemble, ils doivent indiquer une valeur distincte pour chaque équipe afin de pouvoir faire une estimation et assurer un suivi adéquat de la valeur de l'équipe féminine.

Et enfin, jetons un coup d'œil sur la situation du sponsoring en Coupe du monde masculine et féminine et la manière dont il est géré.

FIGURE 12. FRONT-OF-SHIRT SPONSORSHIP LANDSCAPE OF WOMEN'S FIRST DIVISION LEAGUES AROUND THE WORLD 2018/2019



Coupe du monde de la FIFA - Structure de sponsoring

Sous sa forme actuelle, la structure de sponsoring de la WWC est étroitement liée à celle des hommes. Les principaux acteurs sont les partenaires de la FIFA, qui ont un accès privilégié au football féminin grâce à leur contrat avec l'instance dirigeante. Certes, la présence est une chose, mais le niveau de participation et le degré d'implication dans le tournoi sont également essentiels lorsqu'il s'agit d'examiner la valeur qu'un sponsor peut apporter. Lors de la préparation de la Coupe du monde féminine 2019, il est apparu que les attitudes avaient changé : certains sponsors qui n'avaient accordé jusqu'à présent aucune importance stratégique aux droits de l'événement féminin se sont intéressés davantage à l'organisation de programmes spécialisés.

Bien que les six principaux partenaires de la FIFA soient tous présents aux deux tournois (voir Figure 12), le reste de la pyramide des sponsors est différent pour les deux événements. Alors que la Coupe du monde masculine de la FIFA comporte une structure à trois niveaux dans laquelle des sponsors régionaux et de tournois spécifiques se joignent aux six partenaires de la FIFA, la Coupe du monde féminine de la FIFA (WWC) ne compte actuellement que des partenaires dits nationaux comme deuxième niveau. La valeur combinée des

transactions de ces six partenaires de la WWC a été estimée à 11,75 millions USD par Sportcal. Les responsables de la FIFA ont déjà fait part de leur intention de mettre en place une nouvelle stratégie commerciale à partir de 2022, ce qui permettrait de dissocier les droits des deux tournois et pourrait même introduire dans la pyramide de la WWC des sponsors régionaux et de tournois spécifiques. Cette décision marquera une étape décisive pour la future structure commerciale du football féminin.

BILAN DE LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE

Le football féminin suscite un plus grand intérêt commercial ; les matchs attirent de plus en plus de monde et montrent des signes de potentiel incroyable, l'audimat augmente et de nombreux nouveaux sponsors ont récemment surgi comme partenaires de haut niveau. Comme le football masculin (d'élite) est de plus en plus saturé par les contrats de sponsoring et qu'il devient de plus en plus difficile de se démarquer, le football féminin offre ce que l'on pourrait appeler un investissement alternatif. En outre, le coût d'une transaction dans le secteur du football féminin est encore relativement faible, alors que les bénéfices potentiels seront considérables si l'intérêt général continue de croître. Ce scénario de « risque faible, rendement élevé » peut être attrayant pour de nombreux diffuseurs, sponsors et investisseurs potentiels.

FIGURE 13. FIFA WORLD CUP – SPONSORSHIP STRUCTURE





ÉTUDE DE CAS : INVESTISSEMENT DANS LE SPORT FÉMININ



La compagnie d'électricité Iberdrola organise des programmes réussis de promotion du sport féminin

Iberdrola est le sponsor en titre de la première division espagnole depuis 2016. La compagnie d'électricité de Bilbao a été la première en Espagne à s'engager en faveur de la participation des femmes dans le sport. Cette initiative a été partiellement encouragée par le gouvernement espagnol : en 2016, le ministère de l'Éducation, de la Culture et du Sport a lancé une opération intitulée Univers féminin, visant à promouvoir et développer le sport féminin et reconnaître le rôle des femmes dans le sport et dans la société.

Dans le cadre de cette initiative, Iberdrola a organisé une campagne intitulée « Femmes, santé et sport », qui vise à promouvoir les réussites du sport féminin, l'égalité des sexes et des habitudes saines dès le plus jeune âge. L'objectif principal était de sensibiliser l'opinion publique au rôle actif et fondamental des femmes dans le sport en Espagne. Le programme a fait le tour de sept villes espagnoles en 2017 et de cinq autres en 2018.

Iberdrola a également collaboré étroitement avec 15 fédérations sportives espagnoles, le football n'en étant qu'un exemple. Pour Iberdrola, l'égalité des sexes est une valeur essentielle de l'organisation. L'entreprise est considérée comme l'une des plus attrayantes pour les femmes en Espagne. Voilà un engagement exemplaire de sponsoring au-delà des aspects purement financiers visant à développer des partenariats fondés sur des valeurs communes.



ÉTUDE DE CAS : LE SPONSORING DU FOOTBALL FÉMININ



L'UEFA a annoncé un partenariat avec VISA – le premier sponsor de la Fédération européenne dédié au football féminin

Les clubs et les ligues qui avaient des équipes masculines et féminines ont en général regroupé les droits de sponsoring du football masculin et féminin. Mais le football féminin se professionnalise de plus en plus, il doit créer ses propres structures et sortir de l'ombre des marques de football masculines bien établies. Les droits commerciaux peuvent être commercialisés indépendamment pour pouvoir déterminer leur véritable valeur sur le marché servant de référence pour une croissance future.

Une étape importante dans cette direction a été franchie lorsque l'UEFA a annoncé un accord de sept ans avec Visa pour le sponsoring de la Ligue des champions féminine et d'autres compétitions de l'UEFA. Ce n'était que le premier d'une série d'autres partenariats futurs qui souhaitaient dissocier ces droits du football masculin. Visa a également rejoint la plate-forme marketing de l'UEFA pour le football (Together #WePlayStrong), dont l'objectif est d'encourager les filles et les femmes à jouer au football.

Pourquoi Visa et d'autres investissent-ils dans le sport ? Adrian Farina, responsable du marketing chez Visa Europe, explique qu'il était logique d'investir dans le football féminin, « une opportunité incroyablement peu exploitée ». Les valeurs d'inclusion et d'égalité qui caractérisent le football féminin sont parfaitement alignées sur la marque et la vision de Visa. Visa compte bien s'imposer avec ce partenariat de l'UEFA, devenir un leader dans ce domaine et inciter d'autres marques à faire de même.

Pour Visa, le football féminin présente plusieurs atouts qui en font une proposition attrayante pour les sponsors potentiels. L'authenticité et l'engagement des joueuses à réussir dans un environnement très difficile sont un élément crucial de ce profil. De plus, les joueuses semblent être beaucoup plus proches de leurs supporters que leurs homologues masculins ; il y a moins de clichés de « superstar » qui pourraient être aliénants pour certains.

Visa compte tirer parti de son investissement en lançant toute une série d'initiatives futures, y compris le soutien à 14 joueuses pour les aider à se faire connaître auprès du public et à devenir des ambassadrices de ce sport. Visa considère le manque de modèles et de joueuses de haut niveau comme l'un des principaux problèmes du football féminin, au même titre que la pénurie de retransmissions télévisées en direct et le sous-investissement dans le football de base.



CONDITIONS DES JOUEUSES

4



CONDITIONS DES JOUEUSES

Les environnements de jeu aux niveaux international et national sont essentiels pour les conditions de travail générales des joueuses. La stabilité de la croissance du football féminin va dépendre en grande partie des championnats professionnels nationaux et des compétitions des équipes nationales, ainsi que de la manière dont ces deux niveaux de jeu interagissent et influent sur la vie des joueuses.

Alors que le public s'intéresse de plus en plus aux athlètes de classe mondiale qui participent à la Coupe du monde féminine de la FIFA et aux Jeux Olympiques, le football féminin professionnel de club a fait des progrès en lançant davantage de championnats nationaux et en renforçant d'autres en termes de compétition et de visibilité.

Le chapitre suivant nous permettra d'aborder les conditions des joueuses et les structures au niveau du football de club professionnel et de l'équipe nationale, et d'étudier leur impact sur la vie des joueuses et sur la progression du secteur.

FOOTBALL DE CLUB PROFESSIONNEL

CHARGE DE TRAVAIL ET CALENDRIER DES MATCHS

Afin de s'améliorer, les joueuses doivent participer à des matchs au plus haut niveau. De plus, la saison doit être suffisamment longue pour offrir des opportunités de jeu d'élite ou de haut niveau garantissant le statut professionnel des joueuses.

Nous avons analysé les premières divisions des 24 pays qui ont participé à la Coupe du monde féminine de la FIFA 2019. Il s'agit d'un échantillon qui couvre la plupart des pays où le football féminin s'est développé le plus rapidement ces dernières années. Les données montrent que même les ligues les plus importantes ne comptent que 16 équipes et qu'en moyenne, les premières divisions comptent un peu plus de 11 participants. Dans la plupart des pays, les saisons sont relativement courtes et comptent moins de 100 ou 150 matchs au total (en comptant les éliminatoires). Dans la plupart des ligues, une joueuse peut disputer un maximum de 22 matchs par saison, voire moins, ce qui est à peine suffisant pour un perfectionnement durable. Il n'est donc pas rare que des joueuses professionnelles signent pour deux clubs de pays différents - même au sommet de la pyramide - afin de prolonger leurs propres saisons et de disputer le nombre de matchs propice à leur carrière. Il arrive trop souvent que les joueuses soient obligées de jouer pour plusieurs équipes afin de

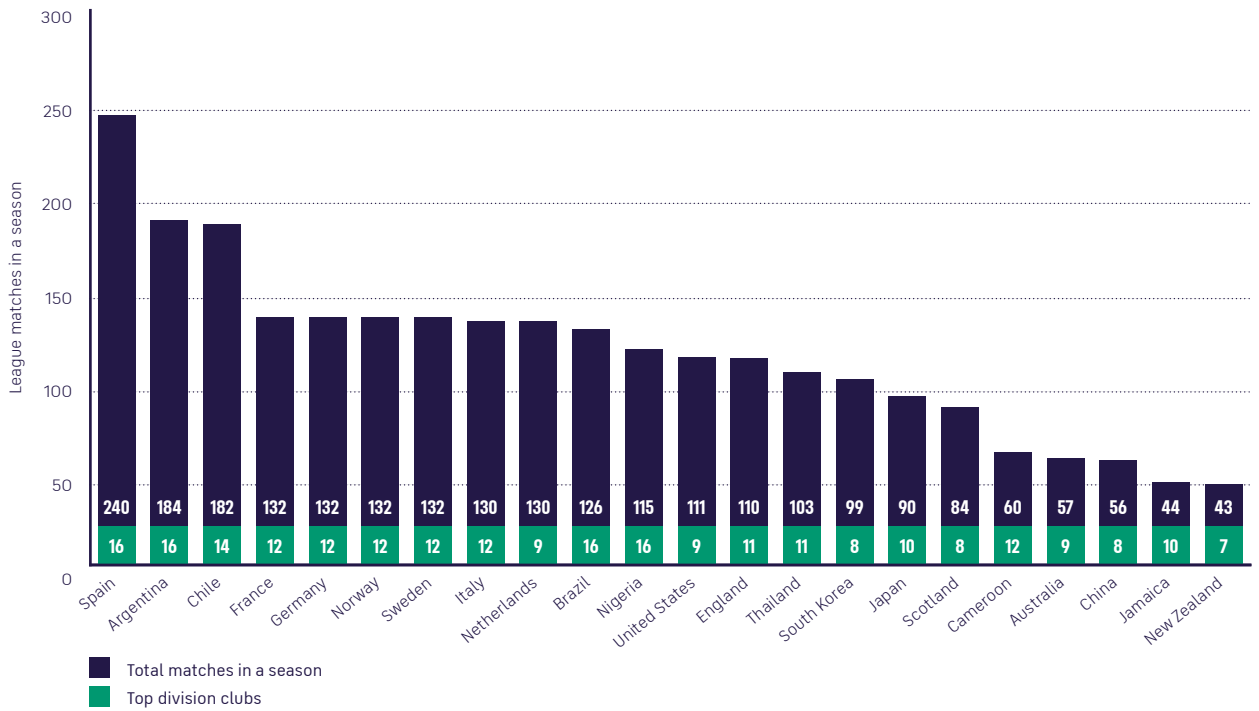
concilier des saisons courtes et des difficultés financières.

Il n'existe que quelques ligues entièrement professionnelles comme en Angleterre (FA Women's Super League), alors que la grande majorité des ligues et des clubs font preuve de divers degrés de professionnalisme. Bien souvent, seul un nombre restreint de joueuses ont un statut professionnel, souvent financé par la fédération nationale de football. L'instabilité financière a marqué bon nombre de ces ligues par le passé, ce qui a entraîné de longs intervalles au cours d'une saison, de fréquents changements du nombre de participants et une incertitude quant aux matchs.

Il faut reconnaître qu'il est souvent coûteux de remplir tous les critères relatifs au statut professionnel et que cela exige une stratégie et un engagement à long terme. Il faudrait davantage d'équipes d'élite pour élever le niveau de jeu dans un pays et améliorer les conditions pour les joueuses. Alors que plusieurs grandes nations du football ont déjà un championnat professionnel reconnu, la domination de quelques équipes seulement (parfois même une seule) crée un déséquilibre compétitif qui nuit à la croissance et au développement à long terme du sport.

FIGURE 14. TOP DIVISION CLUBS AND MATCHES IN 2019 FIFA WOMEN'S WORLD CUP PARTICIPANT COUNTRIES

Latest full season (2018 or 2018/19)



ÉTUDE DE CAS : CALENDRIER INTERNATIONAL DES MATCHS : PARTICIPATION

Le calendrier international des matchs pose des problèmes urgents. Dans certains cas, il y a trop d'affrontements entre le club et le pays ; dans d'autres, les joueurs n'ont pas assez d'occasions d'obtenir un match de compétition.

Beaucoup de joueuses doivent faire face à des conflits de calendrier entre le club et le pays, un choix difficile qu'aucune joueuse ne devrait avoir à faire. La FIFA et les confédérations régionales doivent visiblement mieux coordonner le calendrier international des matchs avec les ligues.

Quant au second problème urgent lié au calendrier international des matchs, il s'agit de la structure des compétitions et de la participation. Une joueuse peut être appelée à représenter son pays et peut même être rémunérée pour le faire, mais dans de nombreux pays, la fédération n'utilise pas la fenêtre du calendrier international des matchs qui lui est attribuée.

L'équipe nationale colombienne n'a par exemple pu participer à aucun match pour son pays durant 700 jours alors qu'elle avait brillé à la Coupe du monde féminine de la FIFA 2015 et aux JO de 2016.

Depuis des années, les footballeuses chypriotes quittent l'équipe nationale dans leur vingtaine parce qu'elles n'ont jamais participé aux qualifications pour la Coupe du monde de la FIFA ou le Championnat d'Europe de l'UEFA. (L'équipe nationale masculine est engagée dans les deux compétitions depuis les années 1960.)

« Même les filles de 20 et 21 ans se sont dit que ce n'était pas la peine de continuer », raconté un membre de l'équipe. La fédération a toujours répété aux joueuses qu'elles n'étaient pas à la hauteur jusqu'à ce que les cadres acceptent officiellement d'inscrire l'équipe féminine aux qualifications pour le Championnat d'Europe. Bien qu'il soit trop tard pour des générations de joueuses, Chypre a commencé à disputer ses premiers matchs de qualification pour le Championnat d'Europe féminin de l'UEFA (à partir d'août 2019) contre l'Écosse, le Portugal, la Finlande et l'Albanie.



Photo by: Dave Winter/Icon Sport

SALAIRES

Les joueuses sont souvent mal rémunérées et leur salaire varie beaucoup d'un pays à l'autre, il est rarement suffisant pour subvenir décemment à leurs besoins. Comme l'établit le Rapport sur l'emploi mondial 2017 de la FIFPRO, les contrats écrits et détaillés sont rares, et la plupart des joueuses qui sont payées reçoivent en général un salaire inférieur à 600 USD par mois (après impôts). Toutefois, d'après notre Enquête de la FIFPRO sur le football féminin 2019 sur l'évolution de leur salaire annuel au cours des trois dernières années, l'une des principales conclusions est qu'en moyenne, les salaires des clubs ont augmenté depuis 2016.

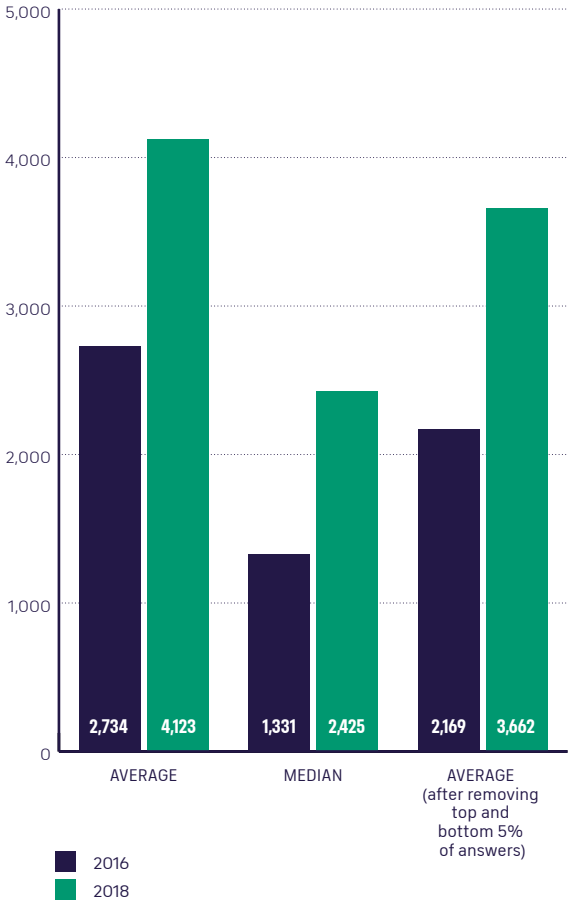
En 2019, nous avons même pu constater des cas où les équipes féminines se sont vu garantir le même salaire minimum que les équipes masculines de leur club. En 2019, les ligues professionnelles pour hommes et femmes en Australie (A-League et W-League respectivement) ont appliqué la même condition de base pour le salaire minimum dans les deux ligues. De même, en juillet 2019, le club professionnel Ajax a été le premier club néerlandais à signer une convention collective pour les joueuses qui garantit aux femmes le même salaire minimum, les mêmes congés, la même assurance maladie et assurance perte de revenu que leurs collègues masculins.

En 2019, une étude de France Football a permis d'établir une liste des salaires annuels estimés des 20 joueuses les mieux rémunérées du club. Ce groupe est largement dominé par des joueurs basés aux Etats-Unis et en France. Cela n'est pas surprenant, étant donné que ces deux pays accueillent plusieurs clubs professionnels très en vue et performants.

Les données montrent qu'il existe de grandes différences, même au sein de ce groupe de tête : le salaire brut annuel de la salariée la mieux payée

est d'environ 400 000 euros, soit plus de 150 % de plus que le salaire de la joueuse classée 20ème. Pour mettre cela en perspective, ces valeurs se situent généralement dans la fourchette de ce qu'un joueur professionnel masculin moyen peut s'attendre à gagner chaque année dans une division européenne de taille moyenne (en dehors des « cinq grandes ligues » d'Angleterre, d'Espagne, d'Allemagne, d'Italie et de France). En outre, les footballeurs masculins des clubs d'élite (participants habituels de la Ligue des champions de l'UEFA) gagnent généralement le même salaire, voire plus en un mois, que celui des joueuses les mieux payées en une année entière. Toutefois, les chiffres ne tiennent pas compte des contrats commerciaux, qui peuvent être importants dans le cas des meilleures joueuses. Les sources de revenus supplémentaires ne sont pas non plus prises en compte.

FIGURE 15. SALARY RECEIVED FROM CLUB
(excluding those who do not receive salary at all)



NB : Les chiffres ne tiennent pas compte des contrats commerciaux ni des sources de revenus supplémentaires. Toutes les réponses ont été converties en chiffres mensuels en euros à des fins de comparaison.

Six des 173 répondants de notre Enquête de la FIFPRO sur le football féminin 2019 ont déclaré ne pas avoir été rémunérés pour jouer ; bien que cela ne représente que 3,6 % de l'échantillon de joueuses, c'est encore inacceptable. Ce sont des femmes qui participent à la Coupe du monde féminine de la FIFA et qui jouent au plus haut niveau.

AVANTAGES NON FINANCIERS

Les avantages non financiers accordés par les clubs sont une caractéristique importante du football féminin d'élite. Les répondants de notre Enquête de la FIFPRO sur le football féminin 2019 ont également été interrogés sur les avantages reçus de leur club. L'hébergement, l'alimentation et l'assurance-maladie, parallèlement à un abonnement au gymnase, sont les trois avantages les plus souvent cités fournis par les clubs aux joueuses. Seulement 17 % des personnes interrogées ont déclaré ne pas recevoir d'avantages de

leur club (Voir Figure 1). Il convient également de mentionner que « Divers transports » signifie souvent que le club rembourse les frais de transport en commun d'une joueuse, généralement un montant relativement faible.

Ces dispositions sont importantes, mais il est essentiel de reconnaître que de nombreux clubs de football féminin renoncent à la responsabilité de rémunérer financièrement leurs joueuses en leur fournissant ces ressources supplémentaires. Les clubs doivent dûment rémunérer leurs joueuses de manière appropriée outre la fourniture d'avantages non financiers pertinents.

FIGURE 16. DO YOU RECEIVE ANY OF THE FOLLOWING BENEFITS FROM YOUR CLUB?

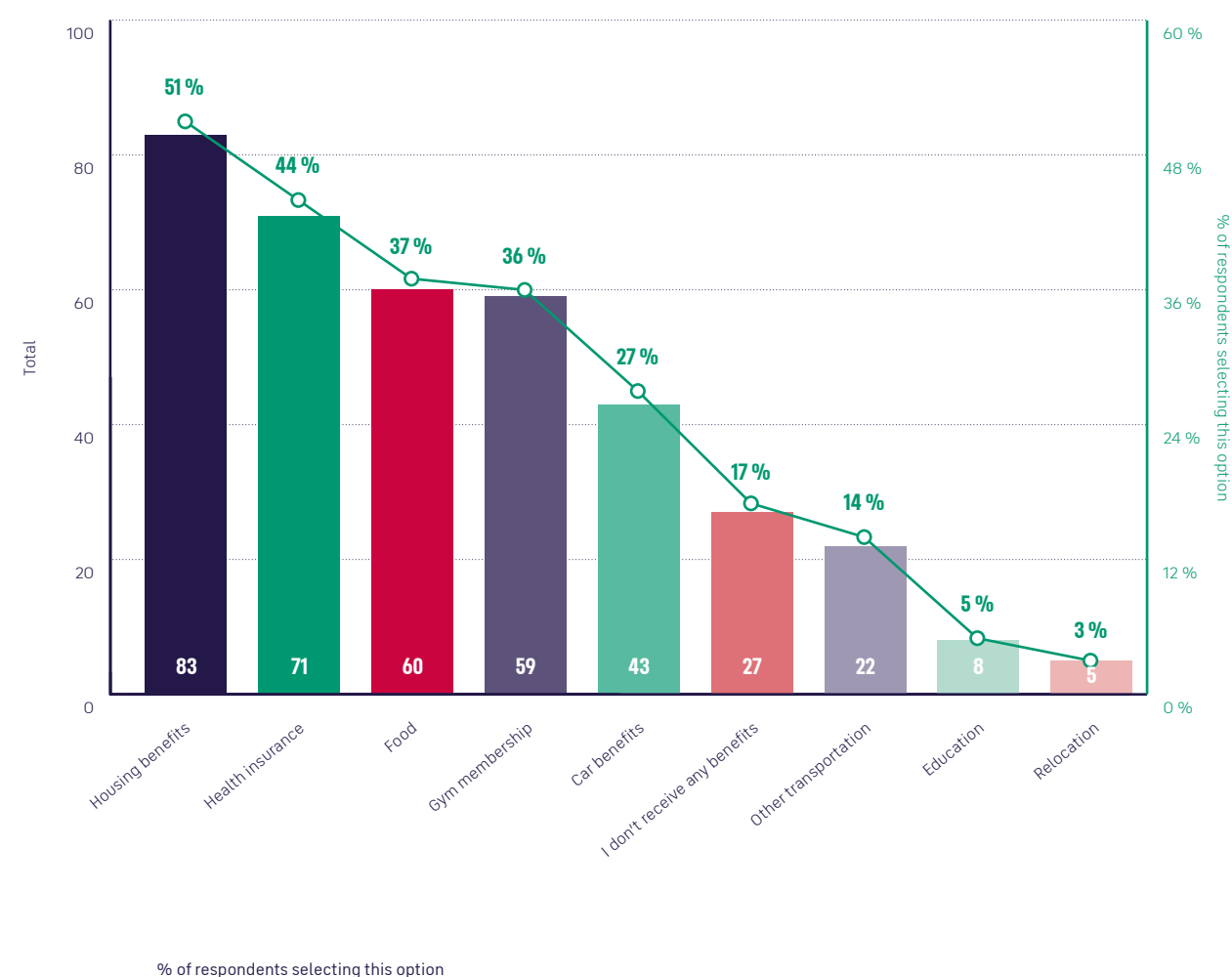
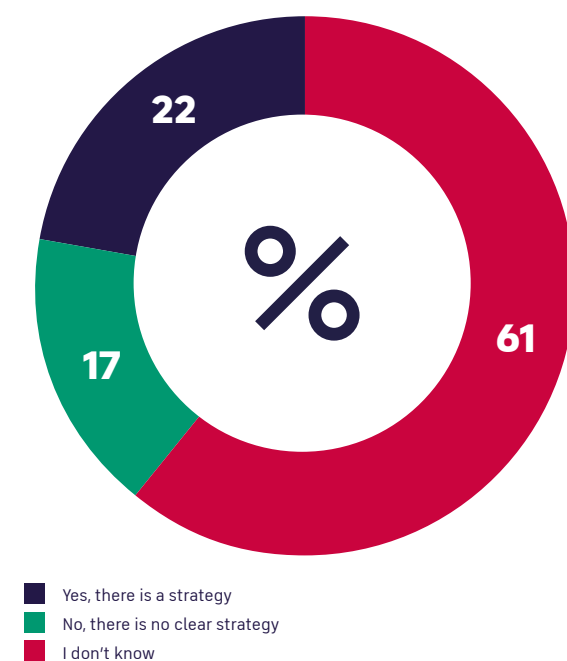


FIGURE 17. DO YOU KNOW IF YOUR CLUB HAS A DEFINED STRATEGY FOR FOSTERING THE GROWTH OF ITS WOMEN'S TEAM?



EFFECTIFS, STRUCTURES ET STRATÉGIES DU CLUB

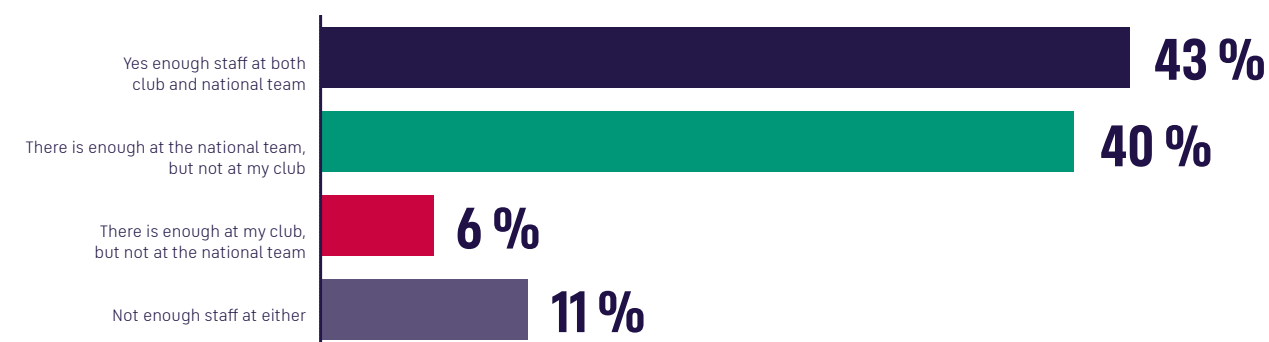
La plupart des répondants de notre Enquête de la FIFPRO sur le football féminin 2019 estimaient qu'il n'y avait pas assez de cadres hautement qualifiés au niveau de la direction et des hiérarchies des clubs de football pour faire avancer le jeu. Le manque de créativité en matière de marketing et de promotion du football féminin a également été souvent cité comme un défi à relever.

À l'occasion de notre Enquête de la FIFPRO sur le football féminin 2019, nous avons interrogé les joueuses de l'équipe nationale sur les stratégies et les ressources humaines du football féminin dans leurs clubs professionnels. Les données suivantes fournissent un aperçu intéressant :

- Sur les 105 joueuses (77,7 % des répondants) qui ont répondu que leur club n'avait pas de stratégie claire ou qu'elles ne le savaient pas avec certitude,
- un peu plus de la moitié (54 joueuses) ont également déclaré que le club manquait de personnel ; il n'avait pas assez d'effectifs de soutien pour répondre à leurs besoins. Seulement 8 d'entre elles ont dit que les effectifs du club étaient suffisants.
- 23 joueuses ont répondu que leur club n'avait pas de stratégie claire.

Il est encourageant de voir que près de la moitié (40 %) des répondants pensent que leur club et leur équipe nationale emploient actuellement suffisamment d'effectifs pour répondre à leurs besoins en tant que joueuses. Mais il est également significatif de constater que 40 % des joueuses pensent que les effectifs sont insuffisants au niveau de leur club, mais suffisants au niveau de l'équipe nationale. Il semble qu'il soit nécessaire d'enquêter davantage sur l'amélioration des ressources humaines dans le football féminin d'élite au niveau des clubs.

FIGURE 18. DO YOU THINK THERE ARE CURRENTLY ENOUGH STAFF EMPLOYED AT YOUR CLUB AND NATIONAL TEAM TO FULFIL YOUR NEEDS AS A PLAYER? (% of respondents selecting this option)



Lorsque nous examinons les postes spécifiques de personnel qui manquent le plus selon les joueuses, nous sommes inquiets de voir que le kinésithérapeute, le médecin de l'équipe et l'entraîneur assistant sont les trois postes les plus souvent cités : (Figure 19).

ENVIRONNEMENTS DE FORMATION ET DE MATCH

Le manque d'infrastructures sportives adéquates a été cité par la plupart des répondants dans le cadre de l'Enquête auprès des parties prenantes de la FIFPRO 2019. Cela ne se limite pas aux stades ; de nombreuses équipes professionnelles doivent même se contenter d'installations d'entraînement médiocres.

Les installations inappropriées sont devenues un sujet de débat mondial en 2015, lorsque les joueuses se sont élevées contre l'obligation de disputer les matchs de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA sur du gazon artificiel - ce qui les exposait non seulement à de plus grands risques pour leur santé et à des blessures, mais témoignait également d'une discrimination fondée sur le sexe.

En 2017, les joueuses irlandaises de l'équipe nationale ont dénoncé l'humiliation d'avoir à se changer en survêtement dans les aéroports parce que la fédération se contentait de leur prêter les tenues ; les joueuses de l'équipe nationale féminine d'Argentine, du Brésil et de Colombie ont attiré l'attention sur le manque de logements, de moyens de transport et de formation,

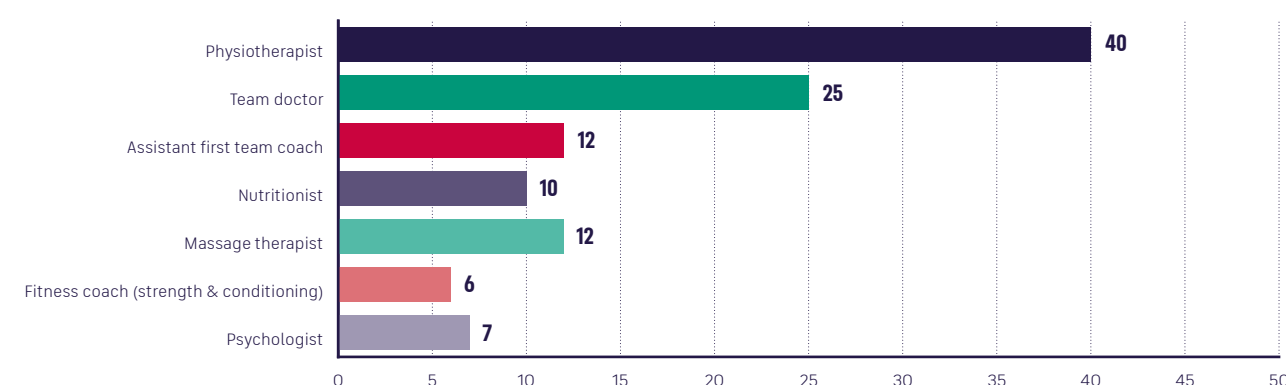
qui sont largement inférieurs à ceux de leurs collègues masculins.

Fin 2019, le syndicat des joueurs colombien Acolfutpro a publié un rapport analysant les conditions de travail dans la Liga Águila Profesional Femenina, la ligue professionnelle féminine de Colombie, et a constaté que huit des 20 terrains d'entraînement utilisés par les équipes du championnat féminin de 2019, la Liga Águila, n'étaient pas adaptés au football professionnel. Certains présentaient des problèmes de sécurité, d'autres étaient accidentés ou privés de pelouse, et la plupart n'avaient ni vestiaires ni douches.

Si les femmes vont aussi loin pour jouer au football, nous pouvons imaginer comment le football féminin progressera lorsque toutes les conditions seront réunies dans le monde.

**Kelly Lindsey | Ancienne joueuse professionnelle des États-Unis
CNN (mars 2019)**

FIGURE 19. WHAT STAFF POSITIONS/ROLES THAT ARE NOT FILLED DO YOU MISS THE MOST?



Remarque : Dans de nombreux cas, les joueuses ont déclaré qu'un travail à plein temps n'était pas disponible pour elles. Dans d'autres cas, elles citent l'absence d'une personne qualifiée dans le rôle.



Photo by: Maurizio Borsari/AFLO



ÉTUDE DE CAS :
**LA FIFA PROPOSE DES CHANGEMENTS RADICAUX POUR
LE DÉVELOPPEMENT DU FOOTBALL FÉMININ**



Le 5 juillet 2019, Gianni Infantino, le président de la FIFA, a tenu une conférence de presse pour présenter cinq propositions pour le jeu féminin, deux jours avant la finale de la Coupe du monde féminine de la FIFA. Elles incluaient notamment la création d'une Coupe du monde des clubs de la FIFA pour les femmes, la création d'une Ligue mondiale féminine de la FIFA (LMF), l'extension de la Coupe du monde féminine de la FIFA de 24 à 32 équipes, le doublement de l'enveloppe pour la prochaine Coupe du monde féminine de la FIFA et le doublement de l'investissement engagé dans le football féminin au cours du prochain cycle de quatre ans, qui passera de 500 millions à 1 milliard de dollars.

Les annonces reconnaissent que de nouvelles initiatives, notamment la création et la réforme de la compétition, sont nécessaires pour garantir que tout le monde puisse profiter du potentiel du football d'élite et des avantages qui lui sont associés. Un autre aspect est la reconnaissance du rôle clé que joue le football de club dans la promotion du jeu féminin, et l'impact que les développements du football de club auront sur le panorama mondial et le jeu international. La Ligue mondiale féminine viserait par exemple à améliorer la qualité et la quantité des opportunités pour le jeu de l'équipe nationale féminine à travers le monde. Elle se présenterait de telle manière que l'ensemble des 211 fédérations nationales pourraient y avoir accès, le développement se faisant à la fois du haut vers le bas et du bas vers le haut. Infantino a déclaré lors de la conférence de presse qu'il souhaitait lancer la Coupe du Monde des Clubs féminins « dès que possible ». La FIFA a déjà prévu des plans pour une Coupe du Monde des Clubs

masculins élargie, qui sera disputée tous les quatre ans, à partir de 2021. En novembre 2019, la FIFA et la Confédération asiatique de football (AFC) ont lancé un championnat de clubs « pilote », connu sous le nom de Championnat pilote des clubs féminins de la FIFA-AFC de 2019. Ce projet pilote, auquel ont participé quatre équipes de l'AFC, s'est déroulé sur cinq jours en Corée du Sud. Il avait pris la forme d'un simple tournoi à la ronde, remporté par le Nippon NTV Beleza comme premier vainqueur.

Les propositions d'investissement présentées dans leurs récentes annonces, ainsi que la possibilité accrue de visibilité grâce à la compétition d'élite, montrent que la FIFA s'attache à assurer un développement qui se répercuterait en cascade sur les structures du football dans chaque pays participant. Les propositions encourageraient le renforcement des compétitions nationales et, en fin de compte, des clubs, des ligues et des structures de base.



Photo by: Rex by Shutterstock

ÉQUIPES NATIONALES

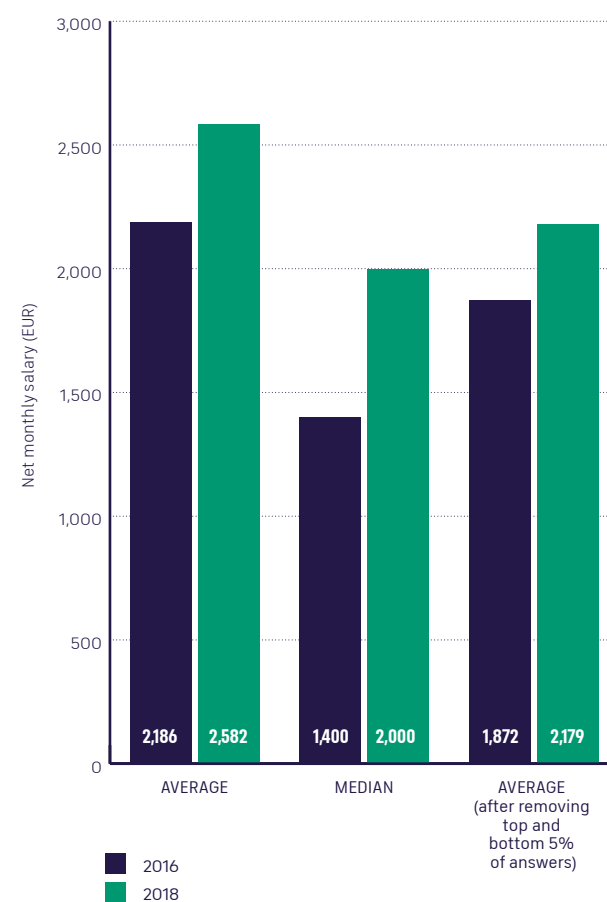
RÉMUNÉRATION DES JOUEUSES

De nombreuses joueuses d'élite sont encore obligées de composer avec des revenus de football provenant de diverses sources, car une seule source, qu'il s'agisse d'un seul club ou de leur équipe nationale, ne suffit souvent pas à assurer leur subsistance.

Les rémunérations pour les apparitions en équipe nationale sont beaucoup plus rares que le salaire du club, et les rémunérations pour le jeu en équipe nationale tout au long de l'année le sont aussi. De nombreuses joueuses interrogées dans le cadre de l'Enquête de la FIFPRO sur le football féminin 2019 ont indiqué qu'elles n'avaient reçu aucune rémunération de leurs fédérations respectives (d'où la faible médiane de 2016) (Figure 20).

FIGURE 20. SALARY RECEIVED FROM NATIONAL TEAM

(excluding those who do not receive salary at all)



Il est courant de ne payer les joueuses que s'il y a eu un camp d'entraînement dans le mois ou si elles ont disputé des matchs. Dans certains cas, les joueuses ont déclaré qu'elles recevaient des paiements de la fédération tous les 4 ou 6 mois, d'autres ont déclaré qu'elles n'étaient payées que si elles participaient à des compétitions internationales. Il existe également des cas de système de paiement basé sur les performances dans lequel les joueuses ne sont rémunérées que si elles gagnent ou font match nul. Il faut souligner que les paiements des équipes nationales provenant de la fédération sont généralement rares et qu'une partie des joueuses interrogées ne reçoivent aucune rémunération (bien qu'elles soient retirées de cette analyse). Les résultats indiquent une légère augmentation de la rémunération mensuelle des équipes nationales ces dernières années.

Je termine mes études universitaires l'année prochaine, et j'aurai un emploi à temps plein. Une rémunération de l'équipe nationale comptera beaucoup pour moi. La rémunération de l'équipe nationale doit être au moins équivalente au niveau de mon salaire au travail.

*Joueuse professionnelle | Slovaquie
Enquête 2019 de la FIFPRO sur le football féminin*

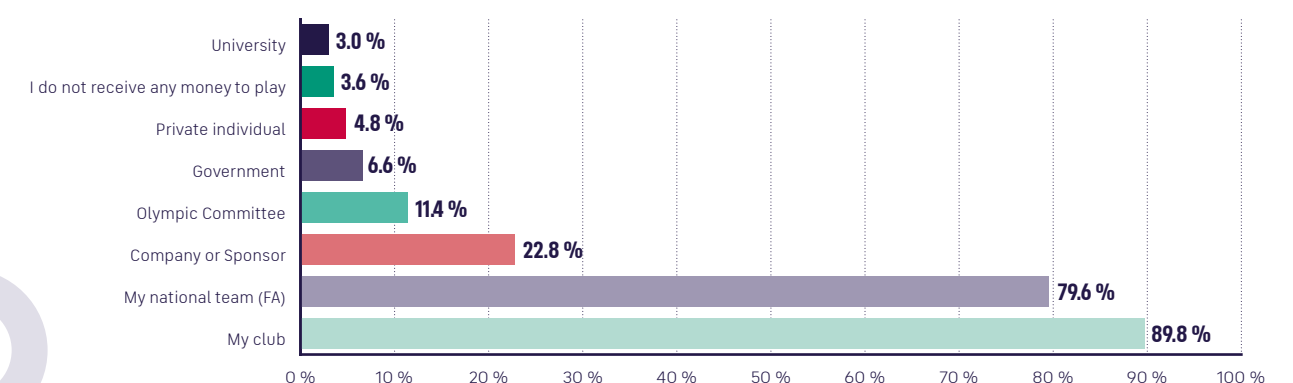
Assurer une base financière stable est une tâche ardue pour de nombreuses joueuses d'élite qui vivent dans un état constant de précarité financière - ce qui fait que beaucoup quittent le jeu prématurément. Beaucoup de ces joueuses cherchent perpétuellement à combler le vide entre les saisons par des emplois complémentaires, sans parler de l'endroit où jouer la saison prochaine, afin de continuer à se perfectionner et d'être en mesure de payer leurs factures mensuelles.

90 % des répondants à notre Enquête de la FIFPRO sur le football féminin 2019 ont déclaré toucher leur revenu de football de leur club et 80 % de leur équipe nationale (fédération) (Figure 21). Il est significatif que 25 % des joueuses et joueurs perçoivent leurs revenus de football d'autres sources que le club, l'équipe nationale ou le sponsor. Les répondants ont pu sélectionner toutes les catégories éventuellement applicables, de sorte qu'un grand nombre de ces joueuses reçoivent probablement un revenu d'une combinaison de sources. Nous savons également que beaucoup de joueuses doivent travailler pour deux clubs ou plus au cours d'une année afin de joindre les deux bouts et de combler les manques de saisons courtes.

FIGURE 21. SOURCES OF FOOTBALL INCOME

From which sources do you receive your football income?

(Percentage of respondents selecting the option)



Augmentez mon salaire pour que le football puisse être la première de mes priorités.

*Joueuse professionnelle | Danemark
Enquête 2019 de la FIFPRO sur le football féminin*

PARTICIPATION AUX COMPÉTITIONS

Au sein de la FIFA, 100 % des associations membres (MAs) ont une équipe nationale masculine. Ce n'est pas le cas pour le football féminin. La Figure 22 illustre la disparité entre le football masculin et féminin au niveau national, avec 73 % des 211 fédérations nationales comptant une équipe nationale féminine active. Cependant, ce chiffre représente également une hausse prometteuse au sein du jeu féminin comme le montre la Figure 22 : en 2017, seulement 55 % des fédérations nationales avaient une équipe nationale féminine active.

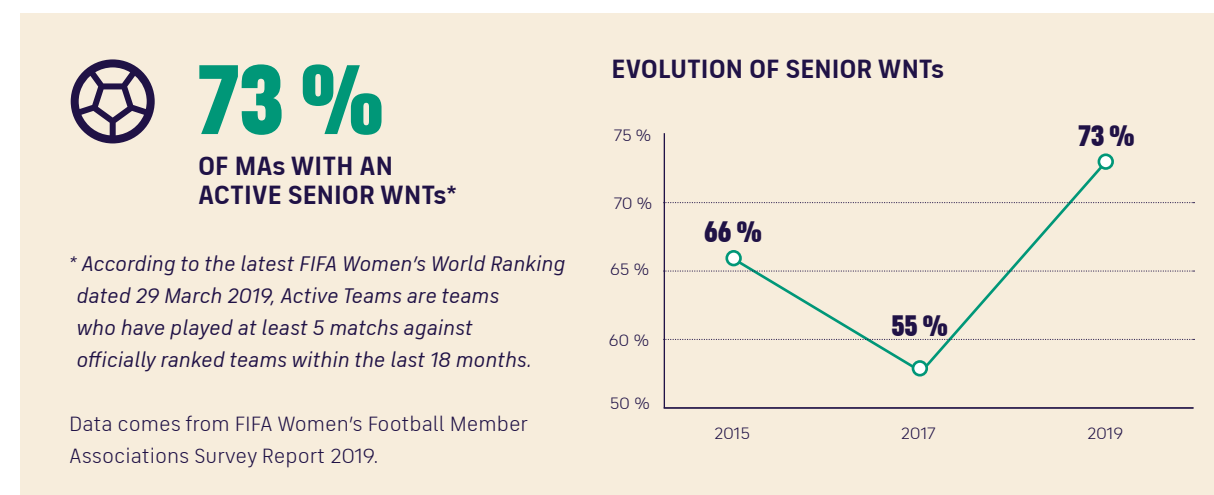
Le Rapport des associations membres de 2019 indique que 73 % des associations membres comptent une équipe nationale féminine senior active. Les équipes actives sont, par définition, des équipes qui ont disputé au moins cinq matchs contre des équipes classées officiellement au cours des 18 derniers mois. Ainsi, 27 %

des associations membres de la FIFA comptent des équipes nationales féminines seniors inactives. Cependant, il est important de souligner que la définition de la FIFA du terme « actif » ne tient pas compte de la régularité et de la fréquence du jeu. En d'autres termes, une équipe n'a pas besoin d'avoir joué régulièrement pendant 18 mois, mais simplement d'avoir joué cinq fois. Les cinq matchs pourraient, par exemple, se dérouler dans une même fenêtre de la FIFA et l'équipe en question serait qualifiée d'« active ».

FÉDÉRATIONS NATIONALES AVEC DES STRATÉGIES POUR LE FOOTBALL FÉMININ

Les données récentes de l'Enquête sur le football féminin des associations membres de la FIFA (2019) montrent que 76 % des fédérations nationales ont une stratégie pour le football féminin et 49,5 % des fédérations nationales ont un département de football féminin.

FIGURE 22. PERCENTAGE OF NATIONAL FEDERATIONS WITH ACTIVE WOMEN'S NATIONAL TEAMS (FIFA/COCA-COLA WOMEN'S WORLD RANKING, 03.29.19)

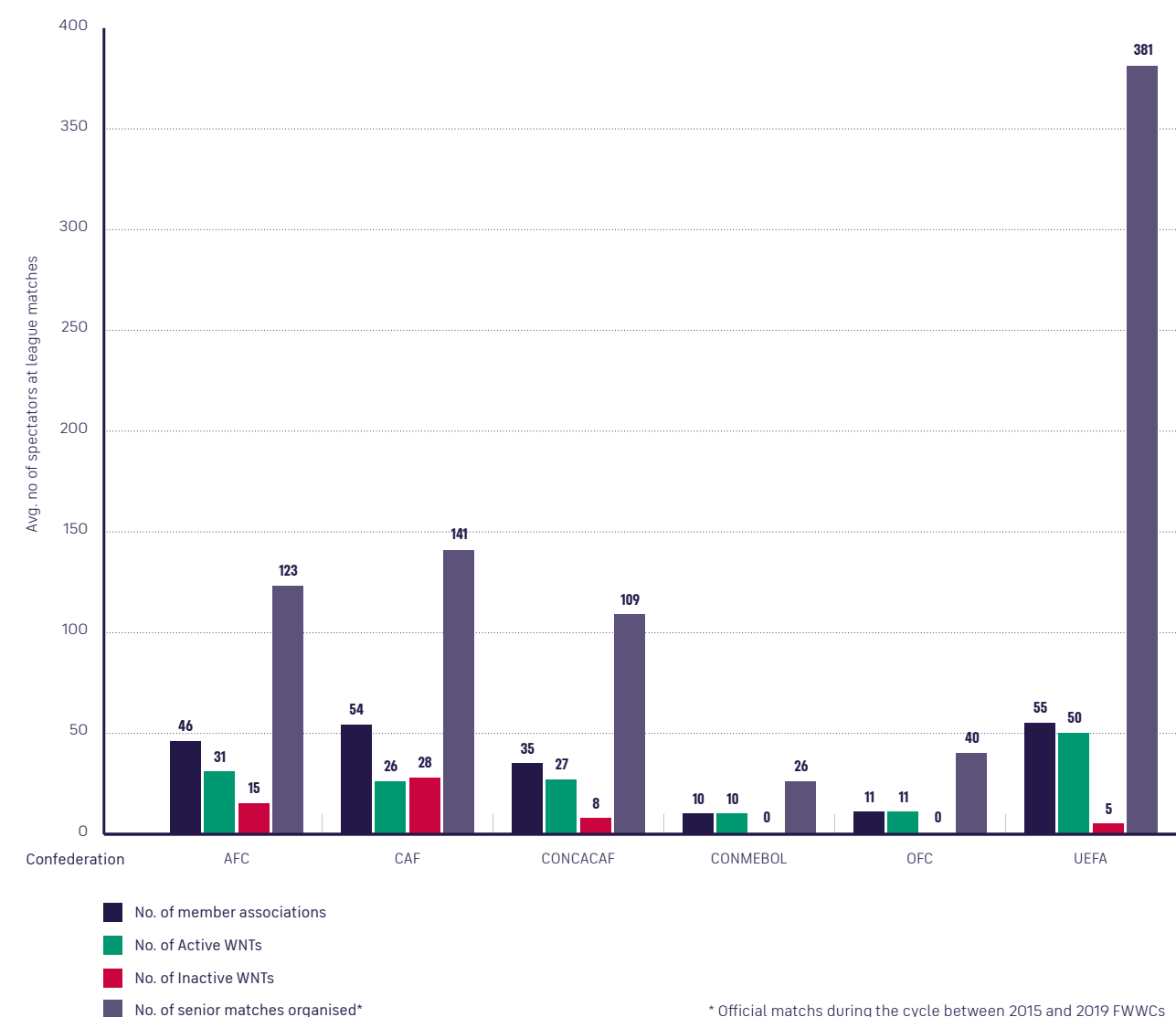


SYNTHÈSE DES CONDITIONS DES JOUEUSE

Bien que certains défis aient été presque universellement mentionnés comme des questions importantes par tous les répondants dans l'Enquête auprès des parties prenantes de la FIFPRO 2019, il est clair que les pays ont souvent des priorités différentes en fonction de leur niveau de professionnalisation respectif. Le caractère essentiel de conditions de travail adéquates a été souligné par plus de 80 % des répondants, qui estiment qu'il s'agit là d'une préoccupation majeure et reconnaissent qu'en n'offrant pas aux joueuses des conditions de travail appropriées, on les empêche de réaliser leur potentiel. L'accent a été mis en particulier sur les salaires qui sont encore peu élevés partout, ce qui fait que les joueuses quittent souvent le jeu tôt et bien avant d'avoir pu atteindre tout leur potentiel.

Les répondants à l'Enquête auprès des parties prenantes de la FIFPRO 2019 sont nombreux à déclarer que le développement national du football féminin est entravé par des facteurs tels que la stigmatisation culturelle y associée. Il est clair que les conditions défavorables auxquelles sont confrontées les joueuses aujourd'hui sont fortement ancrées dans des préjugés qui ont longtemps fait perdre de la valeur au jeu féminin et à celles qui le pratiquent. Ces préjugés se manifestent dans les réalités matérielles, de sorte que l'évolution des mentalités est indispensable pour le changement. Cependant, les joueuses et leur jeu professionnel n'ont pas de temps à perdre - et ne le font d'ailleurs pas, comme nous le verrons dans le chapitre suivant.

FIGURE 23. ACTIVITY LEVEL OF WOMEN'S NATIONAL TEAMS BY CONFEDERATION



ARRÊT SUR IMAGE VOYAGES ET HÉBERGEMENT : ARGENTINE

La fédération argentine a fait en sorte que les équipes nationales masculine et féminine puissent jouer pendant des jours consécutifs contre l'Uruguay à Montevideo en août 2017. Les hommes participaient à un match de qualification pour la Coupe du monde 2018 et les femmes à un échauffement avant la Copa América Femenina 2018. Alors que la fédération avait organisé pour Lionel Messi et ses coéquipiers un séjour dans un hôtel Sheraton 5 étoiles la veille de leur match, les

joueuses ont été priées de quitter Buenos Aires à 4 heures du matin en bus le jour du match - leur premier match depuis 18 mois - et de revenir immédiatement après. Quelques mois plus tard, les joueuses ont protesté contre la manière dont elles avaient été traitées en posant pour une photo d'équipe sur le terrain, la main à l'oreille, en demandant à la fédération d'écouter leurs réclamations.



**IL NE S'AGIT PAS SEULEMENT
D'ARGENT, IL S'AGIT DE
RÉTABLIR UNE SITUATION ET
DE DÉFENDRE CE QUE NOUS
MÉRITONS, NOUS ET LES
GÉNÉRATIONS FUTURES.**

Chinyelu Asher | Jamaïque
Stabæk IF

Instagram (septembre 2019)



ÉTUDE DE CAS : RÉMUNÉRATION DES JOUEUSES ET ATTRIBUTION DE PRIMES

Les primes et les droits accordés sur la base de la participation et des performances à une compétition sont l'une des conditions clés des tournois. La FIFPRO les a inclus dans les Normes mondiales dans la rubrique « Rémunérations des joueurs » dans la mesure où ils représentent essentiellement une redistribution des revenus des compétitions aux équipes et finalement aux joueurs eux-mêmes.

Le football féminin – et le sport féminin d'une façon plus large – se professionnalise de plus en plus, et la question des primes inadéquates prend à juste titre de plus en plus d'importance. En effet, la prime dans les compétitions de football féminin est bien moins élevée que pour les matchs masculins organisés par les mêmes entités (FIFA, UEFA, etc.)

La prime la plus importante offerte actuellement pour les matchs féminins est celle de la Coupe du monde féminine de la FIFA, qui a doublé et est passée à 30 millions de dollars pour le tournoi 2019. Mais c'est encore bien peu comparé aux 400 millions de dollars attribués à la Coupe du monde masculine de la FIFA 2018, et cette prime n'équivaut qu'à 7,5 % des primes totales de Coupe du monde masculine en 2018. D'ailleurs, avant l'édition 2007 du tournoi féminin, il n'y avait pas de primes du tout.

Dans la foulée du tournoi de 2019, Gianni Infantino, le Président de la FIFA, a promis que la cagnotte des prix doublera à nouveau (60 millions de dollars) pour la prochaine Coupe du Monde Féminine de la FIFA en 2023. Mais ce n'est pas si simple. La nouvelle de l'augmentation a précédé l'annonce de l'extension de la compétition de 24 à 32 équipes, ce qui réduit quelque peu son importance puisqu'elle sera répartie entre un plus grand nombre d'équipes nationales. De plus, la Coupe du monde masculine bénéficiera d'une augmentation de 40 millions de dollars pour sa prochaine édition en 2022, ce qui ne fera qu'aggraver l'écart déjà énorme entre les deux tournois en termes de primes. Précisons également que le montant exact des primes n'est pas encore connu et que la FIFA a laissé une marge de négociation d'ici à 2023.

Le Championnat d'Europe Féminin de l'UEFA a la deuxième cagnotte la plus élevée après la Coupe du Monde avec un montant total de 9,2 millions de dollars, les autres compétitions continentales étant largement en retrait. La Coupe d'Afrique des Nations Féminine de la FIFA dispose d'une cagnotte d'un peu moins d'un million de dollars, alors que dans d'autres confédérations (AFC, CONMEBOL, CONCACAF), aucune prime n'est actuellement décernée dans le cadre de compétitions d'équipes nationales.

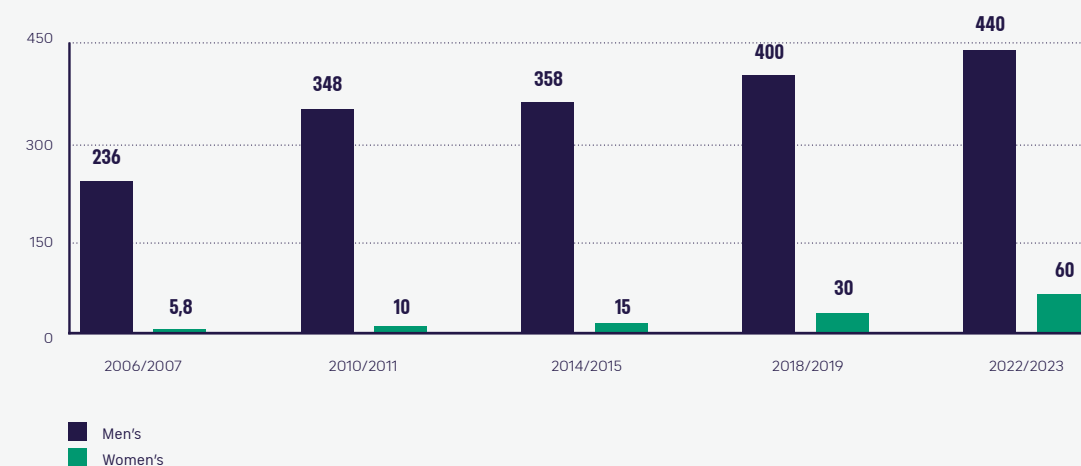
La situation est à peu près la même pour les compétitions de clubs. Dans la compétition phare de l'UEFA, la Ligue des champions féminine, le club vainqueur n'a reçu qu'une prime de 250 000 euros pour la saison 2018/19, pour une cagnotte totale d'environ 5 millions d'euros. A titre de comparaison, la dernière saison de la Ligue des champions masculine a été marquée par une cagnotte totale de près de 2 milliards d'euros.

Dans la Copa Libertadores de la CONMEBOL, les écarts ne cessent de se creuser en raison des faibles incitations et de l'inégalité de traitement : En 2018, la Copa Libertadores masculine a doublé le montant des primes pour le champion et le vice-champion, passant respectivement de 3 à 6 millions de dollars et de 1,5 à 3 millions de dollars, pour un total de 103,5 millions de dollars. En 2019, la cagnotte a augmenté de 50 %, atteignant 211,1 millions USD, avec un montant cumulé de 20,4 millions USD pour le gagnant. En 2019, la cagnotte de la Copa Libertadores féminine s'élevait à 285 000 USD, dont 85 000 USD ont été attribués au vainqueur. Les hommes champions gagnent 240 fois plus que les femmes ; en d'autres termes, la prime des femmes représente 0,41 % de celle des hommes.



THE EVOLUTION OF FIFA WORLD CUP PRIZE MONEY FOR MEN'S AND WOMEN'S

(USD million)



VOIX DES JOUEUSES

5



Photo by: Dave Winter/Icon Sport

VOIX DES JOUEUSES

Les joueuses ont des points de vue très fermes sur leur secteur. Avec le temps, beaucoup travailleront dans le secteur et aideront à façonner le jeu. Il est essentiel d'écouter et de comprendre leurs points de vue, intérêts et valeurs pour le jeu et pour leur profession.

PRINCIPAUX MESSAGES DE NOTRE ENQUÊTE DE LA FIFPRO SUR LE FOOTBALL FÉMININ 2019

DES FONDEMENTS SOLIDES

Les joueuses sont réalistes dans leur compréhension de leurs perspectives de carrière et ne mesurent pas seulement les progrès pour elles-mêmes, mais aussi pour les générations à venir. Elles ne veulent pas que des progrès à court terme interviennent au détriment de solutions de long terme pour le jeu. Il est important de développer davantage l'ADN distinctif du jeu féminin. Cela signifie qu'il faut protéger les atouts précieux et distincts défendus par le jeu féminin jusqu'ici, y compris la proximité avec les supporters, des modèles de rôles accessibles, ainsi que des opportunités de formation.

RECONNAISSANCE

Pour bien des joueuses, le principal défi, pour leur génération, consiste toujours à lutter quotidiennement pour la reconnaissance et pour pouvoir rester dans le jeu. Cet aspect domine les perspectives générales du jeu féminin, et leur vision de leurs responsabilités dans le secteur passe toujours à travers ce prisme. Leur statut en tant que professionnel est toujours indéfini dans bien des régions dans le monde. Les contrats sont souvent précaires, et empêchent les joueuses de se focaliser sur leurs responsabilités professionnelles.

Nous devons croire davantage au football féminin.

Joueuse professionnelle | Portugal
Enquête 2019 de la FIFPro sur le football féminin

DES RÈGLES DU JEU ÉQUITABLES

Si nombre de joueuses sont enthousiastes sur les nouvelles compétitions innovantes, beaucoup veulent participer aux compétitions nationales. Elles veulent des règles du jeu équitables pour les équipes afin de veiller aux meilleures compétitions sportives. Un championnat compétitif représente une valeur commerciale et est à la base d'opportunités d'emploi pour les joueuses.

NOTRE HISTOIRE

L'histoire du football féminin est longue, et il n'y a que les joueuses pour la connaître aussi bien. Les joueuses sont conscientes des obstacles que le football féminin a dû franchir, et de ceux qui l'attendent encore. Un passé qui a donné à bien des joueuses la force de lutter pour l'égalité, sur le terrain et en dehors du terrain. Beaucoup sont désireuses de partager leurs expériences et leurs perspectives sur leurs parcours.

UNE RESPONSABILITÉ COLLECTIVE

Les joueuses ont connu le rejet et le désinvestissement dans leur jeu, et cherchent une vision collective de la part des fédérations, clubs, ligues, confédérations et de la FIFA pour développer une vision collective et un plan d'action pour le jeu féminin. Nombre de joueuses voient également un rôle essentiel pour les clubs masculins, pour leur fournir une expertise, des infrastructures et des opportunités équitables.



Photo by: Chloe Knott for The FA/REX

ACTIVISME DES JOUEUSES

Les joueuses du monde entier s'organisent et exigent de meilleures conditions à mesure que leur jeu se professionnalise. En adhérant à leurs syndicats nationaux et en créant de nouveaux, elles développent une représentation collective. Elles élaborent des conventions collectives avec leurs fédérations et leurs ligues au niveau national, tout en s'associant à la solidarité internationale pour exiger des conditions justes et équitables pour la Coupe du monde féminine de la FIFA et les compétitions régionales. En même temps, beaucoup de ces joueuses voient leur rôle s'étendre au-delà du terrain, grâce leur popularité et leur visibilité croissantes pour unir leur lutte pour les droits des femmes et les droits du travail avec les mouvements de justice sociale au-delà du terrain.

Dans les paragraphes ci-dessous, nous présentons certaines des actions et des revendications récentes des joueuses du monde entier, tant au niveau collectif qu'individuel, ce qui met en évidence le mouvement mondial en cours et le poids du discours des joueuses en faveur du changement.

Le football féminin a une longue histoire d'activisme, tant au niveau individuel que collectif. Si l'activisme dans le football féminin a pris diverses formes et s'est manifesté dans différents contextes à travers le monde, il s'est toujours agi de se battre pour l'égalité des chances et un traitement équitable et respectueux. Cela a créé un fort sentiment de justice et de solidarité parmi les joueuses.

Aujourd'hui, avec la croissance du secteur et l'influence des mutations de l'économie mondiale, le rôle et la portée de ces femmes prennent également une autre dimension. Si la plupart des problèmes pour lesquels elles luttent restent les mêmes, les joueuses deviennent plus visibles, sont mieux reconnues, plus populaires et face au public. Il en résulte que nombre d'entre elles ne sont pas seulement plus visibles à grande échelle et mieux entendues en tant que stars mondiales et ambassadrices du jeu, mais aussi comme activistes sociales pour leurs semblables et pour les femmes du monde entier dans leur lutte pour la justice et l'égalité.



ÉTUDE DE CAS : DISCRIMINATION ET ABUS ENVERS LES FEMMES : UNE CRISE MONDIALE



La discrimination sexuelle, le harcèlement sexuel et les abus sexuels constituent des problèmes majeurs dans le football féminin, et dans de nombreuses régions, les préjugés à l'égard des femmes qui pratiquent ce sport ont la vie dure.

Un cas récent en Afghanistan révèle le traitement pénible auquel sont confrontées les joueuses. En novembre 2018, l'univers du football a été ébranlé par les récits terribles d'abus sexuels de joueuses de l'équipe nationale de football féminin d'Afghanistan. Keramuudin Karim, alors président de la fédération de football afghane (AFF), était la cible de ces accusations. Un certain nombre de femmes qui avaient courageusement pris la parole ont dû fuir le pays. La FIFPRO a soutenu leur réinstallation et a fait pression sur la FIFA pour qu'une enquête approfondie soit menée.

En juin 2019, la FIFA a imposé à Karim une interdiction à vie et l'a condamné à payer une amende d'un million de dollars. En octobre 2019, le Secrétaire général de la Fédération afghane de football a été suspendu par la FIFA pour 5 ans et condamné à une amende de 10 000 francs suisses pour complicité et silence face aux allégations des joueuses de l'équipe nationale féminine et la FIFA continue à enquêter sur d'autres cadres du football au sein de la Fédération. En Afghanistan, une enquête pénale a été ouverte contre Karim et quatre autres responsables du football. Le fabricant danois de vêtements de sport Hummel, qui a parrainé l'équipe féminine, a coupé les ponts avec l'AFF en invoquant ces allégations. Autant de messages clairs à ceux qui cherchent à abuser de leur pouvoir

et à exploiter les femmes dans le football : aucun abus ne sera toléré. Le courage de ces femmes a donné naissance à un mouvement mondial de football #MeToo et il apparaît désormais clairement que l'Afghanistan n'est pas un cas isolé. Depuis la révélation de cette affaire en Afghanistan, des abus sexuels sur des filles et des femmes ont été rapportés dans le monde entier, notamment en Colombie, en Équateur, au Gabon, au Canada, en Inde et ailleurs.

Il s'agit d'une crise aiguë des droits de l'homme, qui a des répercussions importantes à long terme sur la vie des joueuses. Plus le jeu féminin se développe, plus il existe un risque d'abus. Des mesures appropriées sont nécessaires au niveau de la gouvernance pour garantir la protection et la sécurité des joueuses et leur permettre d'accéder en bonne et due forme aux mécanismes de signalement et de recours. Il n'existe d'ailleurs aucun processus clair pour venir en aide de toute urgence aux joueuses touchées. La FIFA et ses parties prenantes doivent maintenant enquêter et s'attaquer à ces problèmes systémiques, et vérifier leurs propres systèmes pour veiller à leur transparence, à ce qu'ils soient adaptés à leurs fins, et mettre en place un processus de soutien pour les victimes et les lanceurs d'alerte.



Photo by: Khalida Popal



ÉTUDE DE CAS : L'ÉQUIPE NATIONALE FÉMININE DES ÉTATS-UNIS INTENTE UN PROCÈS POUR DISCRIMINATION FONDÉE SUR LE GENRE



Le 8 mars 2019, Journée internationale de la femme, l'équipe nationale féminine des États-Unis a intenté une action justice pour discrimination fondée sur le genre contre la Fédération américaine de soccer au sujet de la parité salariale et des conditions de travail. Pour les joueuses, la discrimination ne se limite pas à leur salaire, elle affecte aussi leur entraînement, leur lieu et leur fréquence de jeu, leur façon de se rendre aux matchs, leur traitement médical et leur encadrement.

Cette équipe féminine américaine, qui compte certaines des athlètes féminines les plus remarquables au monde, est quatre fois championne du monde et quatre fois médaillée d'or olympique. Les femmes américaines sont classées numéro un mondial, 30 places au-dessus de leurs homologues masculins, et ont généré près de 20 millions d'USD de plus en 2018 - mais leur salaire est toujours nettement inférieur. Les joueuses font valoir que le soutien financier et les infrastructures qu'elles reçoivent de leur fédération sont inférieurs à ceux de leurs homologues masculins. De plus, elles doivent jouer plus de matchs que l'équipe masculine, elles en gagnent plus et sont malgré tout moins bien payées par la fédération.

Cette action en justice a permis de révéler que si chaque équipe jouait et gagnait 20 matchs éliminatoires par an, « les joueuses de l'équipe nationale féminine gagneraient au maximum 99 000 USD soit 4 950 USD par match, par comparaison aux 263 320 USD ou 13 166 USD par match en moyenne pour les hommes de l'équipe nationale dans une situation similaire ». L'écart de rémunération entre les hommes et les femmes dans le football américain autour de la Coupe du Monde de la FIFA est tout aussi significatif. Qu'il s'agisse du paiement des qualifications pour la Coupe du monde, des primes d'équipe, des primes pour la victoire, des primes pour l'accès à la phase de groupes ou des récompenses pour la Coupe du monde, les femmes américaines sont moins payées que leurs compatriotes masculins.

Les joueuses ont fait clairement valoir qu'il s'agissait de bien plus que d'argent. Il s'agissait d'assurer des conditions de travail décentes et équitables leur permettant de jouer et de se distinguer au plus haut niveau, mais aussi d'obtenir le soutien et les ressources qu'elles méritaient pour tirer le maximum de leur talent.



Photo by: Jonathan Moscrop

CHRONOLOGIE DE L'ACTIVISME RÉCENT DES ATHLÈTES FÉMININES

On peut le voir, l'activisme des joueuses se manifeste dans le monde entier et porte sur différents problèmes. Les joueuses n'ont jamais hésité à défendre leurs droits et leurs convictions, que ce soit sur le terrain ou à

l'extérieur. Ces cas montrent que ceci n'a pas seulement un impact sur les joueuses mêmes, mais sur la société au sens plus large et l'environnement dans lequel elles interviennent.

Les joueuses réclament des investissements dans leur jeu, la suppression des obstacles à une participation équitable et entière au sport et l'égalité des chances. Leurs revendications n'ont jamais eu autant de chances de parvenir à un public aussi attentif et de le convaincre qu'aujourd'hui. Cette portée, ainsi que les plateformes que détiennent et définissent les joueuses individuellement et collectivement, et les tendances générales de la société indiquent que leurs messages défendant un jeu et une société plus justes seront sans cesse amplifiés.



2016

USWNT

L'USWNT intente une action en justice pour discrimination contre la Fédération américaine de football auprès de la Commission pour l'égalité des chances en matière d'emploi (Equal Employment Opportunity Commission).

2015

2015 FIFA WWC

81 joueuses de 13 pays demandent à la FIFA de revenir sur sa décision de jouer les matchs sur des surfaces artificielles et choisissent d'intenter une action en justice pour discrimination liée au genre.



2017

ENI ALUKO

Aluko s'élève courageusement en 2017 contre la discrimination raciale dans le football féminin en Angleterre et continue toujours à la dénoncer sur sa plate-forme.

2017

USA HOCKEY

L'équipe féminine de hockey des États-Unis annonce son intention de boycotter les championnats du monde si elle ne reçoit pas de rémunération plus équitable et n'est pas mieux soutenue.

2017

CRISTIANE

Au Brésil, le licenciement de la première femme à diriger l'équipe nationale du pays a déclenché le départ de plusieurs joueuses d'élite et déclenché les critiques contre la Fédération de football nationale (CBF) sur plusieurs questions liées au traitement des femmes. Cristiane, star du football, a été très présente dans cette lutte.



2018

WORLD SURF LEAGUE

Les surfeuses professionnelles luttent pour une prime équitable, et la Ligue Mondiale de Surf décide d'attribuer des primes identiques pour hommes et femmes participant au Championship Tour.

2018

SERENA WILLIAMS

Serena Williams, une des plus grandes athlètes de tous les temps, n'a pas seulement élevé la voix dans la lutte contre le sexisme et la nécessité d'une rémunération équitable, mais a également permis de normaliser le débat sur les mères retournant au sport d'élite après la naissance de leur enfant.

2018

AFGHANISTAN WNT

En 2018, les joueuses de l'équipe nationale féminine afghane se font courageusement entendre pour dénoncer les abus sexuels et la discrimination au sein de leur fédération.

2018

WNBA

Les joueuses de la WNBA réclament un meilleur traitement et une meilleure rémunération en se retirant de leur CCT avec la ligue.



2019

MEGAN RAPINOE

Reign FC et l'équipe nationale féminine américaine Rapinoe se fait entendre pour défendre la justice sociale en profitant de son statut de star et de sa plate-forme du football. Elle prône ainsi les droits LGBTIQ, l'égalité des genres et la justice raciale.

2019

USWNT

Les 28 joueuses de l'USWNT intendent toutes ensemble une action en justice contre la Fédération américaine de football le 8 mars pour inégalité des salaires et des traitements.



2019

MACARENA SANCHEZ

La footballeuse Argentine Macarena Sanchez, la Fédération de football d'Argentine et son club, UAI Urquiza, demandent la reconnaissance de son statut d'employée et des droits des footballeuses.

2019

NADIA NADIM

Nadim, qui a fui l'Afghanistan enfant et s'est réfugiée au Danemark, prend la défense des droits des réfugiés. En 2019, elle est nommée ambassadrice pour le Conseil danois pour les réfugiés et est nommée championne de l'Unesco pour l'éducation des filles et des femmes.

2019

JAMAICA WNT

L'équipe nationale féminine de la Jamaïque s'est élevée contre l'absence de rémunération par la Fédération après sa toute première participation à la Coupe du monde.



Photo by: Elise Amendola



ÉTUDE DE CAS DU TENNIS : COMMENT COMBLER L'ÉCART ENTRE LES GENRES DANS LE SPORT ?

Le tennis fait partie des sports féminins les plus populaires. En termes de spectateurs aux tournois, les chiffres sont souvent similaires à ceux du jeu masculin, et les chiffres de l'audimat sont parfois même meilleurs. A titre d'exemple, la finale féminine de l'US Open 2018 a été regardée par 3,1 millions de téléspectateurs, tandis que la finale masculine en a attiré un peu plus de 2 millions.

Mais ces chiffres impressionnants ne sont pas tombés du ciel. Billie Jean King a mené le mouvement pour l'égalité dans le tennis dans les années 70. C'est ainsi qu'elle a fondé une association de tennis féminin, la Women's Tennis Association (WTA), avec huit autres joueuses en réclamant l'égalité des primes et en mettant en place une structure solide pour les compétitions dans un contexte attrayant pour les sponsors et les diffuseurs.

Il y a 50 ans, il y avait une énorme différence de primes pour les compétitions masculines et féminines. Un premier jalon important a été posé en 1973, lorsque l'U.S. Open a introduit des primes identiques pour les tournois féminins et masculins. Avant cette décision, la prime maximum pour les joueuses correspondait à 60 % de la prime de leurs collègues masculins. Le grand chelem suivant qui a opté pour une prime identique était l'Open d'Australie dès 2001. Durant une courte période dans les années 1980 et 1990, les primes étaient déjà similaires entre les différents sexes, et fait intéressant, les femmes ont même bénéficié d'une prime supérieure en 1987 et 1988. Mais la nouvelle politique d'égalité des primes n'a été introduite que plus tard. Roland-Garros a été le troisième tournoi de haut niveau à fixer des primes identiques pour les femmes et les hommes en 2006. Wimbledon a décidé de se joindre aux autres

grands chelems : depuis 2007, les primes sont identiques dans tous les quatre grands chelems.

Et pourtant, si les primes pour les hommes et les femmes pour les quatre grands tournois de tennis sont les mêmes, ce n'est toujours pas le cas dans d'autres associations de tennis professionnel et dans les compétitions de la Women's Tennis Association (WTA). Et si les primes, dans le tennis, ont augmenté et plus que doublé depuis 2009 (elles atteignent 130 millions de dollars), si les joueuses de tennis ont aujourd'hui l'opportunité d'obtenir des appuis financiers importants, même dans le tennis, exemplaire dans la lutte des femmes pour leurs droits dans le sport, on continue de devoir lutter pour l'égalité entre les sexes et l'égalité des chances.

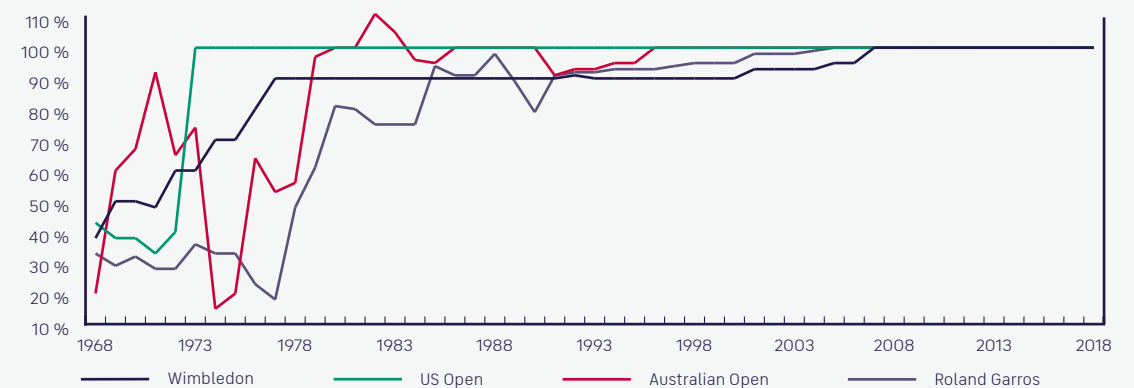
La championne Serena Williams, qui détient le record du plus grand nombre de titres du Grand Chelem de l'ère de l'Open - et qui était la seule femme sur la liste Forbes des 100 athlètes les mieux payés en 2017 - s'est ouvertement exprimée en 2018 sur la nécessité de l'égalité des rémunérations pour tous les joueurs.

Pour ceux qui pensent que l'égalité des primes dans le tennis se justifie parce que les femmes génèrent aujourd'hui autant de recettes, autant de publics et une demande aussi forte de la part des consommateurs que les hommes, les recettes et le public en sont les effets et ne sont pas à l'origine de la chance accordée au jeu féminin.

Et il reste encore beaucoup à faire pour que les chances et les opportunités soient les mêmes pour toutes les femmes dans ce jeu, et le football peut déjà s'en inspirer.

GRAND SLAM WOMEN SINGLES WINNERS' PRIZE MONEY BETWEEN 1968 AND 2018

(100 % = men's event prize money)



POPULARITÉ DES JOUEUSES

Les joueuses deviennent plus visibles, haussent le ton pour le changement au niveau de leur jeu et de la société, et s’implantent plus solidement pour influencer la sphère publique. Ces plates-formes leur permettent de mieux se vendre et de susciter l’engagement des supporters d’un point de vue centré sur le joueur.

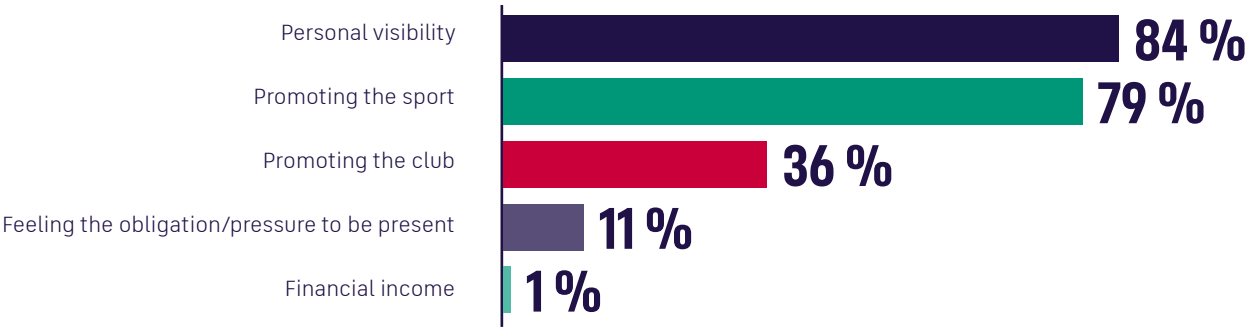
Elles parlent dans ce processus d’inclusion, d’égalité et d’authenticité, réclament l’égalité des traitements tout en montrant à quel point leur lutte sur le terrain reflète celle plus large des femmes au-delà du jeu.

Les joueuses stars sont de plus en plus en mesure de se servir de leur statut emblématique et de leur visibilité de haut niveau par le biais des nouveaux circuits de médias pour attirer l’attention et obtenir un soutien pour le jeu. Les supporters réagissent et les sponsors sautent

sur l’occasion. Où en sont ces femmes par rapport au jeu masculin et aux autres femmes athlètes en termes d’attention et d’utilisation de ces plates-formes ? Quel est leur message ? Notre analyse fait état de changements significatifs et d’un large potentiel pour tirer profit de la puissance et de l’influence de ces stars. 96 % des répondants à notre enquête auprès des joueuses 2019 ont déclaré être actifs sur les médias sociaux. En termes de plates-formes, 97% sont actives sur Instagram, 78% sur Facebook et 54% sur Twitter, avec de nombreux chevauchements possibles.

Les joueuses ont également été interrogées sur les motifs de leur activité sur ces plates-formes : La majorité des répondants ont indiqué que c’était pour leur visibilité personnelle (84 %) et promouvoir le sport (77 %). Environ un tiers des répondants ont indiqué qu’il s’agissait de promouvoir le club (36 %) ; et 11 % en raison d’une pression et du sentiment d’obligation d’être présent dans cet espace. Seulement 1 % ont déclaré le faire pour des revenus financiers (figure 24).

FIGURE 24. WHY ARE YOU ACTIVE ON SOCIAL MEDIA?



Nous devons faire plus, d’une manière générale - nous devons être athlètes, nous devons être exemplaires, et nous devons montrer la voie à la prochaine génération.

Alex Morgan | États-Unis
Orlando Pride
Time Magazine (mai 2019)

TOP 20 ACTIVE FEMALE PLAYERS BY NUMBER OF FOLLOWERS ON SOCIAL MEDIA (AUGUST 2019)

Facebook, Twitter and Instagram combined, million followers

PLAYER	POSITION	CLUB	COUNTRY	FOLLOWERS IN MILLIONS	6-MONTH CHANGE IN %
Alex Morgan	Attaquant	Orlando Pride	États-Unis	16.8	34%
Megan Rapinoe	Milieu de terrain	Seattle Reign	États-Unis	3.6	180%
Sydney Leroux	Attaquant	Orlando Pride	États-Unis	3.6	3%
Carli Lloyd	Milieu de terrain	Sky Blue FC	États-Unis	2.8	17%
Marta	Attaquant	Orlando Pride	Brésil	2.8	92%
Ali Krieger	Défenseur	Orlando Pride	États-Unis	2.0	22%
Kelley O’Hara	Attaquant	Utah Royals	États-Unis	1.5	42%
Christen Press	Attaquant	Utah Royals	États-Unis	1.4	31%
Julie Ertz	Défenseur	Chicago Red Stars	États-Unis	1.4	48%
Lieke Martens	Attaquant	FC Barcelona	Pays-Bas	1.4	53%
Ashlyn Harris	Gardien de but	Orlando Pride	États-Unis	1.3	37%
Tobin Heath	Milieu de terrain	Porthland Thorns	États-Unis	1.3	31%
Heather O’Reilly	Milieu de terrain	N.C. Courage	États-Unis	1.1	7%
Morgan Brian	Milieu de terrain	Chicago Red Stars	États-Unis	0.9	10%
Becky Sauerbrunn	Défenseur	Utah Royals	États-Unis	0.9	13%
Toni Duggan	Attaquant	FC Barcelona	Angleterre	0.8	21%
Eugenie Le Sommer	Attaquant	Lyon	France	0.8	39%
Christiane Endler	Gardien de but	Paris Saint-Germain	Chili	0.8	84%
Meghan Klingenberg	Défenseur	Porthland Thorns	États-Unis	0.7	2%
Mallory Pugh	Attaquant	Washington Spirit	États-Unis	0.7	85%



**NOUS VOYONS TROP SOUVENT
DES FEMMES QUI DOIVENT
FAIRE UN CHOIX ENTRE LA
MATERNITÉ ET LEUR
CARRIÈRE. CE SERAIT TRÈS
TRISTE DE PERDRE CES
TALENTS PARCE QU'ELLES
ONT L'IMPRESSION DE NE PAS
POUVOIR FAIRE LES DEUX.**

Sydney Leroux Dwyer | États-Unis
Orlando Pride

Twitter (février 2020)

CONVENTIONS COLLECTIVES & ORGANISATION

Les conventions collectives dans le football professionnel féminin permettent d'identifier le bon équilibre entre les conditions d'emploi des joueuses et les ressources économiques des ligues, clubs et fédérations pour une croissance durable du jeu féminin. Mais trop rares sont encore les joueuses qui ont l'opportunité de jouer un rôle dans le développement de leur secteur.

CONVENTIONS COLLECTIVES DES DEMI-FINALISTES DE LA COUPE DU MONDE FÉMININE DE 2019



ÉTATS-UNIS
CCT SIGNÉE EN 2017



PAYS-BAS
CCT SIGNÉE EN 2017



SUÈDE
CCT SIGNÉE EN 2017



ANGLETERRE
CCT SIGNÉE EN 2019

L'équipe la mieux classée au monde, les Etats-Unis, a les meilleures conditions pour leurs joueuses telles que négociées dans leur nouvelle CCT ; la Suède a également signé un nouvel accord en 2017 avec des conditions bien meilleures garantissant la même structure que leurs homologues masculins. L'Angleterre a également signé une CCT en 2019, juste avant la Coupe du Monde, et le nouvel accord des Pays-Bas garantira l'égalité de conditions avec leurs homologues masculins d'ici 2023.

L'exemple de l'équipe nationale américaine montre toute l'importance du développement de talents d'élite et de l'accès à des opportunités d'entraînement et de développement égales dès le plus jeune âge. La réglementation américaine, grâce au Titre IX de l'Education Amendments Act de 1972, a eu un impact énorme sur le système sportif aux États-Unis. Cette loi sur les droits civils fédéraux protège chacun de toute

Si l'on considère les quatre pays qui ont atteint les demi-finales de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA 2019, à savoir les Etats-Unis, la Suède, les Pays-Bas et l'Angleterre, ce n'est pas un hasard si ces quatre pays disposent tous de conventions collectives (CBA) solides entre leurs équipes nationales féminines et les fédérations.

discrimination sexuelle dans toutes les institutions de l'enseignement fédéral, pour le sport, cela signifie que les programmes sportifs dans les écoles et les universités doivent offrir un accès, des possibilités et des avantages identiques aux athlètes masculins et féminins.

La stratégie de l'UEFA pour le football féminin 2019 - 2024, récemment publiée, fixe des engagements clés de mise en place de conventions collectives dans le football féminin chez l'ensemble des 55 associations membres d'ici 2024.

Même si des engagements similaires doivent encore être pris par les autres confédérations, il est encourageant de noter une augmentation des actions collectives parmi les joueuses, qui trouvent différentes manières de se faire entendre et d'exiger de meilleures conditions et des conventions collectives.



2015

Les joueuses en Italie ont fait un grand pas en avant dans leur volonté d'être reconnues comme professionnelles à plein temps. Elles avaient menacé de faire grève, et les autorités locales de football ont finalement accepté de mettre les principes approuvés précédemment par écrit.



2015

L'équipe nationale féminine australienne a annulé son voyage pour jouer contre les championnes du monde américaines en signe de protestation contre le traitement irrévérencieux réservé par leur fédération ; elle a déclaré qu'elle ne referait son apparition que lorsqu'une nouvelle CCT aurait été conclue entre le syndicat de footballeurs PFA et la FFA.



2017

À la suite des protestations des joueuses danoises contre les salaires et les conditions de travail en refusant de participer à un match contre les Pays-Bas et un match de qualification pour la Coupe du Monde contre la Suède, l'équipe danoise a négocié avec succès un nouvel accord de quatre ans sur les conditions de travail avec sa fédération.



2017

Les joueuses de l'équipe nationale de la République d'Irlande ont protesté contre des conditions déplorables, dont la nécessité de se changer dans les vestiaires de l'aéroport. Ces joueuses irlandaises ont été représentées par le PFAI dans leurs négociations avec la Fédération de football d'Irlande pour l'amélioration de leurs conditions.



2017

Les joueuses de l'équipe nationale argentine se sont mises en grève en 2017 en dénonçant le défaut de paiement de leurs allocations, des problèmes structurels et le manque de ressources de base pour l'entraînement et la participation aux matchs.



2017

Les footballeuses norvégiennes ont signé un accord d'égalité des rémunérations avec la Fédération de football norvégienne, et tous les joueurs d'envergure internationale, hommes et femmes, recevront le même salaire.



2018

Début 2018, les footballeuses de Nouvelle-Zélande ont obtenu un accord historique, en vertu duquel les footballeurs des deux sexes relèveront du même contrat.



2019

La Fédération finlandaise de football a annoncé un nouvel accord de quatre ans sur l'égalité de rémunération entre les équipes nationales masculine et féminine et espère que cet exemple inspirera d'autres entités du football féminin.



2019

En novembre 2019, la Fédération nationale d'Australie et le syndicat des joueurs ont conclu une nouvelle convention collective de quatre ans qui comble l'écart de rémunération entre les équipes nationales masculine et féminine d'Australie.



Photo by: Greig Cowie/BPI/REX



ÉTUDE DE CAS : LES JOUEUSES STIMULENT LE CHANGEMENT EN AMÉRIQUE DU SUD



L'enregistrement et la participation d'équipes en Amérique du Sud reste une préoccupation majeure, mais les joueuses organisent et exigent un traitement approprié et équitable.

Fin 2016, six des dix membres CONMEBOL - Argentine, Bolivie, Chili, Pérou, Paraguay et Uruguay - ont été écartés du classement féminin de la FIFA suite à une inactivité de plus de 730 jours. L'inscription et la participation des équipes posent toujours un grand problème. Cette stagnation, alors que les joueuses de la région avaient l'opportunité de partager leurs expériences et de s'organiser collectivement, leur a permis de déclencher un mouvement en Amérique du Sud pour réclamer un traitement approprié et équitable.

Le forum sud-américain de la FIFPro a été la première réunion en 2018 pour les joueuses régionales d'Argentine, du Brésil, du Chili, de Colombie, d'Uruguay et du Venezuela. Cette réunion a permis de mettre en place une collaboration internationale entre les joueuses en soulignant l'importance d'une action collective des femmes pour obtenir des accords et progresser en améliorant les conditions.

Un grand nombre d'actions collectives défendant les droits des joueuses en Amérique latine ont alors suivi, comme on pourra le voir ci-après.



Photo by: Juan Karita

LES JOUEUSES S'ORGANISENT EN AMÉRIQUE DU SUD

2016 — 2017 — 2018

Lancement de la première ligue professionnelle féminine en Colombie et au Venezuela.

AOÛT

Les footballeuses chiliennes fondent leur propre syndicat, l'ANJUFF. L'organisation coopère avec le syndicat de joueurs chiliens, membre de la FIFPro, le SIFUP.

SEPTEMBRE

Cristiane Rozeira quitte l'équipe nationale brésilienne au bout de 17 ans en raison des conditions inadéquates dans lesquelles les joueuses devaient s'entraîner et jouer en compétition. En Argentine, l'équipe nationale entame une grève de deux semaines pour forcer leur fédération à améliorer les conditions.

OCTOBRE

Les joueuses brésiennes rédigent une lettre ouverte à leur fédération sur les conditions et le traitement inéquitable réservés aux femmes.

AVRIL

During Copa América, Argentina's women's national team demand improved conditions by recreating Riquelme's iconic goal celebration and protest gesture.

AOÛT

Forum des femmes sud-américaines de la FIFPro organisé au Chili avec des joueuses et des représentants syndicaux d'Argentine, du Brésil, du Chili, de Colombie, d'Uruguay et du Venezuela.

DÉCEMBRE

Les joueuses obtiennent deux sièges au Comité de la fédération de football uruguayenne.



Photo by: ZUMA Press, Inc.

2019

La réglementation de la CONMEBOL sur les licences des clubs entre en vigueur : pour participer à des compétitions internationales, les clubs doivent avoir une équipe féminine et une catégorie féminine de jeunes.

JANVIER

La joueuse argentine Macarena Sanchez, qui a participé au Forum de la FIFPRO, poursuit la Fédération argentine et son club, l'UAI Urquiza, en réclamant la reconnaissance de son statut d'employée.

FÉVRIER

Le Chili conclut son premier contrat professionnel pour les joueuses (Santiago Morning Club - 9 joueuses, 4 locales et 5 internationales).

En Colombie, les joueurs lancent une campagne de médias sociaux pour améliorer les conditions.

MARCH

Lancement de la première ligue féminine professionnelle en Argentine. L'AFA, dans un accord avec le syndicat des joueurs (FAA), alloue environ 2 800 dollars à 16 clubs, couvrant le contrat professionnel de huit joueuses par équipe. Cela équivaut à un salaire mensuel d'environ 350 dollars par joueuse, légèrement supérieur au salaire minimum national en Argentine. Ces joueuses bénéficieront également d'une couverture sociale et d'une visite médicale d'avant-saison de la part du syndicat.

La fédération colombienne annonce la dissolution de la ligue professionnelle. Le syndicat de joueurs - l'ACOLFUTRO - révoque cette décision avec le soutien des joueurs et du gouvernement et le tournoi est amélioré à l'aide d'un groupe de travail composé de joueuses et de représentants syndicaux.

AVRIL

Les joueuses équatoriennes accusent le personnel de l'équipe nationale d'abus sexuels. Un avocat et quelques joueuses colombiennes ont créé l'AFUTCOL, une association pour les footballeuses.

JUILLET

Le syndicat des joueurs colombiens demande l'intervention de la Cour constitutionnelle pour discrimination à l'encontre des joueuses. Le match des huitièmes de finale du Brésil contre la France a été suivi par plus de 35 millions de personnes sur TV Globo au Brésil, le plus grand nombre de téléspectateurs nationaux à avoir regardé un match de football féminin de toute l'histoire.

NOVEMBRE

Le syndicat des joueurs argentins et la FA parviennent à un accord sur la maternité des joueuses. Elles toucheront leur salaire jusqu'à la reprise de leur activité, même si le contrat arrive à expiration. Nouveau record de spectateurs pour le football féminin au Brésil : 28 862 personnes ont regardé la finale du championnat de l'État de São Paulo.

DÉCEMBRE

Le Brésil et la Colombie ont posé leur candidature pour la Coupe du Monde de la FIFA 2023, un continent qui n'a jamais organisé l'événement, ce qui reflète l'attention croissante portée au football féminin.



Photo by: Richard Sellers

APPEL À L'ACTION

6

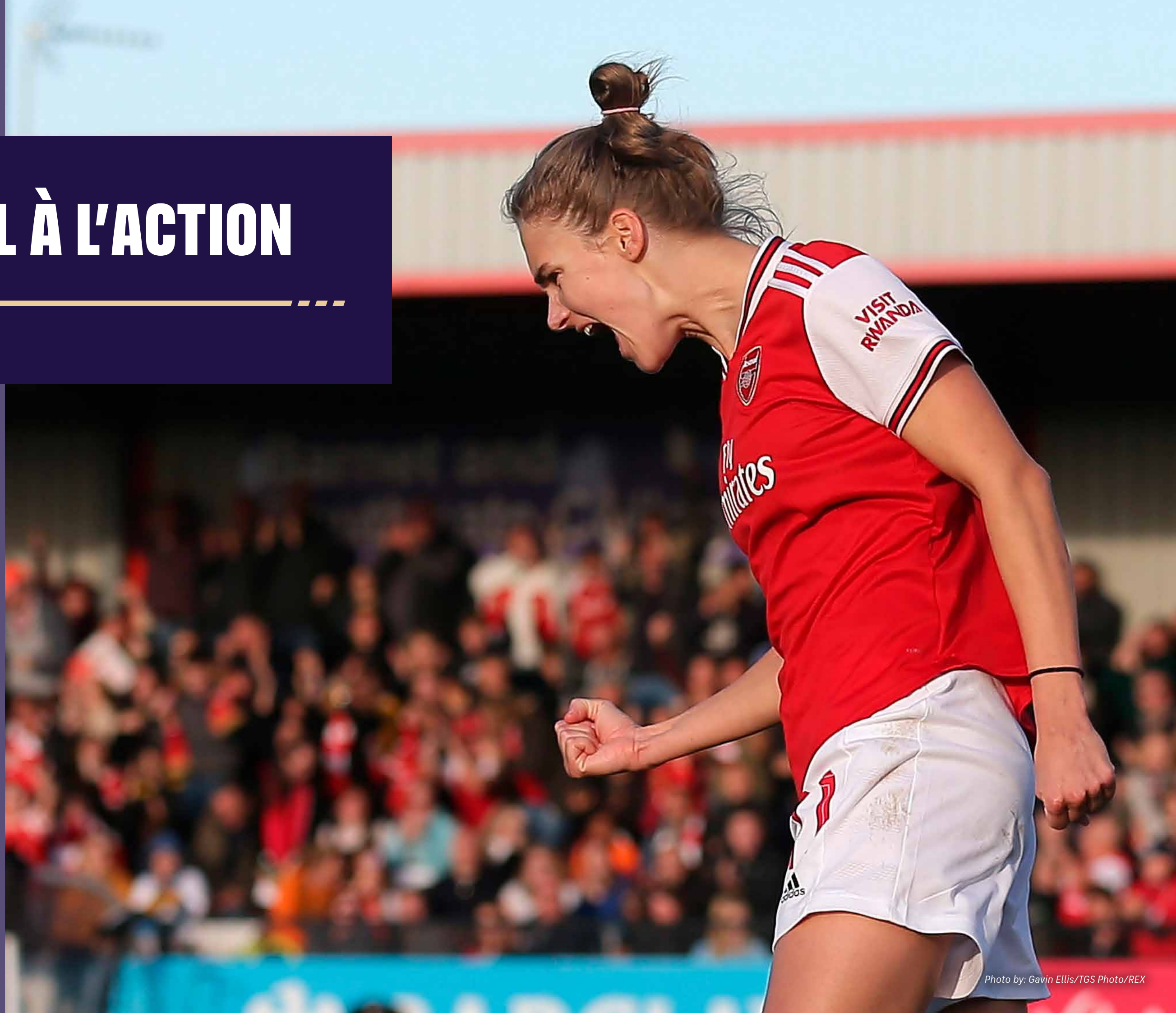


Photo by: Gavin Ellis/TGS Photo/REX

APPEL À L'ACTION

Les femmes s'organisent et lancent un appel clair : traitement équitable, travail décent, égalité des chances et droit à des carrières viables en tant que professionnelles dans ce secteur. Les joueuses sont la principale ressource de toutes les équipes de football, et l'athlète est central dans l'existence du sport. Le potentiel du jeu et du secteur dépend de la réalisation du potentiel de la joueuse. Cela ne peut se faire que dans des conditions adéquates qui favorisent le bien-être physique et mental des joueuses et qui protègent et favorisent leurs capacités et leur intégrité.

Alors que le secteur du football féminin prend son essor et s'accélère, le moment est venu pour les parties prenantes de l'ensemble du jeu de réfléchir à la manière de hiérarchiser les préoccupations des joueuses et de s'assurer que le parcours de croissance n'éclipse pas leurs conditions de travail.

S'il est vrai que de nombreux modèles pourraient être appliqués pour favoriser la croissance de marchés de

l'emploi durables pour le football féminin professionnel, un dénominateur commun s'impose : les conditions de travail dans lesquelles les joueuses s'entraînent et se produisent doivent être à la hauteur des ambitions et du potentiel du jeu. Cela signifie qu'il faut mettre en place des normes mondiales de base pour les conditions des joueuses tant au niveau des clubs nationaux qu'au niveau international.

MISE EN PLACE DE NORMES DU SECTEUR POUR LES CONDITIONS DE TRAVAIL

Les normes internationales du travail énoncent les principes et les droits fondamentaux au travail. L'Organisation internationale du Travail (OIT) a élaboré un système de normes internationales du travail visant à promouvoir les possibilités pour les personnes d'obtenir un travail décent et productif, en toute liberté, équité, sécurité et dignité. Le respect de ces normes de travail et la création de conditions de travail conformes

aux normes nationales et internationales sont essentiels pour les footballeuses et la protection de leurs droits en tant qu'athlètes.

MISE EN ŒUVRE ET APPLICATION

Il est essentiel d'établir de telles normes pour le secteur, mais la bonne application de telles normes de travail dépend de leur mise en œuvre en bonne et due forme. La surveillance et le suivi de la façon dont ces normes sont appliquées pour les conditions des joueuses doivent relever d'une responsabilité commune de la FIFA et de la FIFPRO.

Ces normes pour les conditions générales ne représenteront que le minimum nécessaire. La façon dont elles seront mises en œuvre variera considérablement selon les régions, les ligues et les clubs. Elles doivent cependant être mises en œuvre afin de veiller à ce que les joueuses soient au centre du développement du jeu. La FIFPRO ne propose pas un modèle ou une formule unique pour la mise en œuvre de ces conditions. Nous les présentons plutôt comme des composants clés.

Nous devons fixer des normes, qui ne doivent pas se fonder sur ce qu'accepteront les femmes, mais plutôt sur une série de normes plus exigeantes, similaires à ce qui serait fait pour les hommes.

Joueuse professionnelle | Canada
Enquête 2019 de la FIFPRO sur le football féminin



Photo by: Carlos Parra



NORMES MONDIALES MINIMUMS DE TRAVAIL POUR LE FOOTBALL PROFESSIONNEL

Parallèlement à la nécessité de reconnaître les droits de travail fondamentaux et les droits de l'homme pour les joueuses, il faut que le secteur fixe un ensemble de normes de base pour les conditions de travail des footballeuses professionnelles. Les 12 catégories suivantes nécessitent des règles de travail minimums pour le football féminin professionnel mondial :



NB : Chacune de ces catégories doit disposer d'une norme minimum limite pour toute condition, sans qu'elle ne puisse toutefois représenter un plafond. La direction (fédérations / Clubs) peut et devrait être encouragée par exemple par le biais de conventions collectives à accorder aux joueuses des avantages plus importants que ceux prévus dans les normes minimums



CONTRATS

Les contrats écrits sont un élément essentiel de la reconnaissance du statut professionnel des joueuses et de leur protection en vertu du droit du travail. Les conventions collectives entre ligues et joueuses et fédérations nationales et joueuses sont également cruciales. L'absence de contrats écrits dans le jeu féminin crée une insécurité et une incertitude profondes, et laisse les joueuses sans protection.



SANTÉ ET SÉCURITÉ

Les joueuses doivent être à l'abri des conditions précaires et protégées contre les préjudices découlant de leur emploi, notamment contre les abus, la violence et le harcèlement sur le lieu de travail.



ENVIRONNEMENTS DE FORMATION ET DE MATCH

Les joueuses doivent disposer d'infrastructures, d'installations et de conditions matérielles adéquates pour s'acquitter au mieux de leurs tâches. Par environnement de jeu adéquat, on entend également des ressources humaines et une dotation en personnel appropriées.



SALAIRES ET RÉMUNÉRATION

Les joueuses doivent recevoir un salaire adéquat et régulier. Il est indispensable que les salaires soient régulièrement payés et qu'un salaire minimum soit garanti.



CHARGE DE TRAVAIL

Les joueuses doivent bénéficier de périodes de repos et de récupération obligatoires. Dans le cadre du club, les joueuses doivent avoir une pause de mi-saison et une pause hors saison considérées comme des congés payés. Il s'agit de protéger leurs droits en tant que travailleuses et de veiller à d'excellentes performances tout en préservant leur santé physique et mentale.



PROMOTION DE L'EMPLOI

Les parties prenantes représentant les employeurs, les instances dirigeantes ou les investisseurs de la communauté internationale du football doivent prendre des mesures pour promouvoir l'emploi et la croissance durable dans le football professionnel : a) en encourageant la participation aux compétitions ; b) en stabilisant et en innovant les compétitions ; c) en commercialisant les compétitions ; d) en assurant un équilibre travail-vie privée.



PROTECTION SOCIALE

La sécurité sociale est un droit de l'homme qui répond au besoin universel de protection contre certains risques de la vie et besoins sociaux. Des systèmes de sécurité sociale efficaces garantissent la sécurité du revenu et la protection de la santé. Les footballeuses doivent se voir garantir des normes minimales de protection - tout comme les travailleurs d'autres professions - par le biais de régimes de prestations en cas de maladie, de chômage, de vieillesse, d'accident du travail, de protection des données, de maternité et de responsabilité parentale.



PROTECTION DES DONNÉES DES JOUEUSES

Les joueuses ont droit à la protection et à l'exploitation de leur image et de leurs données à caractère personnel et de performances. La réglementation générale sur la protection des données, et plus particulièrement le Règlement général sur la protection des données (RGPD), s'applique à la collecte et à l'utilisation des données à caractère personnel des joueuses. Les droits des joueuses et l'application du droit à la confidentialité des données au secteur du football sont abordés plus en détail dans la Charte des droits des joueurs de la FIFPRO.



LIBERTÉ D'ASSOCIATION ET CONVENTIONS COLLECTIVES

Toute joueuse professionnelle a le droit de s'organiser et d'adhérer à des syndicats de joueurs indépendants des pouvoirs publics et de l'employeur. Toute joueuse professionnelle a également droit à une négociation collective.



NON-DISCRIMINATION

Chaque joueuse a droit à l'égalité des chances, sans distinction d'aucune sorte et sans discrimination, harcèlement ni violence.



ACCÈS AUX RECOURS

Les joueuses doivent pouvoir accéder à un recours efficace si leurs droits sont violés. Elles doivent être en mesure d'alerter les autorités si ces conditions générales ne sont pas appliquées ou défaillantes pour elles, et de se défendre pour leur mise en œuvre en bonne et due forme.



FORMATION

Pour réaliser pleinement son potentiel humain et sa personnalité, toute joueuse a droit à l'éducation et à la poursuite d'une vie professionnelle et privée au-delà du sport, complétée par les ressources du sport.

NORMES MONDIALES MINIMUMS DE TRAVAIL POUR LE FOOTBALL PROFESSIONNEL



NORMES MONDIALES POUR LES TOURNOIS INTERNATIONAUX

En ce qui concerne les principaux tournois internationaux, il convient d'établir et d'appliquer une norme universelle unique pour les conditions de jeu. Ces normes standard peuvent être instituées et appliquées par les organisateurs de la compétition afin de veiller à ce que les joueuses qui participent à des compétitions mondiales de haut niveau – que ce soit dans les clubs ou les équipes nationales – soient protégées et puissent obtenir le meilleur d'elles-mêmes.





INSTALLATIONS ET ÉQUIPEMENTS

La mise à disposition d'installations d'entraînement et de match appropriées est un élément essentiel de la compétition. C'est sur ces terrains que les joueuses se préparent et jouent. La qualité et la norme doivent en tenir compte. Des installations et des équipements inadéquats posent de sérieux problèmes pour le développement du jeu féminin d'élite



HÉBERGEMENT

Il importe que les équipes disposent d'un hébergement adéquat dans un environnement propice à des performances de haut niveau pour bien se reposer pendant la compétition. Cela a des incidences pour le nombre de joueuses par chambre, la distance entre les hôtels et les terrains d'entraînement, et divers autres éléments de ces dispositions..



TRANSPORTS

Les conditions de transport des équipes nationales vers les compétitions et entre les matchs sont cruciales pour le bien-être et les performances des joueuses. Cela a des implications sur le mode de transport ainsi que sur les caractéristiques du voyage, notamment la classe de vol et le trajet direct ou non. .



SANTÉ ET SÉCURITÉ

Les joueuses doivent être protégées de conditions de jeu précaires et disposer d'un temps de repos et de récupération suffisant. Toutes les joueuses de l'équipe nationale doivent bénéficier d'une couverture médicale complète au cas où elles seraient blessées en jouant pour l'équipe nationale. L'équipe médicale devrait compter un médecin, un entraîneur, un physiothérapeute et un psychologue



TECHNOLOGIE

Les nouvelles technologies jouent également un rôle clé dans l'évolution du football, les équipements de pointe devant être de plus en plus intégrés dans l'expérience des joueuses



PERSONNEL DE L'ÉQUIPE

Il est crucial pour les performances de l'équipe d'avoir un personnel expérimenté et compétent. La délégation de l'équipe nationale devrait comprendre au minimum un entraîneur principal, un entraîneur adjoint, un coordonnateur d'équipe, un attaché de presse et un responsable de l'équipement, ainsi que du personnel médical. Au moins 30 % de chaque sexe doit être représenté dans le personnel.



PAIEMENT DES JOUEUSES

Chaque joueuse a le droit de participer équitablement à l'activité économique et à la richesse de son sport et de recevoir une rémunération juste et équitable, y compris des primes. Pour certaines joueuses en compétition pour leur pays, le chevauchement entre le club et l'équipe nationale peut ajouter une certaine stabilité et une sécurité d'emploi.



CALENDRIER DES MATCHS

Les tournois et compétitions majeurs doivent comporter un nombre approprié de matchs avec un intervalle approprié entre les matchs. L'intervalle entre les matchs de l'équipe nationale et des clubs doit également être pris en compte lors des transitions entre les compétitions nationales et internationales. Les fédérations nationales doivent être mandatées pour utiliser les fenêtres du Calendrier International des Matchs qui leur sont attribuées et participer aux compétitions.



PRÉPARATION AUX TOURNOIS

Les ressources et le soutien fournis par l'organisateur du tournoi doivent être les mêmes pour les joueuses qui participent aux événements respectifs en préparation du tournoi. Les ressources destinées à la préparation via la fédération, le club ou directement au joueur doivent refléter l'égalité des sexes.



POLITIQUE PARENTALE

Les joueuses doivent pouvoir bénéficier de congés familiaux, de services de garde d'enfants et d'une certaine souplesse. Si une joueuse se retire temporairement de l'équipe nationale alors qu'elle est enceinte, elle ne doit perdre aucune des indemnités ou aucun des avantages qui lui auraient été dus. Les joueuses voyageant avec un bébé, doivent bénéficier d'une assistance structurelle et financière appropriée pour la garde de l'enfant.



NON-DISCRIMINATION

Chaque joueuse a droit à l'égalité des chances, sans distinction d'aucune sorte et sans discrimination, harcèlement ni violence.



PROTECTION DES DONNÉES DES JOUEUSES

Les joueuses ont droit à la protection et à l'exploitation de leur image et de leurs données à caractère personnel et de performances. La réglementation générale sur la protection des données, et plus particulièrement le Règlement général sur la protection des données (RGPD), s'applique à la collecte et à l'utilisation des données à caractère personnel des joueuses. Les droits des joueuses et l'application du droit à la confidentialité des données au secteur du football sont abordés plus en détail dans la Charte des droits des joueurs de la FIFPRO.

NORMES MONDIALES POUR LES TOURNOIS INTERNATIONAUX

STATUT PROFESSIONNEL DES JOUEUSES

Avant toute chose, il est essentiel que le statut professionnel des joueuses soit reconnu. En d'autres termes, les activités des joueuses doivent d'abord être reconnues comme du travail.

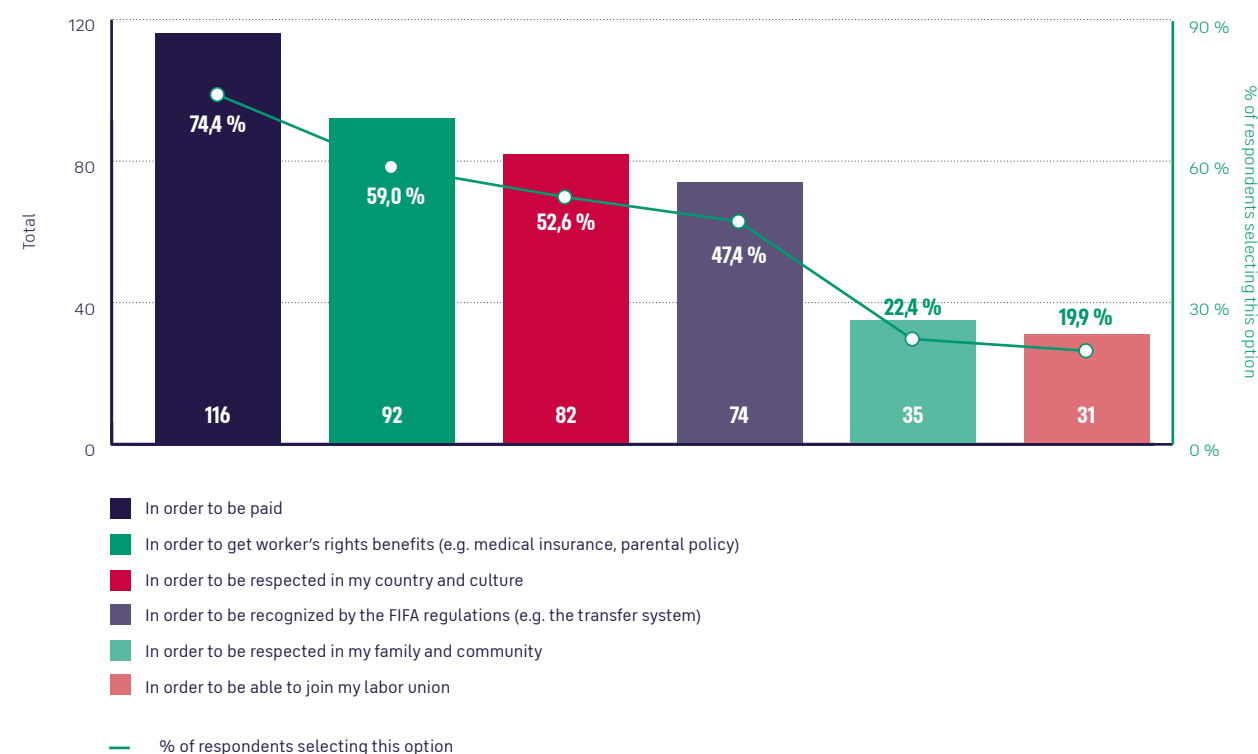
Aujourd'hui, l'un des plus grands défis auxquels sont confrontées de nombreuses joueuses dans le jeu d'élite est qu'elles jouent dans le cadre d'obligations professionnelles sans pour autant bénéficier d'un statut professionnel. En l'absence d'une telle reconnaissance de statut juridique, la protection des droits du travail des joueuses est menacée car elles sont exclues du champ d'application de la législation nationale sur l'emploi et pire encore, il n'existe aucun fondement sur lequel professionnaliser le sport. Cela entrave activement et fait obstacle à la libération du potentiel du jeu féminin - des décennies d'interdiction ont peut-être été levées pour le football féminin, mais l'absence de reconnaissance professionnelle constitue une forme d'interdiction moderne. Étant donné que de nombreuses joueuses professionnelles ne sont pas reconnues en tant que telles par les parties prenantes du football, elles ne bénéficient pas des droits et de la protection appropriés en tant que travailleuses. L'une des

nombreuses implications est qu'elles ne peuvent pas adhérer à des syndicats ou négocier collectivement les conditions de leur participation au jeu. La situation est aggravée par le fait que les joueuses ont rarement revendiqué leurs droits et une protection étant donné leur longue expérience de l'oppression dans le jeu. Sur un plan plus positif, la situation a commencé à montrer des signes de changement au cours des deux dernières années avec des joueuses de divers pays, notamment l'Australie, les États-Unis, l'Argentine, le Brésil, la Colombie, l'Irlande, la Suède, le Danemark et la Nouvelle-Zélande, qui s'organisent et défendent leurs droits. Les répondants à l'Enquête de la FIFPRO sur le football féminin 2019 ont déclaré ce qui suit sur l'importance du statut professionnel : (Figure 25).

Ce qui serait une réussite pour le football féminin, c'est que Les filles n'auraient plus besoin de travailler à côté pour gagner leur vie.

*Joueuse de l'équipe nationale des Pays-Bas
Enquête de la FIFPRO sur le football féminin 2019*

FIGURE 25. WHY PROFESSIONAL STATUS IS IMPORTANT - PERCEPTIONS OF PLAYERS



ÉTUDE DE CAS : L'ARGENTINE INTRODUIT LE STATUT PROFESSIONNEL

L'une des nations les plus passionnées de football, avec certains des meilleurs joueurs du monde, fait preuve - à tous les niveaux - d'hostilité envers les femmes dans le football. Les joueuses en Argentine ont toujours eu la vie dure.

Pendant plus de deux ans, l'équipe nationale est restée inactive et la ligue nationale - basée uniquement dans la capitale - a eu du mal à survivre, la fédération nationale de football ne lui accordé aucune subvention. Rien, aucune couverture pour le personnel médical, le transport, les sites, la restauration, l'équipement, le soutien technique, le marketing, les primes, les salaires, l'hébergement et aucune stratégie possible pour améliorer les activités. Tout dépendait des clubs, et les joueuses ont quasiment tout pris en charge. Certaines ont même payé leur club pour pouvoir participer aux championnats. Mais la donne a changé avec la signature d'un accord entre la fédération (AFA) et le syndicat des joueurs, Futbolistas Argentinos Agremiados, le 16 mars 2019 : le football féminin en Argentine est devenu professionnel.

La ligue est composée de 16 équipes de première division. Le nombre minimum de contrats professionnels est désormais de huit par club : les conditions appliquées à ces joueuses professionnelles sont les mêmes que celles appliquées aux joueurs masculins de 4ème division dans le cadre d'une convention collective

(CCT) : contrat-type, sécurité sociale, contrôle des infrastructures par le syndicat de joueurs, et un groupe de travail entre les deux parties.

Il a été annoncé que l'AFA fournirait de l'aide aux clubs sans installations propres et créerait un centre d'élite à Buenos Aires. La santé des joueurs sera prise en charge, tous les joueurs ayant droit à une visite médicale organisée par le syndicat. Une coupe fédérale permettra de promouvoir le jeu à l'extérieur de la capitale. Le nombre de joueurs augmentera inévitablement en raison d'une clause de continuité de la CCT, qui stipule qu'avec des contrats professionnels, on ne peut changer de club que si le nouveau club a le même statut.

Des pourparlers ont été entamés à la suite de l'action en justice intentée par la footballeuse Macarena Sanchez devant les tribunaux nationaux contre son club UAI Urquiza et l'AFA, au motif qu'elle avait été engagée pendant 6 ans par ce club sans que ceci ne soit encore reconnu. L'affaire était toujours en instance au moment de la publication du présent rapport. Sanchez a été la première footballeuse argentine à signer un contrat professionnel.



Photo by: Julien Mattia/NurPhoto

CONCLUSIONS

7



CONCLUSIONS

Comme le montre notre évaluation du développement du secteur et des conditions de jeu actuelles, l'évolution du football féminin n'a pas été linéaire ni constamment progressive et il y a de grandes variations entre les régions et les compétitions et au sein de celles-ci. Il existe toutefois des signes encourageants : le football féminin offre d'innombrables opportunités. Afin de favoriser la poursuite du développement du jeu professionnel dans le monde entier, cette expansion doit être évaluée et abordée de l'extérieur comme à l'accoutumée et nous devons écouter les voix des joueuses.

Il est clair qu'il n'existe pas de formule unique applicable à tout, mais une base cohérente et étendue de conditions appropriées et un traitement équitable représentent les fondements de l'avenir du football féminin. La croissance économique doit être fondée sur l'établissement de normes du travail dont la mise en œuvre et l'application au niveau national incombent aux fédérations, aux ligues et aux clubs nationaux. En fin de compte, une fois les normes du travail en place, la croissance peut se traduire par des normes de jeu plus exigeantes, des clubs plus professionnels et des compétitions plus solides sur tous les fronts. Un cycle propice peut ainsi se mettre en place.

Les diverses parties prenantes du jeu féminin semblent reconnaître de plus en plus que les conditions existantes sont inadéquates et s'accordent sur l'importance du changement. Une opportunité et une urgence ont été identifiées dans cette première phase de développement du jeu pour fixer les droits fondamentaux et les droits de base en matière d'emploi. Cela exigera un effort collectif de la part des instances dirigeantes et des parties prenantes avec les joueuses par l'innovation, la réforme et la réglementation selon les modalités suivantes.

Il faut que tous les acteurs se rassemblent et se réunissent sur ce point..

Joueuse professionnelle | Espagne
Enquête 2019 de la FIFPro sur le football féminin

LEADERSHIP : ÉLABORER UNE VISION COMMUNE

Une vision claire et commune devrait être un point de départ pour la planification de la croissance future du sport. Pour certains, le football féminin est encore considéré comme une initiative de responsabilité sociale. D'autres croient de plus en plus en son potentiel commercial. Ce manque de vision ne signifie pas nécessairement qu'il n'y a pas de plans stratégiques. La FIFA a publié sa toute première stratégie pour le football féminin et de nombreuses confédérations suivent peu à peu cette voie. La Stratégie de l'UEFA pour le football féminin s'avère encourageante pour les conventions collectives de travail, les autres conditions d'ensemble et le développement des joueuses. Il manque encore toutefois une solution de développement du football féminin acceptée par tous.

GOVERNANCE : RÉFORMER, INNOVER ET RÉGLEMENTER

Les conditions sont largement tributaires de la gouvernance et des actions économiques des parties prenantes, ce qui implique un investissement de ressources et un leadership. Les règles, règlements et politiques mis en place dans et autour du jeu jouent un rôle central dans le façonnage du paysage du sport et des conditions de jeu des joueuses professionnelles. Cela signifie qu'il faut réformer les politiques mondiales et régionales, mobiliser des ressources, modifier les règlements et la législation et mettre en place de nouveaux cadres. Cela implique les instances dirigeantes du jeu, notamment la FIFA et ses associations membres, les sponsors, les investisseurs et les médias, et signifie également que les associations professionnelles de football doivent continuer à trouver des moyens d'intégrer les joueuses dans leurs structures pour une représentation juste et adéquate. Une fois le football féminin intégré dans les structures officielles du sport et les joueuses dans les règlements, des investissements officiels sont possibles.

Nous ne pouvons pas faire exactement comme le football masculin, nous devons prendre une autre voie.

Joueuse de l'équipe nationale brésilienne
Enquête de la FIFPRO sur le football féminin 2019

RECHERCHE : COLLECTER, DOCUMENTER ET ANALYSER LES DONNÉES

La FIFA et ses associations membres reconnaissent que les règlements du jeu ne sont pas suffisants et doivent être mis à jour : les joueuses doivent être incluses de manière appropriée dans les règlements officiels et les systèmes de surveillance du jeu. Ainsi, l'intégration des joueuses dans le système informatique de régulation des transferts (TMS) de la FIFA a eu lieu en 2018, les données commençant à s'accumuler. De même, il est de plus en plus admis que les règlements relatifs à l'emploi et au calendrier de jeu des joueuses, y compris le Règlement de la FIFA concernant le Statut et le Transfert des Joueurs (RSTP), doivent être revus et appliqués au football féminin. Il est également de plus en plus évident que les réglementations du marché masculin ne doivent pas être appliquées aveuglément au jeu féminin. Cela pourrait s'avérer défavorable, et entraîner l'application de règles d'indemnité de formation susceptibles d'entraver considérablement le flux de jeunes talents et le développement des joueuses.

PARTENARIATS : ENGAGER LES PARTIES PRENANTES

La professionnalisation ne s'arrête pas à l'obtention du statut d'employé à temps plein par un plus grand nombre de joueuses ni à la mise en œuvre de normes du travail - ces éléments représentent la base sur laquelle tous les autres composants peuvent être valablement ajoutés. La professionnalisation doit également être présente dans les processus commerciaux et l'environnement de soutien autour du football féminin. L'engagement de sponsors, de médias et d'autres partenaires envoie un message fort au marché et renforce le secteur. Une analyse de rentabilité est essentielle pour assurer la viabilité financière et la stabilité du marché, mais cette analyse ne doit pas servir à justifier le progrès. Les joueuses méritent le droit à une carrière professionnelle de footballeuse.

VISIBILITÉ : ÉLABORER LE PROFIL DU FOOTBALL FÉMININ

Le sport professionnel est une forme de divertissement populaire, capable d'atteindre un vaste public. Depuis quelques années, de plus en plus de médias couvrent le football féminin, notamment dans le sillage des tournois des équipes nationales qui ont conquis le grand public. De plus, l'inclusion, l'égalité, l'esprit sportif et les relations étroites entre les joueuses et leurs supporters sont toutes des valeurs souvent associées au sport féminin. Le football féminin se trouve ainsi dans une position privilégiée pour jouer un rôle éducatif et, indirectement, pour façonner la perception du public et remettre en question les stéréotypes. En assumant ce rôle d'« ambassadeur » et en mettant en avant ces valeurs, le football féminin a la possibilité d'exercer une influence positive sur la société.

Potentiel de l'avenir du football

La façon dont nous valorisons notre propre produit détermine la façon dont les autres le valorisent. On ne peut pas attendre du football féminin professionnel qu'il excelle si nous sapons ses atouts les plus précieux - les joueuses. Si la croissance du football dépend d'opportunités extérieures et de décisions stratégiques dans le secteur, il sera difficile de progresser tant que les joueuses n'auront pas l'opportunité de mettre à profit tout leur potentiel. Des conditions de travail adéquates et équitables jetteront les bases d'un processus de professionnalisation et de prospérité du secteur. Mais ces conditions n'iront pas automatiquement de pair avec la croissance économique - elles exigent plutôt des mesures de gouvernance du haut vers le bas pour établir des normes et s'assurer qu'elles sont mises en œuvre pour les ligues et les tournois du monde entier. Si le secteur du football professionnel est confiant dans l'avenir du football féminin, il y parviendra avec les joueuses en tant que partenaires sur un pied d'égalité, partageant les mêmes intérêts dans l'avenir de leur jeu.



**TANT DE PERSONNES ONT JOUÉ UN
RÔLE POUR AIDER À FAIRE ÉVOLUER
LE JEU JUSQU'AU POINT OÙ IL EST
AUJOURD'HUI. MAIS N'OUBLIEZ PAS
QUE NOUS N'EN N'AVONS PAS
ENCORE FINI.**

Elise Kellond-Knight | Australie

Twitter (novembre 2019)

ANNEXE

WORLD PLAYERS ASSOCIATION DÉCLARATION UNIVERSELLE DES DROITS DES JOUEURS

Chaque joueur :

1. **A DROIT** à un environnement sportif bien géré, exempt de corruption, de manipulation et de tricherie, et qui protège, respecte et garantit les droits fondamentaux de toute personne impliquée dans ou concernée par le sport, y compris le joueur
2. **A LE DROIT** d'accéder au sport et de le pratiquer dans le cadre d'une carrière et d'une profession fondées uniquement sur le mérite
3. **A DROIT** à l'égalité des chances dans la pratique du sport sans distinction d'aucune sorte et sans discrimination, harcèlement ni violence. Le droit d'un joueur de pratiquer un sport ne peut être limité en raison de sa race, sa couleur, sa naissance, son âge, sa langue, son orientation sexuelle, son sexe, son handicap, sa grossesse, sa religion, ses opinions politiques ou autres, ses responsabilités en tant que personne en charge, sa propriété ou autre statut
4. Mineur **A DROIT** à la possibilité de pratiquer librement un sport de manière inclusive, adaptée et sûre, et de voir ses droits en tant qu'enfant protégés, respectés et garantis
5. **A LE DROIT** de travailler, de choisir librement son emploi et de circuler librement dans l'exercice de ce travail et de cet emploi
6. **A LE DROIT** de s'organiser et de négocier collectivement et de former des associations et des syndicats de joueurs et d'athlètes et d'y adhérer pour la protection de ses intérêts
7. **A LE DROIT** de partager équitablement l'activité économique et la richesse de son sport, que les joueurs ont contribué à générer
8. **A DROIT** à une rémunération et à des conditions de travail justes et satisfaisantes, y compris un salaire minimum, des horaires de travail équitables, le repos, les loisirs, la protection des salaires, la sécurité du contrat, la protection de son statut de travailleur dans la relation de travail et l'égalité de rémunération pour un travail égal
9. **A DROIT** à un lieu de travail et à un environnement sportif sûrs et sécurisés, qui favorisent la sécurité du joueur, sa santé physique et mentale et son bien-être social. Il ou elle doit être traité(e) et soutenu(e) avec la plus grande intégrité par des professionnels de la santé lorsqu'il ou elle est blessé(e) ou malade, et bénéficier d'une supervision et d'un contrôle sur ce traitement et ce soutien
10. **A DROIT** à une éducation et à la poursuite du travail et de la vie au-delà du sport, complétée par les ressources du sport
11. **A DROIT** à la vie privée, à l'intimité et à la protection en ce qui concerne la collecte, le stockage et le transfert de données à caractère personnel
12. **A LE DROIT** de voir son nom, son image et ses performances protégés. Le nom, l'image et les performances d'un joueur ne peuvent être utilisés à des fins commerciales qu'avec son consentement, donné volontairement
13. **A DROIT** à la liberté d'opinion et d'expression
14. **A DROIT** à la protection de la loi et à l'égalité devant celle-ci
15. **A DROIT** à une procédure régulière, y compris, en cas d'inculpation, à la présomption d'innocence. Toute sanction doit être légale, proportionnée et juste
16. **A LE DROIT** de faire régler tout litige par un processus impartial et efficace de règlement des griefs dans lequel le joueur a un droit de regard égal sur la nomination du jury, de l'arbitre ou de toute autre personne ou organisme décisionnel. Son sport doit lui assurer l'accès à un recours efficace lorsque ses droits au titre de la présente Déclaration n'ont pas été protégés ou respectés
17. **A LE DEVOIR** de respecter les droits de ses pairs en vertu de la présente Déclaration, et de respecter les droits fondamentaux de toute personne impliquée dans ou concernée par le sport.



Photo by: Maria Lysaker/CSM/REX



FIFPRO
FOOTBALL
PLAYERS
WORLDWIDE



fifpro.org



info@fifpro.org



+31 23 554 6970



Scorpius 161,
2132 LR Hoofddorp
Netherlands

*This report was realised in association
with KPMG Football Benchmark*

*Photo cover by:
ZUMA Press, Inc.*

*Main photo sources:
Hollandse Hoogte
Getty Images*