

4 octobre 2010 – sportvox.fr

Adriana Karembeu pour le foot féminin, but validé ou carton rouge ?

On peut reconnaître sans problème que la FFF s'occupe de ses Féminines. A coups de communiqués, diaporama et vidéos, les footballeuses sont réellement prises en compte et qui cherche l'info la trouve. OK, mais (fini le passage de pommade) des initiatives restent sujettes à franches controverses, comme la nouvelle campagne de promotion qui met en scène Adriana Karembeu, marraine du foot féminin. Indigne ou efficace?

Qu'Adriana ne soit pas elle-même footballeuse ne me choque pas tant que ça, après tout la représentation est son métier. Chacune ses compétences: les anciennes internationales sont nombreuses à être actives au sein de la fédération sur des pans plus techniques. Mais les photos me laissent une impression plus qu'ambigüe:

<http://aka-cdn-ns.adtech.de/ap...> Source: FFF

On a un peu tous les ressorts classiques du registre "Promotion d'un sport féminin que tout le monde s'imagine pour des nanas peu féminines, trop musclées, mal léchées, et même poilues si ça se trouve". Alors on ne lésine pas sur la douceur, le pastel, et les cheveux qui ondulent dans la vapeur en suspension, avec un rendu très "porno-soft du dimanche soir". Sans compter le slogan qui parle aux filles, aux vraies, celles qui aiment le shopping. Dans le genre, c'est beaucoup moins subtil que les photos de mode parues dans Gala avec des joueuses de l'Equipe de France. Là aussi il y avait une scène de vestiaire, mais avec des couleurs vives et une atmosphère de complicité.

Ce qui me vient aussi c'est: "Mais pourquoi s'adresse-t-il au public de la danse classique?". Le foot nécessite de la pugnacité, un certain goût pour le contact, les efforts intenses, et les entraînements sous la pluie. Qu'il y ait des femmes et des hommes que ça n'attire pas, c'est évident et c'est même tant mieux. Donc pourquoi faire une campagne de pub qui occulte complètement ces éléments? Parce qu'une femme c'est doux, propre et délicat?

On me dira que le but était justement d'aborder d'autres aspects du foot. **Mardi dernier, j'ai eu la chance d'assister à des débats sur le sport féminin organisés par l'association Femix'Sports (au passage, merci Pascal). Le sujet a été abordé par Sandrine Roux, responsable du suivi socio-professionnel des joueuses à la FFF: selon elle, ces pubs sont un moyen de susciter l'attention et des réactions. J'ai ensuite discuté pendant le repas avec d'autres femmes impliquées dans divers sports, des affiches de basket, de hand... et beaucoup approuvent ces campagnes.** Une des convives m'a fait remarqué qu'au moins, le message qui passait était que n'importe quelle femme pouvait pratiquer, et qu'il s'inscrivait donc dans une démarche d'inclusion. Tempête sous mon crâne.

Je suis toujours persuadée que l'on fait appel à des clichés qu'il faudra bien faire disparaître, mais je m'interroge à présent sur le résultat que l'on veut obtenir lorsqu'il s'agit de changer l'image d'un sport. Veut-on éviter à tout prix les stéréotypes sexistes, quitte à imposer une imagerie qui a encore du mal à passer auprès du public? Ou veut-on recruter le plus de monde possible, quitte à entretenir des préjugés sexistes?

Doit-on d'abord modifier les mentalités avant d'espérer avoir des retombées, ou attirer de nouvelles recrues en espérant changer les esprits une fois celles-ci intégrées?

Et la question clé: cette campagne va-t-elle, oui ou non, amener plus de filles à faire du foot?

par [Gabrielle Entrées en lice - Parce qu'il y a aussi des sportives!](http://entrees-en-lice.overblog.com) <http://entrees-en-lice.overblog.com>