

Colloque Omnisports pour Elles

**LE MOUVEMENT SPORTIF EN
SYNERGIE POUR CONSTRUIRE
UN TERRAIN D'ÉGALITÉ**

JEUDI 2 AVRIL 2026

DE 9H30 À 14H



Matmut Stadium de Gerland
353 avenue Jean Jaurès
69007 Lyon



Colloque Omnisports pour Elles



Programme

Jeudi 2 avril 2026

9h45 - Introduction

Laure DA COSTA, Trésorière de la FF Clubs Omnisports
Grégory PLANCHE, Président du Comité Régional Auvergne Rhône-Alpes
Marie-Christine PLASSE, Présidente du Comité Régional Olympique et Sportif Auvergne Rhône Alpes
Stéphanie MERLE, DTN de la FF Sport Pour Tous & Marraine de l'événement
& **Bruno FEUTRIER**, Délégué Régional Académique Auvergne Rhône Alpes

10h15 - Présentation des experts et de leurs thématiques

10h45 - Pause

11h - Ateliers

Pratiquantes : Réduire le décrochage des jeunes pratiquantes

*Co-Animé par Delphine RENARD - MGEN
& Lucile LACOSTE - FF Clubs Omnisports*

Médiatisation : Créer de la visibilité sur le sport au féminin avec un manque de médiatisation

*Co-Animé par Franck MPEMBA BONI - Basket Charpennes Croix-Luizet
& Justine MARESCAUX - FF Clubs Omnisports*

Gouvernance : Favoriser la prise de responsabilité des femmes au sein des associations sportives

*Co-Animé par Nicole CONSTANCIAS - Comité Régional Olympique et Sportif
& Tess HARMAND - ALICE MILLIAT FOUNDATION*

Professionnelles du sport : Contrer les stéréotypes de genre dans l'économie du sport

*Co-Animé par Ophélie LAFFUGE - Sport PowHER
& Stéphanie MERLE - FF Sport Pour Tous*

12h30 - Conclusion

Séverine BARDAUD & Denis LAFOUX - Co-Présidence FF Clubs Omnisports

12h45 : Cocktail déjeunatoire



Préambule

La féminisation du sport est un enjeu majeur pour la Fédération Française des Clubs Omnisports (FFCO). Si des progrès ont été réalisés, les inégalités persistent, tant dans l'accès à la pratique sportive que dans la gouvernance des structures sportives. Les freins culturels, sociaux et économiques limitent encore l'engagement et la participation des femmes, qu'il s'agisse de la pratique ou de la prise de responsabilités au sein des instances dirigeantes.

Consciente de son rôle dans la transformation du paysage sportif français, la Fédération et ses clubs se co-engagent activement pour une meilleure représentation des femmes dans toutes les dimensions du sport. L'objectif est de créer un environnement inclusif où chacune peut trouver sa place, que ce soit en tant que pratiquante, encadrante ou dirigeante.

Cet engagement repose sur trois axes complémentaires : la promotion de l'engagement féminin, le développement des pratiques féminines et une gouvernance plus paritaire.

Dans ce cadre, le Comité Régional Auvergne Rhône Alpes de la FFCO a souhaité s'associer à la Conférence Régionale du Sport (CRdS) et la Délégation Régionale Académique à l'Engagement, à la Jeunesse et aux Sports (DRAJES) afin de proposer au mouvement sportif un temps fort sur la thématique.

Cette matinée de travail, tournée vers l'échange, a pour objectif d'aller au-delà des constats et de mettre en avant des leviers d'actions sur 4 problématiques :

- Réduire le décrochage des jeunes pratiquantes
- Créer de la visibilité sur le sport au féminin avec un manque de médiatisation
- Favoriser la prise de responsabilité des femmes au sein des associations sportives
- Contrer les stéréotypes de genre dans l'économie du sport

Ce livrable est le résultat des différents échanges qui se sont déroulés durant le colloque. Il permet de mettre en avant de pistes de solutions sur ces thématiques, en partant d'exemples de terrain, afin que les clubs, les comités et tout le mouvement sportif en générale puissent s'en inspirer dans le développement de leurs actions en faveur de la féminisation.

Thématique n°1 : Praticquantes Réduire le décrochage des jeunes pratiquantes

Co-Animé par Delphine RENARD - MGEN
& Lucile LACOSTE - FF Clubs Omnisports

Chiffres clés

Source : Enquête qualitative MGEN (octobre 2025) auprès de 500 jeunes filles.

L'étude révèle un véritable "abandon" du sport par les jeunes filles, souvent subi plutôt que choisi.

- Le décrochage : 49 % des jeunes filles arrêtent le sport avant 15 ans (soit 6 fois plus que les garçons).
- Un arrêt subi : 45,2 % de celles qui arrêtent déclarent avoir pourtant un intérêt réel pour le sport.
- Les freins physiologiques : 55 % citent les règles comme le frein n°1 à la pratique. 49 % se sentent mal à l'aise avec les tenues imposées.
- Le rapport au corps : 55 % estiment que leur corps ne correspond pas à l'image véhiculée par le sport.
- L'accessibilité : 33 % n'ont pas de section féminine à proximité de chez elles. 58 % sont freinées par le coût financier.
- Sécurité et bien-être : 42 % ont déjà subi des comportements déplacés.

Les 4 piliers du désengagement

L'analyse identifie quatre freins structurels qui expliquent l'éloignement des adolescentes :

1. Non-prise en compte des spécificités du corps féminin (cycle menstruel, changements à la puberté).
2. Problèmes d'accessibilité (distance géographique et coût).
3. Pression constante (environnement anxigène, regard des autres).
4. Culture de la compétition (souvent inadaptée aux attentes de ce public).



Colloque Omnisports pour Elles

Thématique n°1 : Praticantes Réduire le décrochage des jeunes pratiquantes

Co-Animé par Delphine RENARD - MGEN
& Lucile LACOSTE - FF Clubs Omnisports

Leviers d'actions

- **Normaliser le cycle menstruel** dans le milieu sportif (l'enseignement actuel est pensé pour un "corps constant", ce qui est une erreur biologique).
- Créer des **environnements bienveillants et sécurisants** (vigilance accrue sur les violences, anonymat et protection des pratiquantes).
- **Adapter la gouvernance** : Laisser les jeunes filles décider de leurs séances ou de leurs tenues pour les impliquer davantage.

Initiatives concrètes

- **Appel à projet MGEN** : Dotation de 400 tenues écoresponsables pour 40 équipes féminines juniors.
- **Formation** : sensibiliser les éducateurs, mais aussi les parents.
- **Flexibilité** : Créer des espaces de pratiques "loisirs" en plus de la compétition pour favoriser l'inclusion.



Thématique n°2 : La médiatisation

Créer de la visibilité avec un manque de médiatisation

Co-Animé par Franck MPEMBA BONI - Basket Charpennes Croix-Luizet
& Justine MARESCAUX - FF Clubs Omnisports

Les constats

1. L'attachement précède l'intérêt sportif

La médiatisation du sport féminin ne repose pas seulement sur la diffusion de résultats. Elle doit créer un lien humain entre les joueuses, le club et le public.

"Je vais voir Teddy Riner parce qu'il est attachant." Le public se déplace lorsqu'il reconnaît des visages, des personnalités, des histoires — pas seulement des performances.

2. Les joueuses ont un rapport différent à l'image

Les jeunes filles ne sont souvent pas habituées à être filmées dans un cadre sportif. Plusieurs réactions fréquentes :

- Demande de suppression de photos ou de vidéos
- Appréhension liée à l'apparence ou à la peur du jugement
- Besoin de revoir les contenus avant diffusion

3. La confiance est un pilier fondamental

Sans confiance, aucune médiatisation durable n'est possible. Les joueuses doivent savoir qu'elles peuvent dire non, exprimer un malaise, demander la suppression d'un contenu. Exemple illustratif : une vidéo TikTok ayant atteint 300 000 vues a été retirée à la demande de la joueuse concernée qui subissait des moqueries. Le communicant a pris le temps d'écouter et de comprendre.

4. Des freins structurels persistent dans les clubs

- Dirigeants peu sensibilisés à la médiatisation du sport féminin
- Manque de ressources humaines et financières dédiées
- Méconnaissance des réseaux sociaux et de leurs codes
- Difficulté à comprendre les besoins spécifiques des joueuses

5. Les effets positifs sont réels

- Plus de spectateurs lors des matches
- Engagement accru sur les réseaux sociaux
- Augmentation des inscriptions de jeunes filles
- Meilleure image du club dans son ensemble

Thématique n°2 : La médiatisation

Créer de la visibilité avec un manque de médiatisation

Co-Animé par Franck MPEMBA BONI - Basket Charpennes Croix-Luizet
& Justine MARESCAUX - FF Clubs Omnisports

Pistes d'actions et réflexions

1. Humaniser la communication : raconter des histoires

Aller au-delà des performances sportives pour mettre en avant l'humain : parcours, personnalités, anecdotes, moments de vie → Exemple : Interviews informelles après l'entraînement, vidéos « dans les coulisses », portraits de joueuses publiés régulièrement sur les réseaux.

2. Instaurer un protocole de confiance avec les joueuses

- Expliquer l'usage des contenus avant toute captation
- Garantir un droit de regard et de suppression
- Adopter une posture bienveillante, patiente, pédagogique
- Réflexion clé : Poser systématiquement la question : « Qu'est-ce que je dois prendre en compte pour que ça te dérange moins ? »

3. Encourager l'auto-médiatisation

Les joueuses maîtrisent déjà les réseaux sociaux. Leur donner les outils pour créer elles-mêmes une partie du contenu les valorise et leur redonne le contrôle de leur image → Exemple : Atelier « création de contenu » en début de saison — apprendre à faire un Reel, choisir ses angles, rédiger une légende engageante.

4. Normaliser la caméra dès le plus jeune âge

Intégrer la médiatisation tôt dans le parcours sportif permet de réduire les appréhensions et de créer une culture de la visibilité → Exemple : Proposer aux catégories jeunes (U15, U17) des « mini-interviews » ou des vidéos équipe régulières. Les seniors deviennent des modèles pour les plus jeunes.

5. Rassurer en mettant en place une modération active

- Supprimer systématiquement les commentaires déplacés
- Bloquer les comptes problématiques sans attendre
- Informer les joueuses des actions de protection mises en place

6. Adapter les contenus au sport féminin

- Former les communicants à lire et valoriser le jeu féminin dans sa spécificité : actions collectives, récupérations, passes décisives, états d'esprit → Exemple : Créer un format « action de la semaine » valorisant un geste technique ou un moment d'équipe plutôt qu'un seul exploit individuel.

Thématique n°3 : La gouvernance Favoriser la prise de responsabilités des femmes au sein des associations sportives

Co-Animé par Nicole CONSTANCIAS - Comité Régional Olympique et Sportif & Tess HARMAND - ALICE MILLIAT FOUNDATION

Contexte

Un objectif central : favoriser leur accès aux responsabilités au sein des associations sportives.

Trois axes principaux structurent cette réflexion :

- Les obstacles rencontrés par les femmes dans les instances dirigeantes : manque de confiance, faible identification, culture associative parfois peu inclusive ;
- Les solutions : mentorat, formation, repérage des talents féminins, révision des modes de fonctionnement internes ;
- La nécessité de créer des conditions favorables à l'engagement, notamment en valorisant les compétences et en facilitant l'accès aux responsabilités.

Le cadre réglementaire évolue notamment avec la loi de mars 2022 qui impose progressivement la parité :

- Niveau fédéral : échéance 2024
- Niveau régional : échéance 2028

Des avancées sont constatées, mais des inégalités persistent :

- 19 fédérations sur 117 sont présidées par des femmes (+ 3 en coprésidence)
- 11 femmes ont récemment accédé à une présidence de fédération
- 25 % de femmes occupent des postes statutaires dans les associations sportives (contre 35 % dans les associations en général)

Un constat global : le secteur sportif reste en retard par rapport à d'autres domaines associatifs



Colloque Omnisports pour Elles

Thématique n°3 : La gouvernance Favoriser la prise de responsabilités des femmes au sein des associations sportives

Co-Animé par Nicole CONSTANCIAS - Comité Régional Olympique et Sportif & Tess HARMAND - ALICE MILLIAT FOUNDATION

Recommandations

- Renforcer l'intégration de ces enjeux dans toutes les formations
- Structurer les dispositifs d'accompagnement
- Développer les études qualitatives sur les parcours de dirigeantes
- Mutualiser les ressources entre fédérations
- Continuer à valoriser les réussites

Leviers et pistes d'actions

Accompagnement et formation

- Mise en place de systèmes de binômes (apprentissage progressif)
- Intégration de ces enjeux dans les formations obligatoires
- Développement de modules spécifiques (ex : CNOSF, ANESTAPS)

Réseaux et dynamiques collectives

- Importance des réseaux féminins
- Outils simples mais efficaces (ex : groupes WhatsApp)
- Favoriser les échanges d'expériences

Valorisation et communication

- Adapter la manière de s'adresser aux femmes (langage inclusif)
- Valoriser les parcours inspirants
- Lutter contre les biais (ex : utilisation du masculin par défaut)

Diversification des portes d'entrée

- Ne pas limiter les parcours types
- Valoriser différents profils (pratiquantes, diplômées, bénévoles, etc.)
- Encourager les passerelles entre pratique et gouvernance

Expériences inspirantes

- Actions ciblées (ex : « Bonne fête maman » dans le football)
- Séjours multisports pour renforcer la confiance
- Accompagnement individualisé (ex : soutien sur 2 ans pour accéder à une présidence)

Thématique n°4 : Les professionnelles du sport Contre les stéréotypes de genre dans l'économie du sport

Co-Animé par Ophélie LAFFUGE - Sport PowHER
& Stéphanie MERLE - FF Sport Pour Tous

Contexte

L'économie du sport reste aujourd'hui profondément marquée par des stéréotypes de genre, hérités d'une construction historique largement masculine.

Nous retrouvons ces inégalités à tous les niveaux de l'écosystème sportif, qu'il s'agisse des métiers de l'encadrement, des fonctions dirigeantes, du bénévolat, de la médiatisation ou encore du financement. Malgré des avancées récentes, le sport féminin demeure confronté à des freins structurels et culturels qui limitent son développement.

Des inégalités qui se traduisent :

- Dans l'encadrement : l'entraînement, la haute performance et la direction sont souvent des masculins, tandis que les femmes sont davantage présentes dans les activités d'animation ou d'accompagnement.
- Sur le plan économique : Le sport féminin fait face à des difficultés de financement plus importantes, avec un accès plus limité aux sponsors et aux partenariats, et une fragilité accrue des structures, parfois confrontées à des dépôts de bilan.
- Dans l'équipement : la conception des produits est souvent pensée par des équipes majoritairement masculines, sans prendre en compte certaines spécificités féminines.

Cette situation souligne l'importance d'intégrer davantage de femmes à l'ensemble de la chaîne de valeur du sport, afin de mieux répondre aux besoins et de favoriser une représentation plus équilibrée.

Thématique n°4 : Les professionnelles du sport Contre les stéréotypes de genre dans l'économie du sport

Co-Animé par Ophélie LAFFUGE - Sport PowHER
& Stéphanie MERLE - FF Sport Pour Tous

Leviers et pistes d'actions

La Formation

Les encadrants sont encore peu sensibilisés aux enjeux de mixité et aux biais de genre, leur formation étant principalement centrée sur la performance et la gestion des structures. Il apparaît nécessaire de renforcer les dispositifs de formation, en intégrant des modules spécifiques sur les stéréotypes, les discriminations et les violences sexistes et sexuelles.

La **sensibilisation** doit intervenir dès le plus jeune âge, en diversifiant les expériences proposées aux enfants et en valorisant l'ensemble des rôles au sein du sport, y compris en dehors de la pratique

Impliquer davantage les hommes dans cette démarche, en les positionnant comme des alliés du changement et en les incitant à porter un discours favorable à la féminisation du sport

Plusieurs initiatives illustrent déjà ces évolutions :

- Programmes favorisant l'accès des femmes à la pratique et à l'encadrement
- Dispositifs de formation de dirigeantes
- Événements mettant en avant la mixité et l'inclusion



Colloque Omnisports pour Elles

Synthèse

Le colloque Omnisports pour Elles a donc permis de rassembler les acteurs du mouvement sportif autour d'un **objectif commun : construire un terrain d'égalité et accélérer la féminisation du sport à tous les niveaux**. Les échanges des quatre ateliers ont fait émerger des leviers et des pistes d'actions concrètes, applicables sur le terrain dès aujourd'hui.

1. Pour les pratiquantes :

La lutte contre le décrochage des jeunes filles passe par une meilleure prise en compte de leurs réalités physiques et sociales. Il s'agit de normaliser le cycle menstruel dans le sport, d'offrir des environnements bienveillants et sécurisés, et de donner plus de pouvoir de décision aux jeunes filles dans la pratique. La formation des encadrants et la création de formules plus souples et inclusives constituent des leviers essentiels.

2. Pour la médiatisation :

La visibilité du sport féminin repose sur une approche humaine et respectueuse. Les clubs doivent raconter des histoires avant de raconter des scores, instaurer un protocole de confiance avec les joueuses, et encourager l'auto-médiatisation en leur donnant les compétences pour gérer leur propre image. La modération active des contenus en ligne et la sensibilisation des communicants à la valorisation du jeu féminin sont également des priorités pour pérenniser cette visibilité.



Synthèse

3. Pour la gouvernance :

L'accès des femmes aux responsabilités demande à la fois formation, accompagnement et valorisation. La création de binômes de mentorat, l'intégration de modules dédiés dans les formations fédérales, et le développement de réseaux féminins favorisent la montée en compétence. Diversifier les parcours d'engagement et valoriser les réussites inspirantes contribue à légitimer et encourager la présence des femmes dans toutes les sphères décisionnelles.

4. Pour les professionnelles du sport :

La féminisation de l'économie du sport nécessite de lutter contre les stéréotypes dès la formation, en intégrant des contenus sur la mixité, les biais et les discriminations dans les cursus d'encadrants. Impliquer activement les hommes dans cette transformation et renforcer les initiatives favorisant l'accès des femmes aux métiers du sport sont des leviers indispensables pour un réel changement culturel et structurel.

En conclusion, ces ateliers rappellent qu'un sport plus égalitaire se construit par des actions coordonnées : former, sensibiliser, accompagner et valoriser. Ces leviers, portés collectivement par les clubs, les institutions et les acteurs de terrain, permettent d'ouvrir la voie à un modèle sportif plus juste, inclusif et représentatif de toute la société.



Et après ?

Cet événement a été pensé dès le début comme le point de départ d'une action plus pérenne pour le Comité Régional des Clubs Omnisports Auvergne-Rhône-Alpes, afin de s'inscrire pleinement dans cet enjeu majeur qu'est la féminisation du sport.

Ainsi, le Comité s'inspira des pistes d'actions émises lors des échanges et de la feuille de route portée par la commission fédérale "Omnisports pour Elles" pour poursuivre son engagement autour de la féminisation dans le sport et sur son territoire, dans la limite de ses moyens humains et financiers.

Des pistes de travail sont clairement identifiées :

- Mettre en place en un séjour "Omnisports Pour Elles" sur le territoire afin de travailler sur les savoir-être, la confiance en soi et l'estime de soi ;
- Communiquer autour du club des 300 femmes dirigeantes pour intégrer des femmes du territoire dans la prochaine promotion ;
- Organiser un Fresque du bénévolat 100% féminine ;
- Accompagner et valoriser les clubs FFCO de la région engagés sur cet axe, en faisant le lien avec les résultats de ce colloque et en s'appuyant sur les projets existants.



Nous adressons nos plus sincères remerciements à l'ensemble des parties prenantes ayant contribué à la réussite de ce colloque : intervenants, animateurs d'ateliers, partenaires institutionnels et acteurs du mouvement sportif. Leur engagement, leur expertise et la richesse des échanges ont permis de faire de cet événement un temps fort, porteur de réflexions concrètes et d'initiatives en faveur de l'égalité et de la féminisation du sport.

