

MINUTES



CONFERENCE

« Femmes, Sport et Médiatisation : pour une couverture plus importante du sport féminin »

Mercredi 27 novembre 2013
13.30 – 16.30

Maison du Sport Français - Paris

En partenariat avec :



Avec le soutien de :



▪ CONTEXTE

Sport et Citoyenneté, premier « think tank » européen pour un sport au service de la citoyenneté, se positionne comme un groupe de réflexion européen spécialisé dans le domaine du sport. Son objectif est de convaincre les décideurs, publics ou privés, de l'utilité des valeurs du sport et de militer pour leur meilleure implantation dans la société. Elle est un lieu de réflexion et de mise en réseaux auprès des pouvoirs publics européens, du secteur économique et des acteurs associatifs.

Environ 37% des citoyennes européennes déclarent pratiquer un sport au moins une fois par semaine. Un taux très proche de celui des hommes (43%). Pourtant, seuls 7% des événements sportifs diffusés aujourd'hui à la télévision concernent des compétitions féminines. Des chiffres qui interpellent et qui illustrent la sous-médiatisation globale du sport féminin.

S'il n'explique pas toutes les difficultés rencontrées par les femmes dans l'accès au sport (différence de rémunération, accès difficile aux postes à responsabilité, etc.), ce déficit médiatique y contribue fortement.

C'est ce constat qui a conduit le think tank *Sport et Citoyenneté* à créer en 2010 un réseau d'experts européens sur le thème de la médiatisation du sport féminin. Leurs contributions ont été réunies dans un ouvrage collectif intitulé « Femmes, Sport et Médiatisation en Europe : la Directive Télévision Sans Frontières, pour une couverture plus importante du sport féminin » et publié au mois de novembre 2013.

Un objectif : renforcer la diffusion des événements sportifs féminins

Cet ouvrage est le fruit de trois années d'échanges au sein du réseau « Femmes et Sport » de *Sport et Citoyenneté*. Il propose plusieurs pistes de réflexion visant à améliorer l'exposition médiatique du sport féminin. Parmi elles, l'inscription de davantage de compétitions sportives féminines sur la liste des événements sportifs d'importance majeure se dégage. Une proposition qui renforcerait la diffusion du sport féminin et qui pourrait ainsi inspirer les nouvelles générations.

▪ COMPOSITION DU PANEL

Pour répondre à cette question, et à l'occasion de la parution de son ouvrage, *Sport et Citoyenneté* proposait de réunir à Paris plusieurs intervenants issus du mouvement sportif, des autorités publiques et de la société civile afin d'évoquer les pistes de réflexion et propositions inscrites dans sa publication sur le thème :

« Femmes, Sport et Médiatisation : pour une couverture plus importante du sport féminin »

Protocole

- **Julian JAPPERT**, Directeur, *Sport et Citoyenneté*
- **Valérie FOURNEYRON**, Ministre des Sports, de la Jeunesse, de l'Education Populaire et de la Vie associative
- **Françoise SAUVAGEOT**, Vice-présidente déléguée en charge de la diversité des pratiques et de la vie associative, Comité National Olympique et Sportif Français (CNOSF)
- **Vincent CHAUDEL**, Vice-Président, *Sport et Citoyenneté*
- **Denis MASSEGLIA**, Président du Comité National Olympique et Sportif Français (CNOSF)

Intervenants

- **Sophie AUCONIE**, Eurodéputée, Co-présidente du groupe « Les amis du sport au Parlement européen ».
- **Edwige AVICE**, Ancienne Ministre, Présidente de la Fondation du Sport Français – Henri Sérandour
- **Patricia COSTANTINI**, Membre du Comité Directeur de Femix'Sports
- **Christine KELLY**, Membre du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel **Benoît KEANE**, Avocat, spécialiste de droit européen et de droit des médias, Membre du Comité Scientifique et du réseau européen « Femmes et Sport » de *Sport et Citoyenneté*
- **Edwige LAWSON-WADE**, Ancienne basketteuse internationale et Vice-Président de la Ligue Nationale de Basketball
- **Arnaud SIMON**, Directeur Général, Eurosport

Modération/Animation

- **Géraldine PONS**, Journaliste, Eurosport

■ MINUTES

✓ Introduction

Julian Jappert introduit la conférence en remerciant les partenaires du projet, notamment le Comité National Olympique et Sportif Français pour son soutien logistique et moral. La Fondation du Sport Français-Henri Sérandour et le Ministère des Sports sont tour à tour remerciés pour leur implication forte dans la construction de cette conférence et de la publication européenne du réseau « Femmes et Sport » de *Sport et Citoyenneté*.

Cette conférence est le résultat de deux années de travail du réseau européen « Femmes et Sport » de *Sport Citoyenneté*. Ce réseau, rassemblant des experts de tous les Etats membres de l'Union européenne, a contribué à la rédaction d'une publication européenne. Cette publication contient l'argumentaire pour défendre les propositions de *Sport et Citoyenneté* sur l'avenir de la médiatisation du sport féminin.

✓ Protocole

Madame la Ministre des Sports **Valérie Fourneyron** ouvre le protocole en remerciant *Sport et Citoyenneté* pour l'initiative de cette conférence. Le sujet de la médiatisation du sport féminin est en effet un des grands chantiers. Dans un contexte largement défavorable à la promotion du sport féminin dans les médias, **Valérie Fourneyron** déplore notamment le manque de couverture d'équipes ou de sportives qui excellent dans leurs disciplines aux niveaux européen et mondial. **Valérie Fourneyron** rappelle que sa présence participe d'une volonté de consulter et de réunir tous les acteurs d'une thématique : « *une politique unilatérale de l'Etat serait insuffisante* ».

A cet égard, le CSA apporte un appui précieux au travail du Ministère. Une étude publiée en 2012 met en avant que, sur la période analysée, seul 7% du volume horaire global est consacré au sport féminin. Le sport féminin souffre à la fois d'une médiatisation trop faible et trop sélective. Ces chiffres ne reflètent pas l'attractivité réelle du sport féminin. Les chaînes qui le diffusent enregistrent en effet de très bonnes audiences.

“Le sport féminin souffre à la fois d'une médiatisation trop faible et trop sélective” – Valérie FOURNEYRON

Valérie Fourneyron poursuit en mettant l'accent sur l'idée que la médiatisation du sport féminin a un effet indirect certain sur la pratique sportive des jeunes filles. Après concertation et les diffuseurs il est apparu que l'un des freins résidait dans les couts de production. La Ministre des Sports a ainsi annoncé la création d'un fonds de soutien d'un million d'euros dans le cadre de la réforme du CNDS. Ce fond s'adresse aux fédérations pour la diffusion de compétitions féminines et d'épreuves handisport non médiatisées et qui ne possèdent pas encore de valeur marchande auprès des chaînes. Les fédérations pourront présenter un projet en partenariat avec un diffuseur privé pour retransmettre des compétitions.

Françoise Sauvageot, Vice-présidente du Comité National Olympique et Sportif Français (CNOSF) prend ensuite la parole.

La question soulevée par cette conférence fait partie de l'ensemble des questions qui touchent le domaine de la place des femmes dans le sport. Le CNOSF depuis plus de 10 ans s'est déjà attaché à cette question avec une entrée spécifique, simple et naturelle : la place des femmes dans les

instances dirigeantes. Grace à des actions d'accompagnement et des groupes de réflexion, le CNOSF poursuit à la fois des programmes européens mais aussi un programme national d'accompagnement qui a permis à 12 femmes d'avancer dans des élections. Ce levier n'est pas seul opérant.

“ La question de la place des femmes dans le domaine du sport doit être prise sous des angles complémentaires. C'est dans la concordance des actions que nous pourrons faire bouger les lignes ” – Françoise SAUVAGEOT

Empêchée par d'autres obligations et excusée, **Sophie Auconie** transmet un message vidéo aux participants à la conférence : elle s'engage, au Parlement européen, à soutenir *Sport et Citoyenneté* dans son combat pour la médiatisation du sport féminin. Ce soutien prendra la forme d'une question écrite adressée à la Commission européenne afin qu'elle prenne une position claire. Cette question pourra éventuellement donner suite à un rapport d'initiative ou une audition.

✓ **Tour de table des intervenants**

La parole est donnée aux intervenants de la table ronde par **Géraldine Pons**, journaliste à Eurosport. Les intervenants expriment tour à tour leur vision de la problématique de la médiatisation du sport féminin.

Pour **Edwige Avice**, la question de l'image est devenue prioritaire. L'INSEE il y a quelques années avait constaté qu'une femme travaillait 30 heures de plus qu'un homme par semaine. Il est donc intéressant de se questionner sur l'accessibilité aux activités physiques et au temps disponible des femmes pour faire du sport. Un des objectifs de la Fondation du Sport Français-Henri Sérandour est de « prototyper » des projets sur le terrain afin qu'ils soient exportés.

A l'automne 2012, le CSA publiait une étude quantitative qui révélait le chiffre précité de 7%. Aussi l'étude démontrait que 95% des retransmissions féminines sont diffusés sur des chaînes payantes, donc moins visibles. **Christine Kelly** insiste également sur la dimension qualitative : le CSA mène des auditions auprès des chaînes, des radios afin de comprendre ce qui se passe derrière ces chiffres. Beaucoup de particularités : difficultés dans les instances dirigeantes, représentativité des femmes dans les fédérations et les ligues.

“ Pour avancer, il y a la voie de l'obligation mais aussi celle de la mobilisation. C'est la seconde que le CSA a choisie ” – Christine KELLY

Christine Kelly annonce que le Samedi 1^{er} février 2014 sera dédié au « 24h du sport féminin ».

Arnaud Simon insiste sur le fait que la médiatisation ne doit pas se faire sous la contrainte ou pour se donner bonne conscience. Eurosport est convaincu que la féminisation est indispensable. Les chiffres clés pour Eurosport sont les suivants : 25% de sport féminin sur l'ensemble de la grille. 30% du public est féminin. **Arnaud Simon** insiste en outre sur la véritable

volonté d'être très complet dans la féminisation. Cela s'inscrit dans une démarche qui doit être globale.

« *La féminisation des programmes n'est pas une option mais une obligation* » - Arnaud Simon

Edwige Lawson-Wade note que, si la médiatisation semble plus importante qu'il y a dix ans, il reste beaucoup d'efforts à faire. L'équipe de France féminine de basket-ball, championne d'Europe en 2001, a dû se battre pour exister à la télévision. Un phénomène particulier en France puisqu'il semble que l'Espagne ou la Russie diffusent des matches de manière régulière.

Géraldine Pons soulève la question de la continuité dans les événements. Pour **Christine Kelly**, il est certes importante d'utiliser les moments forts que sont les Jeux Olympiques ou les Championnats continentaux ou mondiaux, mais il faut pouvoir « raconter une histoire ». Un travail de fond sur la valorisation de l'histoire de ces sportives est nécessaire. Plaquer une finale sur une grille de programmes produit un effet de court terme malheureusement insuffisant.

Au constat de sous médiatisation, **Patricia Costantini** ajoute celui de la mal-médiatisation. Si la situation semble avoir évolué de manière positive, la femme est montrée comme un objet sexuel dans l'environnement sportif. Il convient donc de prendre en compte la sexualisation de la sportive au travers de sa médiatisation. Une autre dimension est la trivialisation de la sportive : les sportives sont souvent interpellées sur des questions tout à fait extérieures à leurs performances.

Benoît Keane clôt le tour de table en présentant quelques un des outils juridiques disponibles à l'échelon européen afin d'avancer vers une meilleure médiatisation du sport féminin. La directive audiovisuelle « Télévision Sans Frontières » donne à ce titre la possibilité de créer des législations européennes à même d'encourager le sport féminin. C'est certainement le document le plus important et le plus intéressant à cibler.

✓ **Discussions avec les panélistes**

➤ Sur la question du leadership sur la médiatisation du sport féminin

Géraldine Pons introduit la première question du débat : Quels acteurs doivent impulser le mouvement ? Est-ce une question politique qui demande simplement du courage ? De manière très pragmatique, comment convaincre les diffuseurs d'investir dans le sport féminin ?

Edwige Avice avance que nos références culturelles nous renvoient à des rôles stéréotypés. Tout effort fait en direction de la promotion des femmes et pour réduire les inégalités va vers le progrès. Il ne faut pas faire un sort particulier au sport. En effet, le sport est une culture partagée, c'est peut être justement pour cela qu'il est un révélateur : révélateur de déficit d'image, d'inégalités dans l'accès aux responsabilités. Le sport et faire passer par son biais des valeurs telles que la réussite, la victoire, c'est s'attaquer par un biais partagé à une image profonde ancré dans l'inconscient collectif et qui *a priori* ne donne pas la même chance à une fille qu'à un garçon.

Pour **Arnaud Simon**, c'est la culture européenne de la chaîne qui a influencé la prise de décision. Les pays du nord de l'Europe sont en avance sur cette question. L'idée d'Eurosport est donc de tirer profit de cette culture européenne et de créer de la valeur sur le sport féminin. La

médiatisation résulte aussi d'une volonté de diversification des ressources, au même titre que des sports jugés mineurs comme le biathlon par exemple.

« La culture européenne d'Eurosport et les bonnes pratiques des autres pays ont inspiré la diversification et l'ouverture au sport féminin » - Arnaud Simon

Aujourd'hui, 80% des abonnés qui regardent le football féminin sont des hommes. Preuve que l'intérêt pour le sport féminin ne se place pas simplement au niveau d'un public exclusivement féminin.

➤ Sur la question de l'image des sportives et du traitement médiatique

Patricia Costantini indique que la situation a énormément évolué. Certaines fédérations ont tenté d'utiliser les femmes pour être plus visibles (leur faire porter des jupes au badminton, handball, etc.). Le constat très différent d'une fédération l'autre : les fédérations de sports collectifs ont fait de très beaux efforts. Les résultats sont là : les joueuses ont attiré 3.3M de téléspectateurs sur une chaîne qui n'avait pas l'habitude de les diffuser.

Face à ce constat, **Edwige Lawson-Wade** partage son optimisme. Les joueuses françaises ont attiré 5 millions de téléspectateurs pour la finale de Jeux Olympiques. Elles ont démontré qu'il y avait un véritable avenir pour le sport féminin.

Pour **Benoit Keane**, le constat de l'engouement pour les sportives est partagé outre-manche. Jessica Ennis est devenue une référence après les JO 2012. En Irlande, c'est une boxeuse qui est devenue la référence sportive. Malheureusement, cet engouement retombe suite aux grands événements. Il faut pour cela pouvoir capitaliser, et construire une stratégie de long terme, qui assure un véritable héritage des grands événements.

✓ **Interventions des Grands Témoins de la conférence**

Trois Grands Témoins sont invités à prendre la parole et à partager leurs expériences.

➤ Brigitte Henriques, Secrétaire Générale, Fédération Française de Football

Le football féminin est en plein essor et vit une véritable révolution. Pour **Brigitte Henriques**, la volonté est venue de l'actuel président de la FFF, Noël Le Graet. Les observateurs avancent souvent les déboires de l'équipe masculine pour expliquer l'essor féminin. Pour **Brigitte Henriques**, ce sont les performances qui ont permis aux joueuses d'apparaître enfin dans les médias (victoire de l'Olympique Lyonnais en Ligue des Champions, demi-finales de la Coupe du Monde). La révolution s'est faite avant tout sur le terrain : c'est la qualité du jeu qui a amené la médiatisation. A cet égard, le football féminin est un exemple éloquent que la contrainte n'est pas nécessairement la voie à suivre.

➤ Rosarita Cuccoli, Présidente du Réseau européenne « Femmes et Sport » de *Sport et Citoyenneté*

Le réseau européen « Femmes et Sport » de *Sport et Citoyenneté* a été créé en 2011. **Rosarita Cuccoli** est au cœur de l'action de ce réseau depuis sa création. Deux axes ont animé ce réseau : la

médiatisation du sport féminin et la promotion de la présence des femmes dans les postes à responsabilité. **Rosarita Cuccoli** indique que nous sommes aujourd'hui toujours dans la promotion de quelque chose qui n'est pas acquis du tout. Les chiffres évoqués sont inquiétants. Surtout, le constat de mal-médiatisation est alarmant. **Rosarita Cuccoli** pointe notamment la nécessité de mettre l'accent sur la qualité de la couverture plutôt que sur la quantité.

Rosarita Cuccoli interpelle les pénalistes sur la manière d'appréhender le sport féminin. Pour coller à la réalité, il convient de comprendre la logique commerciale et mercantile des producteurs et diffuseurs d'images sportives. Le « sport business » et le « sport société » sont deux notions complémentaires. Il faut à tout prix éviter de les opposer.

« Il ne faut pas mettre la dimension commerciale de cette problématique de côté. Sport business et sport société doivent aller de concert » - Rosarita Cuccoli

- Aya Cissoko, Porte-parole du collectif « Est-ce que je vau moins qu'un homme » et écrivaine, ancienne boxeuse professionnelle

Aya Cissoko présente le collectif « Est-ce que je vau moins qu'un homme », créé à l'initiative de *Sport et Citoyenneté* et qui rassemble des sportives de haut niveau, dont certaines en activité. L'objectif de ce collectif est d'alerter les décideurs sur le manque de médiatisation du sport féminin et de porter de manière générale les idées issues de la conférence.

Aya Cissoko revient sur la puissance des médias pour faire avancer la cause de la place des femmes dans le domaine du sport. Les médias constituent une opportunité de visibilité et la possibilité de transmettre des messages différents. Dans cette optique, ils représentent probablement la cible première à interpeller.

✓ Discours de clôture

- Vincent Chaudel, Vice-Président de *Sport et Citoyenneté*

Vincent Chaudel revient sur les objectifs de la conférence organisée par *Sport et Citoyenneté*, en partenariat avec le CNOSF et avec le soutien du Ministère des Sports, de la Fondation du Sport Français-Henri Sérandour et d'Eurosport :

- Réunir et sensibiliser les parties prenantes de la thématique femme et sport
- Expliquer, et montrer que les institutions, européennes comme nationales, peuvent et doivent intervenir, en coordination avec les Etats membres pour améliorer la couverture des évènements sportifs féminins.

Les constats alarmants dressés par les experts présents à la conférence ne sont que la première étape du travail de *Sport et Citoyenneté*. En effet, il ne suffit pas de faire vivre les thématiques simplement à travers les évènements. En tant que think tank, *Sport et Citoyenneté* est certes un réservoir d'idées, mais également un acteur, engagé, actif auprès des institutions européennes.

Vincent Chaudel détaille les prochaines étapes pour *Sport et Citoyenneté*. Interpeller les institutions européennes suite à cette conférence est primordial. Avec le soutien de l'eurodéputé Sophie Auconie, *Sport et Citoyenneté* s'engage à amener cette problématique au sein des

institutions européennes et à délivrer le message suivant : que la Commission européenne incite le Etats membres à inscrire davantage d'évènements féminins sur la liste des évènements d'importance majeurs diffusés en clair. En retour, *Sport et Citoyenneté* attendra de la Commission européenne une plus grande souplesse et une place à l'interprétation dans le cadre de la Directive Télévision Sans Frontières.

➤ Denis Masegla, Président du Comité National Olympique et Sportif Français

Denis Masegla conclut la conférence en remerciant *Sport et Citoyenneté* et les participants à la conférence qui ont répondu à l'invitation. **Denis Masegla** insiste sur le fait que ce débat ne se résume pas au simple aspect du sport féminin. En matière de médiatisation, il faut se poser la question non pas de l'égalité de traitement mais de l'égalité des chances. Ce qui touche le sport féminin touche beaucoup de sport.

« 2/3 des sports olympiques n'ont pratiquement aucune médiatisation en dehors des Jeux Olympiques » - Denis Masegla

Du côté des disciplines paralympiques, la problématique est similaire. Il convient donc de traiter la question sous l'angle général « des sportifs », qui incluent évidemment les femmes. Il faut ainsi faire en sorte pour qu'il y ait une autre option, une autre manière de voir le sport. Il faut se poser la question de la place du sport à la télévision de manière générale.

Cette problématique n'est pas la même dans tous les pays de l'Union européenne. Certains pays se sont en effet dotés d'une chaîne de sport en clair dès 2003. Depuis 2006, le CNOSF injecte un million d'euros par an pour la production d'image des disciplines insuffisamment médiatisées de façon que ces images soient mises à disposition en priorité des diffuseurs qui investissent sur ces images.