

Société

# LA COVID A-T-ELLE TUÉ LE FOOTBALL FÉMININ ?

Emma Coroler

10/09/2020

**Il y a quelques jours, pour la cinquième fois consécutive (et la septième de son histoire), l'équipe féminine de l'Olympique lyonnais remportait la Champions League, égalisant ainsi le record de l'équipe masculine du Real Madrid. Historique, cette victoire ne doit cependant pas occulter la menace qui pèse sur l'existence même du football féminin en raison de la crise sanitaire. Emma Coroler, membre de l'Observatoire du sport de la Fondation Jean-Jaurès, livre son diagnostic.**

## Le football féminin : rétrospective d'une évolution

N'en déplaise aux supporters et supportrices de tous horizons qui rêveraient d'accrocher au tableau de leurs prouesses nationales la naissance du football, celui-ci est bel et bien né en Angleterre. Ainsi, rien de moins étonnant que les Anglais aient accueilli la première rencontre internationale de football féminin. Le 9 mai 1881, la sélection écossaise recevait sa voisine anglaise pour une rencontre inédite. Si celle-ci suscite une certaine curiosité populaire, les supporters présents au stade ce jour-là ne la voient pas d'un si bon œil et l'interrompent violemment. Tout au long du XX<sup>e</sup> siècle, les préjugés misogynes quant à la pratique sportive féminine contribueront à invisibiliser et freiner le développement du football féminin.

Si l'on peut dater les prémices de la mondialisation de la pratique féminine du football à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, il faudra attendre plus d'un siècle pour assister à un réel essor de la pratique à l'échelle mondiale. Ce n'est qu'à partir de 1970 que l'on observe un virage majeur d'institutionnalisation de la pratique du foot féminin. Les années 1970 marquent l'apparition des premières compétitions internationales parmi lesquelles on compte notamment la Coupe d'Asie des nations de 1975. Il faut cependant attendre encore une grosse décennie afin d'assister à l'organisation de la première Coupe du monde féminine officiellement reconnue par la FIFA (Fédération internationale de football association), soixante ans après celle des hommes, réunissant douze équipes nationales. Cette première édition de la Coupe du monde féminine sera suivie, cinq ans plus tard, par l'inscription du football féminin au sein des compétitions officielles des Jeux olympiques d'Atlanta de 1996. Le vent en poupe, le foot féminin gagne en visibilité et en popularité avec la

reconnaissance officielle de la pratique au sein des instances internationales et cela s'accompagne d'une nette augmentation de la pratique sportive à l'échelle mondiale. Ainsi, entre 1991 et 2018, on observe une explosion du nombre de rencontres internationales féminines avec plus de 615 matchs joués. Sur la même période, le nombre de fédérations possédant une équipe nationale féminine explose. Entre 1991 et 2018, le nombre de fédérations dont l'équipe nationale a joué au moins un match triple, passant de 50 à 159. Cette popularisation rapide de la pratique à l'échelle mondiale se voit également reflétée au sein des événements sportifs internationaux, le nombre d'équipes féminines passant de 12 en 1991 à 24 en 2019 pour la Coupe du monde et de 8 en 1996 à 12 en 2016 pour les Jeux olympiques. Le foot féminin, autrefois « pratique confidentielle », est devenu ces dernières années « un axe de développement acté par la FIFA » soutenu par des mesures sportives, politiques et économiques fortes. Ainsi, en 2018, la FIFA décernait le premier Ballon d'or féminin de son histoire à la Suédoise Ada Hegerberg. Un an plus tard, en octobre 2019, la FIFA annonçait doubler son budget consacré au football féminin, celui-ci passant ainsi de 500 millions à 1 milliard de dollars sur quatre ans.

## **La Coupe du monde 2019 et la finale de l'UEFA Champions League 2020**

L'essor du nombre de compétitions officielles de foot féminin s'accompagne d'un intérêt populaire pour la pratique particulièrement visible ces derniers mois, comme en témoignent les retombées médiatiques sans précédent de la Coupe du monde féminine 2019 qui s'est tenue en France en 2019. Ainsi, on dénombre lors de cette édition plus de 993 millions personnes ayant regardé au moins une minute de match de la compétition (+30% par rapport à 2015) et une audience totale estimée à 1,12 milliard de personnes sur l'ensemble de la compétition, soit une audience moyenne deux fois supérieure à celle de 2015. La finale qui opposait les États-Unis aux Pays-Bas a, quant à elle, réuni plus de 82 millions de téléspectateurs (56% de plus que la finale en 2015) autour du monde.

Le 30 août 2020 se tenait la finale de l'UEFA Champions League. Créée en 2002, cette compétition fut remportée pour sa première édition par le FFC Frankfurt après une victoire 2-0 contre l'équipe suédoise Umeå. Il y a quelques jours, la France célébrait la cinquième victoire consécutive en Champions League de l'Olympique lyonnais (et la septième de son histoire) qui égalise le record de l'équipe masculine du Real Madrid vainqueur de la compétition en 1956, 1957, 1958, 1959 et 1960. Les Lyonnaises sont ainsi venues à bout des Allemandes de Wolfsburg après avoir battu les joueuses du PSG quelques jours plus tôt en demi-finale. Diffusée sur Canal + et W9, la finale de la Ligue des champions 2019/2020 a été suivie par plus de 1,7 million de spectateurs, soit une augmentation de

plus de 30% par rapport à la finale 2018/2019 qui opposait l'Olympique lyonnais au FC Barcelone. Le match a été suivi sur Canal + par une moyenne de 645 000 téléspectateurs avec un pic à 786 000, soit le record d'audimat de la Ligue des champions féminine sur la chaîne, et par 1,09 million de téléspectateurs sur W9. En Allemagne, cette même finale a été suivie en moyenne par 880 000 téléspectateurs sur la chaîne Sport1, record d'audience pour un match de football féminin en direct pour la chaîne. Une visibilité accrue pour la compétition depuis quelques années encouragée par l'engagement de sponsors tel que Visa, Esprit, PepsiCo, Hublot et Nike devenus partenaires officiels des compétitions UEFA féminines. Dans la lignée de la stratégie de féminisation de la pratique lancée en 2019 par l'UEFA, la Champions League féminine prendra à partir de l'édition 2021/2022 un nouveau format. Ce nouveau format vise à maximiser la valeur commerciale de la compétition, notamment en donnant une visibilité accrue aux rencontres en leur offrant des infrastructures de taille et de renom (le Juventus Stadium et le PSV Stadion accueilleront respectivement la finale 2021/2022 et 2022/2023 de ce nouveau format de l'UEFA Champions League) et par une centralisation des droits de télévision de la compétition.

## **Le football féminin en France et la FFF**

Si son développement à l'échelle mondiale est indéniable, la pratique du football féminin recouvre à l'échelon national et local des réalités encore très hétérogènes entre pays. En France, la Fédération française de football (FFF), qui ne reconnaît le football féminin qu'en 1970, œuvre depuis 2011 de manière active et volontariste à la féminisation du football français, à la traîne par rapport à certains de ses voisins européens. Le taux de féminisation de la pratique du football en France est approximativement de 9%, loin derrière les taux allemands (15,5%), anglais (27,5%) ou suédois (38,4%). Ainsi, le « Plan fédéral de féminisation du football » mis en place en 2012 suivi par le plan « Objectif 2020 » et l'organisation de la Coupe du monde par la France sur son sol en 2019 ont contribué à apporter des résultats probants quant à la popularisation de la pratique à l'échelon national.

Le 8 mars 2020, en l'honneur de la Journée internationale des droits des femmes, la FFF publiait les derniers résultats chiffrés de l'évolution de la pratique féminine du football en France. La FFF dénombre depuis mars 2020 plus de 198 340 licenciées, soit une augmentation de 128,5% par rapport à la saison 2011-2012 et une augmentation d'approximativement 10% depuis la Coupe du monde 2019. La FFF recense également 9 000 équipes féminines (soit une augmentation de 100% depuis 2011), huit pôles espoirs féminins et sept sélections nationales. En milieu scolaire, les chiffres sont également très encourageants et démontrent l'impact positif de la Coupe du monde 2019 sur la pratique du sport : la FFF compte 917 sélections sportives DTN dans le secondaire et constate que le nombre d'ouverture de sélections sportives au niveau du collège a bondi de 25%

par rapport à 2018-2019. L'expansion de la pratique du football féminin s'est également accompagnée d'une féminisation des postes de directions et de formations. L'initiative « Club des cent femmes dirigeantes » mise en place par la FFF en 2017 a favorisé l'accès des femmes aux organes de directions du football. On observe ainsi une augmentation de près de 30% du nombre de femmes dirigeantes depuis 2011.

La popularisation grandissante de la pratique du foot féminin français et l'organisation de la Coupe du monde en 2019 ont généré des retombées économiques extrêmement positives en termes d'investissements privés. On observe depuis 2019, au sein du foot féminin français, un engouement certain des sponsors pour la pratique et les valeurs que celle-ci véhicule. Ainsi, en 2019, Arkema signait pour trois ans un contrat de « naming » avec la D1 féminine, s'engageant ainsi, selon leur communication à la « promotion et au développement du football féminin et la place des femmes dans l'entreprise au côté de la FFF ». La même année, Canal+ s'offrait les droits télévisés de la D1 Arkema pour une valeur de 1,2 million euros. Des droits TV qui avaient déjà valu à TF1, lors de la Coupe du monde 2019, un investissement de près de 12 millions d'euros. La Coupe du monde 2019 a également vu fleurir le nombre de partenaires désirant collaborer avec l'équipe féminine de football. Un engouement que l'on retrouve également au niveau des joueuses. Ainsi, Amandine Henry dénombre à elle seule six partenaires publicitaires parmi lesquels on retrouve le géant Nike ou encore l'entreprise de télécommunication française Orange. Un investissement qui semble pérenne pour les marques, comme en témoigne le contrat récemment signé par Nike avec la Ballon d'or et joueuse de l'Olympique lyonnais, Ada Hegerberg, pour une valeur supérieure à un million d'euros par an.

Au niveau français, si le rôle joué par la FFF depuis dix ans, appuyé par les puissances publiques, a su donner des résultats extrêmement positifs – comme en témoigne l'évolution, sur tous les plans, de la pratique féminine du football –, la route reste encore longue.

## **Football féminin vs. football masculin : des inégalités encore abyssales, des écosystèmes économiques incomparables**

Si l'essor de la pratique du football féminin ces dernières années est sans précédent et semble suivre une courbe exponentielle, le football féminin peine à trouver un modèle économique viable et durable. À l'image des inégalités hommes-femmes qui perdurent au sein de nos sociétés, la réalité de la pratique du football féminin reste en France, et partout ailleurs, sans commune mesure avec celle de son homologue masculin.

Ainsi, comme le met en lumière le rapport publié par le Sénat en 2019 *Mondial 2019 : Vive les footballeuses ! Un mois qui fera progresser l'égalité femmes-hommes*, les inégalités entre le football féminin et masculin sont profondes et se déclinent autour de nombreux paramètres :

- la nature de la Ligue et le statut juridique des footballeurs et footballeuses : les footballeuses féminines françaises restent aujourd'hui exclues du statut de joueuses professionnelles et, par conséquent, des conventions collectives et de la protection sociale que celles-ci impliquent. Les joueuses de la D1 française ne relèvent donc pas d'une Ligue professionnelle de football. La nature de leur rapport avec la FFF est d'ordre contractuel, elles détiennent, pour certaines, un contrat fédéral qui les lie à la Fédération. Le championnat de football féminin français reste donc amateur, même si, comme Laura Georges, la secrétaire générale de la FFF, le souligne, « le championnat de football féminin est amateur mais les joueuses s'entraînent comme des professionnelles ». L'absence de statut professionnel, dont disposent quant à eux leurs homologues masculins évoluant en Ligues 1 et 2, implique donc non seulement un manque de reconnaissance symbolique pour les joueuses mais également des lacunes importantes en termes de protections sociale et financière. Nombre d'entre elles se voient d'ailleurs dans l'obligation d'exercer une seconde profession en parallèle de leur carrière de sportive ;
- les revenus : Nathalie Boy de la Tour auditionnée lors de l'élaboration du *rapport du Sénat* de 2019 estime que l'écart de revenu entre les hommes et les femmes au sein du monde du football serait d'environ 96%. Au sein de la première division féminine (D1 Arkema), le salaire moyen des joueuses est compris entre 1500 et 3000 euros par mois contre 75 000 euros pour les hommes de la LFP (Ligue de football professionnel). Au-delà des salaires, on retrouve également des inégalités très fortes au niveau des primes accordées aux joueurs et aux joueuses lors de victoires en championnat ou lors de compétitions internationales. Ces inégalités se retrouvent également au plus haut niveau des deux professions. Si la Ballon d'or 2018, Ada Hegerberg, ne touchait à l'époque qu'un salaire de « seulement » 400 000 à 500 000 euros sur une année, Lionel Messi touchait près de 40 millions net au FC Barcelone. Cependant, comme la Ballon d'or le souligne, « la question de l'égalité salariale est un combat pour toutes les femmes, pas seulement les sportives. Pour le cas du football, le problème est souvent mal compris : on ne parle pas de gagner des millions comme les hommes mais simplement d'avoir des conditions décentes pour exercer sa passion et parfois sa profession » ;
- notoriété et médiatisation : les matchs de championnats de la Ligue 1 masculine recueillent un nombre infiniment plus élevé de supporters et de téléspectateurs que ceux de la D1 féminine. En termes de notoriété, les ordres de grandeur sont ici aussi incomparables. Sur Instagram, en prenant comme base le joueur et la joueuse tricolores les plus suivis, on

- dénombrer chez Paul Pogba plus de cent fois plus d'abonnés que chez Eugénie Le Sommer ;
- droits de télévision : tandis que les droits de diffusion de la Ligue 1 payés sur la période 2020-2024 s'élèvent à 1153 millions d'euros par an, la somme payée par Canal+ pour les droits de diffusion de la D1 Arkema sur la période 2018-2022 ne s'élève « qu'à » 1,2 million ;
- financements : la part d'investissement privé au sein du football masculin reste ici aussi bien plus élevé qu'au sein du football féminin dont le financement repose encore essentiellement sur les subventions octroyées par les organes institutionnels et les pouvoirs publics. La première division féminine ne génère d'ailleurs, à ce jour, pas de revenus propres et est déficitaire.

Ainsi, si le poids du football masculin sur l'économie française pèse plus de 7,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires, le foot féminin reste encore peu rentable et est à des années-lumière d'un tel chiffre. La précarité économique du football féminin reste encore aujourd'hui un frein important à son développement. Ainsi, comme le soulignait Brigitte Henriques, vice-présidente déléguée de la FFF en 2019 juste avant la Coupe du monde, « J'espère qu'après cette Coupe du monde les sponsors vont s'engager durablement pour la mixité, notamment en termes de rémunération. Tant que l'économie du sport féminin ne sera pas enclenchée on aura beaucoup de mal à procurer aux joueuses des conditions de haut niveau. »

## **Le football face à la Covid-19 : crise du modèle chez les hommes, « menace existentielle » chez les femmes ?**

Dans son article publié au *Journal du CNRS*, Philippe Testard-Vaillant affirmait que le sport moderne agit aujourd'hui comme « un miroir de notre société », de son « fonctionnement, de son idéologie, de ses valeurs et de ses choix en matière de politiques publiques, de ses faiblesses et de ses dérives ». La crise sanitaire mondiale liée à la Covid-19 a plus que jamais mis en lumière les inégalités qui structurent nos sociétés. Les populations les plus précaires et les plus fragiles ont été touchées de manière disproportionnée par cette crise sanitaire, exacerbant un peu plus les inégalités socioéconomiques et sanitaires dont elles sont victimes. La crise liée à la Covid-19 a également contribué à montrer la place d'une population en particulier, les femmes, et les inégalités et les déséquilibres dont elles font l'objet. Cette crise sanitaire, sociale et économique a aujourd'hui et aura dans les années à venir un impact certain sur le monde du football. L'impact, qui reste encore toujours difficile à estimer avec précision, risque cependant de toucher principalement les clubs les plus modestes et le football féminin dont le développement reste récent et qui dispose à ce jour d'un modèle économique très fragile.

## **La crise liée à la Covid-19 face au football masculin : un modèle « sport business » en crise**

La Ligue professionnelle de football annonçait le 28 avril 2020, soit plus d'un mois après l'arrêt des compétitions officielles, l'arrêt définitif du championnat pour la saison 2019-2020. La crise liée à la Covid-19 n'épargne ainsi pas plus les supporters français que l'économie du football français. Cet arrêt définitif implique des pertes économiques très importantes à tous les niveaux pour le football masculin français (billetterie, suspension des paiements de droits de transmissions, revenus commerciaux). Ainsi, **une étude réalisée par KPMG** durant le confinement estimait que l'arrêt de la Ligue 1 pour la saison 2019-2020 entraînerait une baisse de la valeur marchande agrégée des collectifs sportifs du championnat d'approximativement 27,1%. La déflation soudaine des revenus des clubs occasionnée par la crise entraînera également le ralentissement du marché des transferts et donc une baisse des plus-values réalisées lors de la vente de joueurs, faisant ainsi chuter un peu plus les revenus des clubs. La crise liée à la Covid-19 touche également, de plein fouet et de manière disproportionnée, les clubs de plus petite ou moyenne tailles et les clubs, moins solvables, qui génèrent moins de revenus propres, qui verront leurs capacités d'investissement décroître et se trouveront dans l'obligation d'effectuer des coupes budgétaires conséquentes. Cette crise risque ainsi de creuser un peu plus les inégalités entre les clubs et de confirmer le phénomène que l'on observe à l'échelle du foot mondial : la corrélation de plus en plus forte entre performance économique et performance sportive.

## **La crise de la Covid-19 face au football féminin : une « menace existentielle »**

Face à la crise liée à la Covid-19, les footballeuses françaises ont subi, et c'est bien là peut-être la première fois, le même traitement que leurs camarades masculins. Les compétitions sportives officielles arrêtées début mars 2020 n'ont pas repris pour la saison 2019-2020. Les joueuses ont alors attendu fin août 2020 avant de renfiler leurs crampons. L'arrêt définitif de la D1 féminine n'a curieusement pas suscité le même émoi médiatique que la fin du championnat de la L1 chez les hommes. Deux hypothèses peuvent être avancées : un intérêt populaire pour la D1 féminine toujours moindre que celui pour la L1 masculine ou bien alors le fait que l'Olympique lyonnais, finissant en top position de la D1 féminine, est bel et bien qualifié pour la Ligue des champions.

Si l'impact du coronavirus sur le foot féminin ne saurait être quantifié dans les mêmes termes économiques et financiers que chez les hommes, la Fédération internationale des associations de footballeurs professionnels (FIFPRO) alerte quant à la « **menace presque existentielle** » que la Covid-19 fait peser sur le football féminin. L'absence généralisée de statut professionnel (moins

d'un quart des joueuses en bénéficient en Europe) au sein du football féminin de haut niveau, la courte durée des contrats et le bas niveau des salaires impliquent une extrême précarité pour la grande majorité des joueuses, précarité exacerbée par la crise liée à la Covid-19. Durant le confinement, une partie des joueuses qui, pour certaines, cumulent une seconde profession, ont dû recourir au mécanisme de chômage partiel face à l'arrêt du championnat. Face à la perte de leurs revenus, le football féminin français, dont le financement dépend encore beaucoup des subventions des organes publics, des instances de direction nationales et internationales et des directions des clubs, craint que, par souci de sauvetage de ce qui serait le plus « rentable », le football féminin soit relégué au second rang des priorités. Mêmes inquiétudes quant aux investissements privés, si les investisseurs face à la crise économique doivent faire des coupes budgétaires, le football féminin redoute qu'il soit le premier sacrifié.

En D1 Arkema, première division de football féminin, dix des douze clubs de la division sont adossés à l'association sportive masculine. Une situation que la sociologue Madeleine Pape définit comme une « épée à double tranchant ». Si cette situation apporte un avantage important aux clubs féminins en termes de ressources et de structures, ceux-ci se retrouvent également soumis aux « caprices des dirigeants » des clubs masculins. En proie à une crise économique sans précédent, où la valeur marchande agrégée des effectifs sportifs de Ligue 1 pourrait diminuer de plus de 25%, on comprend très vite que les pertes des revenus des clubs masculins risquent d'être colossales. Si les dirigeants des clubs masculins ont annoncé très tôt des baisses des salaires et des non-renouvellements de contrats de certains de leurs joueurs, le football féminin craint pour son financement. Une inquiétude partagée outre-Manche par une des dirigeantes de la Women's Super League, ligue professionnelle de football féminin anglais : « The longer it goes on, the more likely clubs are to look at what costs them money. And the women might be one of the first things to go ». Dans une interview qu'il a accordée au journal *Le Monde*, le président du club de Montpellier, Laurent Nicollin, s'est cependant montré rassurant en déclarant : « Notre politique restera la même. Essayer d'avoir une équipe compétitive en y mettant les moyens. On a signé des joueuses, on recrute ». Un léger soulagement qui s'accompagne d'un second signal positif pour le foot féminin : le Mercato. Comme le souligne une représentante du football français dans une interview donnée dans *Les Échos* : « Même s'il faudra attendre plusieurs mois avant de pouvoir digérer les pertes, pour l'instant, je n'ai pas entendu de club dire on ne peut absolument pas recruter parce qu'on n'a pas un seul euro pour l'équipe féminine ». Des déclarations encourageantes à contrebalancer avec celles de Jacques Rousselot, président de l'ASLN, rapportées dans un article de *Libération* le 18 juillet dernier. Celui-ci annonçait ainsi des coupes budgétaires importantes au sein du budget de la section féminine de de l'ASLN qui évolue en D2 : « Cela me fait mal au cœur. Mais j'ai dû suspendre toutes les dépenses à destination de la section féminine. Aucun contrat ne sera renouvelé. Il faut sauver l'essentiel ». Ainsi, comme le souligne la

journaliste de *Libération*, « la priorité reste l'équipe masculine qui évolue en Ligue 2. Les féminines, elles, repartiront avec un effectif amoindri ».

Face à la perte de ses revenus propres, la crise liée à la Covid-19 nourrit un climat d'inquiétude quant au futur du football féminin en plein essor avant la crise. Aujourd'hui, plus que jamais, le football féminin français a besoin de financements de la part d'acteurs publics et privés afin d'assurer à ses joueuses non seulement un niveau de vie décent mais des infrastructures appropriées, deux éléments centraux au développement technique, économique et social de la pratique du sport. La crise de la Covid-19 met également en lumière le besoin pressant pour le football féminin de développer son propre modèle économique afin de réduire, à terme, sa trop grande dépendance vis-à-vis des investissements extérieurs et de développer sa propre ligue professionnelle. Si, économiquement parlant, tout reste à faire, ce chemin vers un modèle économique durable et égalitaire ne pourra se faire sans un soutien stratégique, politique et financier des institutions post-Covid-19. Sans politique d'incitation aux investissements privés, solidarité économique ou subventions publiques, le football féminin craint que son projet d'un modèle nouveau peine à se concrétiser. Le football féminin pourra également compter dans les années à venir sur des échéances importantes qui contribueront à son développement comme l'Euro féminin de football initialement prévu en 2021 et reporté en 2022 afin de faire place à l'Euro masculin. Une décision en demi-teinte pour le football féminin. Si le report de l'Euro féminin en 2022 octroiera très certainement à celui-ci une plus grande couverture médiatique, le football féminin se voit encore une fois relégué au second rang des priorités, cédant ainsi sa place à son homologue masculin.

Des plans de relance et de soutien au football masculin et féminin ont été actés par la FIFA et la FFF. Ainsi, la FIFA entend investir près d'1,5 milliard de dollars et réserve une aide spéciale supplémentaire pour le foot féminin de 500 000 dollars. La FFF, quant à elle, a débloqué un fonds spécial de 30 millions d'euros pour le football amateur qui s'ajouteront aux 86 millions déjà déboursés. La FFF prévoit au sein de ces 30 millions un fonds de 6 millions dédié uniquement aux clubs féminins de la D1 Arkema issu d'une convention FFF-LFP. À cela s'ajoute la création d'une aide de 5000 euros pour chaque club de D2 féminine, une revalorisation des indemnités de la Coupe de France féminine de 400 000 euros et le versement de 10 euros par licenciée auprès de chaque club amateur, soit 2 millions d'euros pour le football féminin. Si ces mesures sont nécessaires afin d'épauler une partie des clubs de la D1 et de D2 féminines, elles resteront insuffisantes afin d'assurer la pérennité financière de l'intégralité des clubs féminins aujourd'hui en difficulté.

## Penser le modèle du football français post Covid-19

La crise de la Covid-19 et les mesures de confinement prises par un grand nombre de pays nous ont amenés, au cours de ces dernières semaines, à réinterroger non seulement le fonctionnement de nos sociétés mais également la nature de nos rapports sociaux. Durant ces longues semaines de confinement, où le sport a été banni, beaucoup d'entre nous se sont interrogés sur les possibilités d'un monde « d'après ». Des voix se sont fait entendre en faveur d'une refonte en profondeur du modèle du football masculin. Jérôme Latta, dans une chronique qu'il publie dans le journal *Le Monde*, appelle lui aussi à un « New Deal du football masculin » : mieux régulé, moins inégalitaire, plus solidaire et dont la gestion serait plus mutualiste. Cette crise qui souligne aujourd'hui la fragilité et les dérives du modèle économique du football masculin appelle également le football féminin à penser son propre modèle économique. Il s'agit ainsi aujourd'hui d'inventer, comme le soulignait Béatrice Barbusse en 2019, « avec la pratique féminine, un nouveau modèle économique du football », un modèle de football professionnel « sans dérive financière, sans déséquilibre compétitif et inégalité salariale ».

Si aujourd'hui ces voix appellent à un nouveau projet économique pour le football français, elles plaident également pour un recentrage du football sur ses valeurs. Elles nous rappellent qu'avant d'être un modèle économique, le football est avant tout une passion, vecteur de lien social et véhicule de valeurs. Ainsi, si les modèles économiques du football féminin et masculin semblent difficilement comparables, les deux pratiques partagent surtout et avant tout des valeurs universelles que la FFF théorise sous l'acronyme de PRETS : plaisir, respect, engagement, tolérance et solidarité.

La crise liée à la Covid-19 confirme aujourd'hui plus que jamais le rôle social, citoyen et démocratique que le football est appelé à jouer au sein de nos sociétés très largement divisées. Cette mission ne saurait cependant être remplie si le football féminin se trouve, sur le chemin, négligé de quelque façon. Le football féminin incarne également des valeurs sociales fortes qui comptent aujourd'hui parmi ses plus grands atouts. En effet, le football féminin se positionne aujourd'hui comme vecteur d'un idéal citoyen et démocratique central, celui de l'émancipation de la femme et de l'égalité entre les hommes et les femmes dans des milieux, dont le football, longtemps considérés comme exclusivement masculins.

## Conclusion

La crise sanitaire et économique liée à la Covid 19 menace ainsi le développement de la pratique du football féminin jusqu'alors en plein essor et se met en travers de l'objectif de professionnalisation

de la pratique dans les années à venir. Cette crise fait également peser le risque, si les mesures nécessaires ne sont pas prises, d'un accroissement des inégalités au sein du monde du football, que cela soit entre la pratique féminine et masculine du football ou entre la pratique du football de haut niveau et amateur. La période post Covid-19 demande ainsi plus que jamais un investissement et une solidarité accrues de la part de tous les acteurs du monde du football afin d'en assurer la pérennité. Un investissement qui repose sur plusieurs leviers et au sein desquels nous pourrions trouver :

- une plus grande solidarité de la LFP envers le football féminin de haut niveau et le football amateur par une redistribution d'une partie de ces revenus (revenus commerciaux, droits de télévision) pour la saison 2020-2021,
- la mise en place en place d'un cadre social et législatif qui favoriserait les investissements privés destinés au financement du football féminin,
- une augmentation de la part du budget du ministère des Sports allouée au développement des pratiques sportives, et plus particulièrement du fonds dédié au soutien du sport féminin pour l'année 2021,
- un soutien financier et une valorisation accrue des associations et des initiatives œuvrant à la promotion du sport féminin au niveau national et local.

De plus, la pratique sportive du football féminin reste encore trop soumise à des normes et à des stéréotypes liés au genre qui en freinent son développement. Pour lutter contre cela, le football féminin devra mobiliser deux acteurs clés : l'école et les médias. La pratique du football féminin doit au sein des programmes éducatifs d'éducation physique et sportive (EPS) continuer à être promue et valorisée afin d'en accroître la popularisation au sein des jeunes générations. L'effort éducatif de promotion de la pratique féminine afin d'être efficace doit également se voir relayer au niveau des médias, qui sont une « clé de voûte de la mise en valeur du sport féminin » qui permet « de mettre en place un cercle économique vertueux ». La diffusion du sport féminin dans les médias reste aujourd'hui insuffisante. On estimait en 2016 que le sport féminin faisait l'objet d'approximativement, selon le CSA, de 16 à 20% des volumes horaires de retransmission en 2016. Durant le confinement, Carole Gomez, dans une interview donnée à *l'Iris*, affirmait : « Entre le 14 mars 2020 et le 12 mai, *L'Équipe*, version papier, aura publié 40 articles ou brèves sur l'impact de la Covid-19 sur le sport au féminin. 40 sur 1651. Soit 2,4 % ». Cette visualisation insuffisante de l'actualité du sport féminin dans les médias se trouve couplée à un manque de possibilité d'identification des jeunes sportives à des icônes féminines qui ne font pas ou peu l'objet de films ou de séries. Ainsi, le magazine *France Football* publiait durant le confinement le 22 mars 2020 une liste des « dix documentaires foot incontournables », au sein desquels on ne trouve pas trace d'un seul documentaire sur le foot féminin, preuve en est qu'aux yeux des médias le football semble

rester avant toute chose une affaire d'hommes. Dans les mois à venir, où les mesures de distanciation sociales vont être maintenues et empêcheront une partie des supporters de se rendre au stade afin de soutenir leur équipe, les médias et les chaînes de télévision vont être appelés à jouer un rôle encore plus important qu'avant dans la promotion et la diffusion des rencontres sportives. Une opportunité sans précédent pour ceux-ci d'œuvrer de manière plus active à la visualisation et à la valorisation de la pratique du football féminin.