

Un Mondial médiatisé comme jamais

Souvent confiné dans l'ombre, le foot féminin va recevoir un fameux coup de projecteur durant le prochain mois. La question est de savoir s'il saura en tirer profit sur le long terme.

VINCENT JOSÉPHY

De toute évidence, le Mondial féminin sera suivi de – très – près, et notamment par nos voisins français. Voulant surfer sur le succès populaire de son équipe masculine, championne du monde l'été dernier, le journal *L'Equipe* a sorti la grosse artillerie avec des suppléments spéciaux et une équipe de pas moins de 17 journalistes envoyés aux quatre coins de la France pour coucher sur le papier, sur le Web et sur sa chaîne télé (L'Equipe TV, avec Estelle Denis en maîtresse de cérémonie) les moindres faits et gestes des 24 équipes engagées. Au niveau télévisuel, TF1 a également mis le paquet afin de ne rien manquer des exploits des « héroïnes sur herbe ». Ainsi, alors que c'est habituel avec les Bleus de Didier Deschamps, la liste des 23 heureuses élues a, pour la première fois, été dévoilée en direct sur la chaîne, par la sélectionneuse, Corinne Diacre. Seule petite différence, mais de taille : cette annonce n'a pas été faite pendant le JT de 20 heures mais durant l'émission *20h Le Mag*, une séquence qui le suit directement.

Dès ce vendredi, avec un France – Corée du Sud en guise d'apéritif, la première chaîne française déploiera les gros moyens pour faire vivre au jour le jour cette compétition jusqu'au 7 juillet, date d'une finale dont les Bleues ont fait un objectif avoué. Aux commentaires des

matchs des Françaises, on retrouvera le duo habituel composé de Grégoire Margotton et Bixente Lizarazu, auxquels viendront se greffer de véritables spécialistes du foot féminin, au rang desquels la Norvégienne Ada Hegerberg, premier Ballon d'or féminin de l'histoire. Une vingtaine de matchs seront aussi visibles en clair sur TMC, une chaîne satellite présente sur la TNT alors que le groupe Canal +, de son côté, diffusera carrément l'intégralité des 52 rencontres proposées aux amateurs et amatrices du ballon rond !

La première question qui se pose, aujourd'hui, est de savoir si cette impressionnante mise en lumière médiatique, qui trouvera aussi un terrain d'expression sur la RTBF (La Deux diffusera huit rencontres en direct alors que 25 seront visibles sur Auvio), parviendra à toucher un public pas forcément connaisseur. En clair et sans décoder, le football féminin est-il à ce point populaire qu'il « mérite » que la diffusion de *Koh-Lanta*, l'émission phare de TF1, soit diffusée une semaine plus tard ? A voir, dans les deux sens du terme. Pour François Pellissier, le président de TF1, le pari est osé mais vaut le coup d'être tenté. Même si les audiences pourraient être inférieures à celles dont bénéficie habituellement la chaîne leader en France, il mise sur un « effet boule de neige » si les Françaises brillent. Gianni Infantino, le président de la Fifa, espère pour sa part toucher un milliard de téléspectateurs durant le mois de compétition...

Des mentalités qui évoluent

L'autre question sous-jacente qui se pose est de savoir si ce battage médiatique va amener son lot de jeunes sportives vers le ballon rond. Les grands événements, pour autant qu'ils génèrent leurs lots d'émotions, attirent souvent de nouveaux pratiquants. En plein boom dans notre pays, le hockey belge – masculin et féminin – en est la meilleure illustration. En foot féminin, la participation de la Belgique à l'Euro 2017 avait initié une croissance assez flagrante au niveau des

affiliations. En sera-t-il de même sur ce coup ? C'est possible, pas certain. La Fifa table sur un total de 26 millions de pratiquantes d'ici l'horizon 2026 alors qu'en France, par exemple, le nombre d'affiliées a déjà plus que doublé sur les huit dernières années (de 86.000 à 180.000) et pourrait stagner. La Fifa, de son côté, espère arriver à convaincre 60 millions de pratiquantes d'ici l'horizon 2026.

Par ailleurs, les mentalités évoluent, la starification de certaines joueuses comme la Brésilienne Marta, l'Américaine Alex Morgan ou la Belge Tessa Wullaert permet aux plus jeunes joueuses de nourrir leurs rêves de gloire par procuration. Aujourd'hui, le commun des mortels juge heureusement davantage les joueuses pour leurs qualités techniques que pour leur plastique. La remarque grotesque du DJ Martin Solveig à Ada Hegerberg lors de la remise de son Ballon d'or (« Et tu sais twerker ? »)

prouve malgré tout qu'il reste du chemin à faire dans ce domaine. Parce que ça et là, on entend dire que la promotion et la diffusion à une large échelle du foot féminin trouveraient leur origine dans une certaine forme de politiquement correct permettant de créer l'illusion d'une égalité hommes-femmes. Or, quand on voit les salaires des joueurs, leur impact publicitaire ou médiatique, on constate qu'il y a encore une différence énorme entre les deux sexes.

« L'enjeu prioritaire de ce Mondial, ce n'est pas simplement d'organiser les 52 matchs, c'est de faire que cet événement nous permette d'installer définitivement la pratique féminine dans le paysage du football et du sport français », a raconté la directrice du football féminin à la FFF, Frédérique Jossinet, dans un supplément paru dans *Le Monde*. « Et que n'importe quelle femme, jeune ou moins jeune, qui a envie de pratiquer le foot puisse le faire dans un environnement aussi bon que celui des hommes. »

Quoi qu'il en soit, le football féminin a de beaux atouts à faire valoir, et le Mondial qui s'annonce est la meilleure occasion de s'en rendre compte par soi-même.

1 milliard

Ambitieuse par rapport au Mondial féminin, la Fifa espère toucher un milliard de téléspectateurs cumulés lors de cette Coupe du monde. Pour info, la précédente édition, en 2015 au Canada, avait rassemblé 327,8 millions de téléspectateurs répartis dans pas moins de 181 pays, dont 60,7 millions lors de la seule finale. Par comparaison, le Mondial 2018 chez les hommes avait rassemblé 3,572 milliards de téléspectateurs cumulés.

1.200.000

Le match qui opposait vendredi dernier la France à la Chine a rassemblé 1,2 million de téléspectateurs sur la petite chaîne W9, un record pour un match amical. Les matchs des Bleues diffusés par TF1 devraient largement battre ce chiffre. Lors de l'Euro féminin en 2017, les quatre matchs de la France avaient tous dépassé la barre des 3 millions de téléspectateurs, avec un record de 3.727.000 pour le quart de finale (perdu face à l'Angleterre).