

EWSE

EMPOWERING WOMEN
FOR SPORT EVENTS IN EUROPE



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

PRINCIPES DE BONNES PRATIQUES À L'ATTENTION DES PERSONNES ORGANISANT DES MANIFESTATIONS SPORTIVES





The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Introduction

Ce document procède du projet Erasmus+ Sport “Empowering Women for Sport Events in Europe - EWSE” (Valoriser les femmes lors des manifestations sportives en Europe). Il a été rédigé par les différentes parties prenantes du consortium.

EWSE vise à promouvoir un modèle européen inclusif, accessible et durable destiné à encadrer les manifestations sportives, à travers la mise en œuvre d’un réseau de qualité de formation et de soutien mutuel entre les femmes professionnelles du sport et les jeunes femmes désireuses de gérer et promouvoir des manifestations sportives – dans une logique de coopération, de mentorat et de développement des compétences et des connaissances, des impacts et de constitution de réseaux.

Ce document s’inscrit dans la continuité du rapport d’analyse réalisé précédemment. Il ambitionne de donner des clés et des conseils à toute personne intéressée par l’organisation de manifestations sportives en général, mais aussi de manifestations sportives spécifiquement dédiées aux femmes et aux jeunes filles, en abordant la question des obstacles tangibles dans différents domaines.

Il s’agit donc d’un guide de bonnes pratiques destinées à développer l’impact des manifestations sportives et les responsabilités des personnes qui les organisent. Nous sommes bien conscients qu’il sera difficile d’organiser « l’événement parfait » en appliquant toutes les recommandations rassemblées ici, surtout en cas de manque de ressources, de temps et d’infrastructures – une réalité pour la plupart des manifestations sportives féminines que nous connaissons. L’objectif devrait donc être de s’améliorer au fur et à mesure, de se concentrer sur l’un ou l’autre point de nos check-lists sans tenter de tout mettre en œuvre en une seule fois. Le changement demande du temps, il faut se perfectionner progressivement.

SOMMAIRE

Module 1: Accroître le leadership des femmes dans le sport (ASSIST - Italie)	2
Module 2: Atteindre une visibilité égalitaire dans les médias (AMA - France)	4
Module 3: Attirer des financements et des sponsors (AMA - France)	9
Module 4: Accessibilité (IWA - Irlande)	12
Module 5: Inclusion et participation égalitaire des femmes/jeunes filles et des migrants (VIDC - Autriche)	18
Module 6: Durabilité (VIDC - Autriche)	24

Module 1: Accroître le leadership des femmes dans le sport (ASSIST - Italie)

I. Pourquoi aborder ce sujet?

Des obstacles structurels persistants qui imprègnent le système sportif à tous les niveaux, et surtout à celui de ses dirigeants, empêchent les femmes d'accéder aux plus hautes responsabilités. Malgré la croissance progressive du taux de participation des femmes dans la sphère sportive, elles sont encore très peu nombreuses à occuper des postes de direction au sein des comités olympiques et paralympiques, des instances dirigeantes sportives européennes et nationales, ou des fédérations sportives nationales.

À l'aide des données recueillies pour le Sydney Scoreboard, Adriaanse indiquait en 2016 que les femmes représentaient en moyenne 19,7% des membres des conseils d'administration des organisations sportives nationales dans le monde.

Contrairement à une idée reçue largement répandue, le récent projet « Step Up Equality » consacré à la promotion du leadership féminin dans le domaine du sport, a montré que les femmes étaient fortement intéressées par les postes de direction. Cette enquête a également mis en avant que les femmes occupaient majoritairement des postes à responsabilités moindres, et que les structures d'accompagnement et les parcours de carrière existants pour les femmes étaient inadéquats.

Selon les femmes occupant des postes de direction, les obstacles les plus courants auxquels elles sont confrontées en accédant à un poste de direction dans le domaine du sport comprennent un environnement peu encourageant/un manque de reconnaissance et un manque de reconnaissance financière.

Dans le sport, la discrimination sexiste est répandue et se manifeste sous différentes formes:

- 67% des femmes dirigeantes subissent un traitement différent dû à leur genre.
- 69% des femmes dirigeantes sont témoins d'un traitement différent des femmes dû à leur genre.

Il est aujourd'hui nécessaire de prendre le temps de réfléchir aux nombreuses façons dont le sport appréhende les relations entre êtres humains au quotidien, chaque réflexion participant à la compréhension d'un nouvel aspect du Sport.

L'organisation de manifestations sportives doit répondre à ces questions, afin d'avancer sur deux versants difficiles de l'action, c'est-à-dire:

- la compétence et l'aptitude des personnes organisant ces manifestations, et

- la gestion de tous les détails spécifiques relatifs à la réussite de la manifestation.

Il s'agit ici d'un modèle complexe de mesure des performances exigeant de nombreuses compétences, souvent exercées par de véritables « comités d'organisation » composés de nombreux collaborateurs. Par conséquent, le concept de leadership et d'esprit d'équipe revêt également une importance prééminente dans le domaine de l'organisation et la gestion de manifestations sportives.

La compétence principale consiste précisément à avancer étape par étape, tout en demeurant concentré sur des processus concrets et tangibles. Il s'agit donc d'évoluer de la résolution de problèmes vers la prochaine étape possible, décidée avec l'implication de toutes les parties prenantes pouvant contribuer au développement de l'organisation.

II. Conseils pratiques

1# Sensibilisation aux inégalités de genre dans l'organisation et le comité d'organisation

Il existe de nombreuses façons de sensibiliser au sexisme et aux inégalités de genre au sein d'une association, un club ou une entreprise. Il est possible d'organiser des activités et de prendre le temps de partager les statistiques montrant l'écart important qui subsiste entre hommes et femmes dans le domaine du sport, en termes de représentation, de salaire, mais aussi de couverture médiatique. Par exemple, dans le « Rapport EWSE » disponible sur le site web du projet, il y a plusieurs propositions pour lancer une discussion sur l'égalité des sexes. Vous pouvez également partager des ressources sur le sujet avec toutes les personnes impliquées dans l'organisation.

2# Promotion de l'égalité entre les genres parmi le personnel et les participant·e·s

Afin de promouvoir la diversité et la parité au sein de votre équipe et d'encourager les femmes à vous rejoindre, il existe des outils simples:

- Modalités de travail flexibles: afin d'éviter de pénaliser davantage les femmes qui s'acquittent encore majoritairement des tâches ménagères, autorisez votre personnel à refuser des réunions trop tôt ou trop tardives. Il est également possible de proposer des horaires réduits. Par exemple, la personne qui choisit de travailler à 95% est rémunérée à 95% de son salaire brut et acquiert en contrepartie 13 jours de vacances supplémentaires, à prendre quand elle le souhaite.
- Travail à distance: offre au personnel une flexibilité dans leur organisation quotidienne. Il est prouvé que les femmes se tournent davantage vers le télétravail que les hommes.
- Congé parental: impliquez la personne concernée dans la mise en place de son remplacement. Certaines entreprises suggèrent à leurs managers d'avoir recours à une « charte de maternité » afin de s'assurer qu'ils utilisent un langage approprié, dénué de toute discrimination, même involontaire.
- Publication des salaires: il est plus facile de réduire l'écart des salaires entre hommes et femmes quand les femmes connaissent le salaire de leurs homologues masculins.

3# Création d'un environnement sûr et inclusif

Afin de garantir l'équilibre entre les membres de votre équipe et recevoir beaucoup de feedback et de commentaires de la part de chacun au cours d'une réunion par exemple, il peut être utile de répartir équitablement le temps de parole entre chaque intervenant, afin que chacun soit entendu et contribue à la décision.

Il est important de partager avec les personnes impliquées dans l'organisation de la manifestation une liste de personnes à contacter en cas de problème au sein de l'organisation.

Élaborez une charte de bonne conduite – une déclaration contre le sexisme – et faites-la signer par l'ensemble du personnel.

4# Partage ou organisation d'activités pour travailler sur les compétences nécessaires à un bon leadership

- Élaborez une brochure rassemblant les formations dans le domaine du sport disponibles dans votre pays et mettez-la à disposition durant l'événement.
- Au cours de la manifestation sportive, organisez un atelier consacré à des sujets liés au statut de manager: comment s'exprimer et se comporter en réunions, comment capter l'attention de l'auditoire... Par exemple: cours de théâtre.

En Italie par exemple, Assist a créé LEA, la Leadership Empowerment Academy, ouverte aux femmes et aux hommes. LEA est un cours destiné à ceux qui souhaitent acquérir des compétences et des connaissances afin de s'impliquer, à la fois bénévolement et professionnellement, dans le domaine du management sportif. LEA vise spécifiquement à valoriser les ressources énormes que représentent les athlètes, les coachs, les personnels techniques – celles et ceux qui travaillent dans le domaine du sport et souhaitent également mettre leurs talents et leur passion au service du management.

5# Des modèles d'identification

Pendant l'événement et au cours de la préparation de ce dernier, le comité d'organisation peut être inspiré par la réussite de femmes leaders données en exemple.

- Alice Milliat, pour le contexte historique, essentiel à la compréhension du mouvement de l'émancipation des femmes <http://www.sportmagazinefvg.it/racconti/alice-milliat-donna-sportiva-visionaria/>
- Billie Jean King, pour la lutte pour les droits des joueuses de tennis et la communauté LGBT <https://tennis.it/settembre-1973-king-riggs-la-battaglia-dei-sessi-cambio-il-tennis/>
- Megan Rapinoe, pour un rôle sur et en dehors du terrain, et l'équité salariale <https://olympics.com/en/news/football-megan-rapinoe-talks-activism-retirement-forbes-summit>
- Un exemple de sportive marquante dans son propre pays...

Module 2: Atteindre une visibilité égalitaire dans les médias (AMA - France)

I. Pourquoi aborder ce sujet?

Des études ont montré que les médias sont l'une des formes de socialisation les plus influentes dans la génération des normes de genre¹ et que leur contenu peut être considéré comme un important processus d'apprentissage social². Par ailleurs, du fait du niveau élevé de consommation médiatique, particulièrement parmi les jeunes, les médias peuvent contribuer à créer des modèles d'identification et des sources d'inspiration pour le plus grand nombre.

Médias et sport peuvent produire des stéréotypes liés au genre et, par conséquent, perpétuer l'inégalité de genre et creuser les différences entre hommes et femmes. Souvent, celles-ci ne sont pas considérées comme de « véritables athlètes » parce que les médias, d'une part, les traitent comme des objets en mettant en avant leur vie personnelle et certaines de leurs caractéristiques physiques et, d'autre part, contribuent à la reproduction de la masculinité hégémonique du sport. Cette représentation biaisée participe au manque d'intérêt des amateurs de sport et renforce les attitudes généralement négatives du public envers les femmes dans le sport. L'engouement que les médias sont capables de susciter autour des athlètes et des compétitions est essentiel à la réussite de manifestations sportives en termes d'audiences et de sponsoring. Dans ce module, nous expliquerons comment concevoir une stratégie de visibilité durable à long-terme pour les manifestations sportives féminines.

En 2013, Eoin J. Trolan³ a souligné que les valeurs patriarcales, historiquement associées au sport, ont été étayées par les médias via une sous-représentation des athlètes féminines qu'ils traitent d'abord en tant que femmes, puis en tant qu'athlètes, souvent en les hypersexualisant et en les infantilisant. Une étude menée par Cambridge University Press à la suite des Jeux olympiques et paralympiques de Rio 2016 a montré que les commentaires à l'égard des athlètes féminines étaient, la plupart du temps, davantage axés sur leur apparence ou leur vie privée, avec les mots « âgée », « plus âgée », « enceinte » et « mariée » ou « célibataire », tandis que les associations de mots les plus fréquentes pour les sportifs tendaient à être plutôt des adjectifs du type « plus rapide », « grand », « fort », « vrai », « formidable »...

II. Conseils pratiques

¹ Pederson, P.M. (2002). Examining equity in newspaper photographs. *International Review for the Sociology of Sport*, 37(3), 303-318.

² Signorielli N. 2012. Gender stereotyping on television. In *Media Psychology*, ed. G Brewer, pp. 170–86. New York: Palgrave Macmillan

³ Eoin J. Trolan / *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 91 (2013) 215 – 227

1# Comment attirer l'attention des médias?

Faire connaître des histoires positives: racontez des anecdotes à propos d'athlètes féminines du passé dont la réussite a contribué à l'émancipation des femmes (à chaque pays ses héroïnes, célèbres ou inconnues – par exemple, Alice Milliat, Billie Jean King, etc.)

Élaborer un récit autour des athlètes et des compétitions (racontez l'histoire de/des athlète(s) présents à l'événement (leur parcours sportif, leur ascension, leur palmarès, leurs enjeux sur cette compétition).

Rédiger un communiqué de presse: un communiqué de presse (CP) est un bref document à destination des journalistes présentant un projet, un événement ou un outil. L'annonce d'une manifestation sportive est le moment idéal pour diffuser un communiqué de presse.

Le communiqué servira de base aux articles des journalistes qui pourraient reprendre vos informations. Attention! Les journalistes en reçoivent beaucoup: pour donner à vos CP les meilleures chances d'être repris, adoptez un ton journalistique – synthétique, précis et neutre.

Le communiqué de presse idéal fait une demi-page. Son titre doit être percutant et informatif, avec une première phrase répondant aux questions « quoi, qui, quand, où », quand la suite développera le « pourquoi » et le « comment » – éventuellement avec des sous-titres. Concluez votre CP avec vos coordonnées et ajoutez un paragraphe pour présenter votre association.

En ce qui concerne les délais, envoyez votre communiqué deux à trois jours avant le lancement du projet. Si le premier CP n'est pas un succès, poursuivez sur votre lancée: quand ils vous connaîtront mieux, les journalistes réagiront plus.

Un conseil: quand vous adressez votre CP par email à tous vos contacts (dossier de presse partenaires, différents contacts), envoyez systématiquement votre document en CCI (Copie Carbone Invisible) – c'est une preuve de professionnalisme.

2# Créer une base de données de médias et de journalistes (locaux, régionaux, nationaux et internationaux)

Il est important de dresser une liste des médias que vous pouvez contacter. Pour trouver ces contacts, faites appel à votre réseau et à vos connaissances. Cherchez à savoir quels médias ont déjà fait la promotion de manifestations sportives féminines: ils seront plus susceptibles de promouvoir votre événement.

Constituez un petit fichier de contacts pertinents de journalistes à suivre personnellement. Souvent, diffuser un communiqué de presse ne suffit pas: il faut décrocher son téléphone pour joindre vos contacts et les convaincre de l'intérêt de votre actualité pour leurs lecteurs.

En 2011, l'étude sur la presse sportive internationale (International Sports Press Survey)⁴ a montré que plus de 90% des articles étaient rédigés par des hommes et que plus de 85% des articles portaient sur des athlètes masculins. Pour être plus précis, seuls 8% des articles sportifs étudiés étaient signés par des journalistes femmes. C'est pourquoi il est important d'essayer de créer une base de données sans exclure les journalistes femmes.

⁴ Horky T. and Nieland J-U. (2011), ISPS 2011 – First results of the International Sports Press Survey 2011, available at: www.playthegame.org/fileadmin/image/PTG2011/Presentation/PTG_Nieland-Horky_ISPS_2011_3.10.2011_final.pdf.

3# Contacter la presse et les médias locaux

Un contact avec les médias locaux multiplie les chances d'obtenir une réponse de leur part plutôt que des médias nationaux. Cela permet d'attirer plus de monde au niveau local et contribuera à faire de la manifestation un événement pérenne, tout en incitant les personnes – surtout les femmes et les jeunes filles – à s'impliquer dans la structure organisatrice (club sportif, association...)

La presse régionale est un média d'information couvrant un territoire. Au-delà de cette presse, il faut s'intéresser plus largement aux autres médias régionaux: les journalistes de la presse écrite, le web, la radio et la télévision, qui sont au cœur de l'information territoriale. Ces médias sont nombreux et leur public – auditeurs, lecteurs (professionnels ou non) – est varié. La presse régionale est un outil de communication précieux pour les organisations souhaitant développer leur notoriété, faire connaître leur événement et envoyer des messages à leurs cibles locales.

4# Utiliser les réseaux sociaux

Prenons un exemple: Wendie Renard a plus de 113 000 followers sur Twitter ; Maria Sharapova, plus de huit millions. Ces chiffres font mentir les arguments simplistes selon lesquels les personnalités du sport féminin n'intéressent personne. Les réseaux sociaux sont un outil précieux pour générer du contenu et le partager. Plus les plateformes se développent rapidement, plus le contenu qui y est partagé se diffuse rapidement. Leur « viralité » est un moyen attrayant de promouvoir la cause des femmes dans le sport et les événements féminins.

Canaux de communication

- Site web: créez un site web dédié à votre événement afin de gérer une plaque tournante vers et par laquelle tous les autres canaux de communication choisis transiteront. Outre les informations pratiques, privilégiez le contenu interactif, principalement en partageant des vidéos et des photos (un contenu jugé plus convivial par les internautes). Consacrez un espace à vos partenaires, un autre à la billetterie (intégrez directement votre module de billetterie à votre site), un autre à votre histoire...
- Réseaux sociaux: les réseaux sociaux peuvent être un relais vers une audience plus large. Organisez des concours pour gagner des billets ou des cadeaux (les posts à liker/commenter et à partager pour gagner billets et cadeaux décupleront votre visibilité). Rien de tels que les réseaux sociaux pour partager le contenu exclusif mentionné plus haut, mais prenez garde à respecter les spécificités de chaque plateforme.
- Facebook est un outil promotionnel. Créez un événement avec la date et le lieu de votre manifestation, et un visuel. Communiquez toutes les informations pratiques. N'oubliez pas d'inviter vos amis et encouragez-les à partager l'événement. Facebook est une plateforme sur laquelle il est possible de partager tout type de contenu: teasing vidéo, photos, liens vers des articles relatifs à votre manifestation... Facebook servira de point de contact avec votre public avant, pendant et après votre événement.
- Twitter, avant la manifestation, peut servir de passerelle vers votre site, afin de

fournir des informations pratiques à vos éventuels participants. Vous tenez là l'opportunité de créer un hashtag (#) spécifique à votre événement. Twitter se révélera plus utile au cours de la manifestation: postez des photos et des vidéos des matchs et des animations en direct. Pour gagner en visibilité, n'oubliez pas d'inclure des photos dans chacun de vos tweets. Commentez les matchs en direct, en mentionnant systématiquement votre hashtag.

- LinkedIn, tout comme Twitter, peut être également utilisé pour fournir des informations pratiques aux éventuels participants, surtout si l'événement est destiné aux professionnels.
- Instagram et TikTok peuvent être utilisés de la même façon, surtout pour la promotion d'événements s'adressant à de jeunes participants, plus susceptibles d'être connectés à ces deux plateformes.

5# Trouver des ambassadeurs

Pour « humaniser » votre communication et gagner en visibilité, recrutez des ambassadeurs. Pensez à cette nouvelle génération d'« influenceurs » qui vous permettront de toucher une communauté, certes plus restreinte, mais bien plus pertinente si, par exemple, vous ciblez les jeunes. Choisissez avec soin, en fonction de votre sport et du profil de celui-ci. Pour des bénéfices accrus en termes d'image, les influenceurs doivent être régulièrement actifs et être à la tête d'une communauté fidèle. Proposez-leur un échange de visibilité (retweet, story Instagram ou Facebook), invitez-les à participer à votre événement ou, mieux encore, à gérer la partie « web » de votre événement.

6# Exemples d'initiatives pour les médias:

- Organisez une émission radiophonique spéciale sur le thème « genre et sport »: conviez les personnalités sportives locales à participer à un débat sur la façon dont les femmes et les hommes sont représentés dans la couverture médiatique sportive. Impliquez les auditeurs.
- Tendez le micro aux femmes: mettez en avant les commentatrices sportives afin de montrer que le genre n'est pas la garantie de la qualité du commentaire, et assurez-vous d'évoquer vos politiques d'égalité entre les genres sur le long terme.
- Mettez en avant les sports mixtes et féminins: rendez compte des compétitions sportives féminines et mixtes dans votre pays ou votre région afin de contribuer à une couverture médiatique plus équilibrée de ces sports.
- Mesurez l'égalité entre les genres dans vos opérations et vos contenus grâce à des indicateurs d'égalité entre les genres.

Module 3: Attirer des financements et des sponsors (AMA - France)

I. Pourquoi aborder ce sujet?

Les obstacles sociaux et culturels ont un impact direct sur la sphère économique et l'accès aux revenus des manifestations sportives et des opportunités économiques pour les femmes. Pour beaucoup, le sport, événements sportifs compris, représente également une opportunité professionnelle, un travail et une source d'emplois. Par conséquent, les barrières plus élevées et les inégalités durables en matière d'attention et de reconnaissance des manifestations sportives féminines se traduisent par des opportunités professionnelles moindres pour les femmes comme pour les hommes, et par des difficultés à trouver des sponsors pérennes et pertinents pour ces manifestations. De même, les difficultés financières laissent moins de latitudes aux organisateurs pour choisir les sponsors idéaux pour les manifestations sportives féminines, surtout compte tenu de la volonté de créer un impact positif sur les jeunes et les jeunes filles spécifiquement à travers ces événements. Dans cette partie, nous aborderons l'importance des réseaux et la nécessité de créer les meilleures conditions possibles afin de gagner des financements venus de divers domaines. Nous mentionnerons également les aides financières disponibles.

Le sport féminin attire. À la télévision, dans les stades, sur les réseaux sociaux. Il attire au point que, selon un rapport Deloitte, le sport féminin est « bien parti » pour valoir plus d'un milliard de dollars. Mais pour y parvenir, il faudra compter avec des investissements pérennes de la part de chaque acteur de l'économie du sport.

Toutefois, si la dynamique en faveur du sport féminin s'amplifie et que les marques concrétisent progressivement leurs opportunités de sponsoring dans le sport féminin, l'écart reste abyssal. En 2021, les femmes ont remporté 15 des 25 médailles olympiques françaises, mais elles ne représentent toujours que 20% des investissements de sponsoring en France.

Pourtant, il s'agit là d'une opportunité en or pour les marques, car les amateurs de sports féminins sont bien plus réceptifs aux actions de sponsoring que les amateurs de sports masculins.

II. Conseils pratiques

1# Mener une bonne communication autour de l'événement: ayez un slogan, une identité visuelle, une plateforme web (réseaux sociaux ou site web), des contacts accessibles.

Une bonne communication autour d'une manifestation sportive permet au public de mieux com-

prendre les enjeux de l'événement, quelle est l'audience ciblée et qui sont les parties prenantes impliquées. Elle est également importante pour sa pérennité car une « marque » bien établie autour d'un événement sportif contribuera à sa visibilité et sa reconnaissance par le public d'une édition à l'autre.

La communication permet également à l'événement de se démarquer. Il est par conséquent important d'avoir un planning de communication pour les réseaux sociaux et de s'y tenir afin de susciter le désir d'assister à l'événement. Et plus encore, la communication est une incitation pour les sponsors et les parrains de s'impliquer ou de rester impliqués.

Une stratégie de communication efficace ayant pour objectif d'attirer un maximum de participants et de donner une bonne image aux contributeurs financiers devrait inclure:

- Un calendrier précis de lancement des différents outils/supports de communication, qui doit être respecté autant que possible afin d'implémenter une stratégie efficace et logique.
- Une bonne connaissance du public ciblé (profil, âge, etc...). La stratégie de communication doit être adaptée afin de toucher le public ciblé et susciter son intérêt.
- Un budget précis et tout compris. La gestion budgétaire n'est certes pas la partie la plus facile, mais elle est sans doute l'une des plus importantes et doit même passer avant l'élaboration d'une stratégie de communication.

Exemple: organiser une manifestation sportive impliquant des adolescentes exigera de se concentrer davantage sur des outils tels que les réseaux sociaux (Instagram, Facebook et TikTok). En revanche, mettre sur pied un événement destiné aux femmes de 50 à 60 ans demandera probablement d'utiliser d'autres outils, du type emails, LinkedIn, sites web etc.

- Une page « Événement » claire et visible sur votre site web incluant l'agenda et un lien pour s'inscrire. Le lien d'inscription est essentiel à la réussite de l'événement, car il va permettre aux personnes gérant l'organisation de suivre le nombre de participants, mais aussi de cerner leur profil. Ces informations serviront également à améliorer la stratégie de communication.
- Supports de communication: un kakémono à afficher au cours de l'événement, des flyers, un programme, des visuels attrayants (photos et vidéos) à diffuser via une page web, une promotion sur les réseaux sociaux, des newsletters, une liste de diffusion... Envisagez également de traduire les principaux supports de communication, surtout si la manifestation s'adresse à des participants internationaux.
- Des badges avec le nom et l'organisation (le cas échéant), à partir de la liste des participants. Ils seront des outils intéressants pour favoriser le réseautage entre participants.
- À l'issue de l'événement, vous pouvez envoyer une enquête de satisfaction à tous les participants pour recueillir leurs commentaires et comprendre les forces et les faiblesses de la manifestation. Cela vous permettra d'améliorer l'organisation de la prochaine édition!

2# Connaître les fonds publics existants: mairie, conseil général, appel à projets (au niveau national et européen). Donnez de la visibilité au programme Erasmus+ et faites connaître les opportunités (surtout dans le domaine de l'inclusion, de la diversité, etc.). Rares sont les personnes et les organisations conscientes des opportunités existant au niveau européen ; par con-

séquent, étudiez les possibilités offertes par le programme (surtout dans le domaine du sport). Même l'effort demandé pour bâtir un projet et discuter avec d'autres partenaires peut s'avérer utile, car il incite les organisations à apprendre de leurs expériences et de leur expertise. Il peut aussi constituer une nouvelle étape dans le développement d'un projet/un événement destiné à toucher le public au niveau européen.

Au niveau européen, nombre de projets se concentrent sur le sport, l'égalité entre les genres, la diversité et l'inclusion. N'hésitez pas à contacter le responsable et les partenaires d'un projet que vous considérez pertinent pour vous. Ils seront le plus souvent ravis de répondre à vos questions.

Établissez une liste des fonds publics disponibles par pays:

- En France, par exemple, il est possible de solliciter des subventions auprès des collectivités locales, des villes, des régions. La région Île-de-France apporte son aide aux manifestations sportives. En 2021, le Comité national olympique et sportif français a publié un document répertoriant les différentes opportunités financières offerts aux associations sportives, par territoires.
- Des fonds de soutien aux associations en général sont également disponibles: vérifiez si votre organisation peut en bénéficier.

3# Développer ses réseaux: associations, clubs sportifs, mentors, entreprises, écoles, universités...

- Contactez les clubs sportifs sur les réseaux sociaux, par téléphone ou par email.
- Inscrivez-vous à des événements pertinents ouverts au public (tables rondes ou forums sportifs ou féministes) afin de multiplier vos contacts et parler de vos actions.
 - Identifiez les principales parties prenantes
 - Préparez vos questions à l'avance
 - Écoutez
 - Demandez des conseils
 - Restez en contact (email de suivi par exemple)
- Échangez avec des associations pour proposer une collaboration (par exemple, un échange sur le sujet de la communication, les deux associations partageant des informations sur leurs événements respectifs).

4# Trouver des sponsors: nombre d'entreprises sont intéressées par le sponsoring, surtout dans le domaine du sport. Les sponsors vous aideront non seulement à promouvoir votre événement, mais ils peuvent aussi vous soutenir d'un point de vue budgétaire et vous aider à organiser votre manifestation. N'hésitez pas à contacter des entreprises qui ont déjà sponsorisé d'autres projets/événements sur un thème proche du vôtre. Pour approcher des sponsors potentiels, il est essentiel d'avoir une présentation claire et bien structurée de votre événement. Cette preuve de professionnalisme aidera le sponsor potentiel à comprendre comment il pourra bénéficier d'un tel partenariat et leur présentera différentes options selon le degré d'implication souhaité (par exemple, ajouter leur logo aux supports de communication, y compris les maillots portés par les athlètes au cours de l'événement).

5# Recruter des ambassadeurs / influenceurs: afin de promouvoir un événement, « recruter »

et contacter des ambassadeurs et/ou influenceurs peut avoir un gros impact. Cela vous aidera notamment si vous cherchez à accroître votre visibilité et contribuera à impliquer leur communauté. Négociez vos conditions au cas par cas.

6# Donner une dimension culturelle ou sociale à l'événement: cette dimension est intrinsèquement liée au public visé. Elle contribuera à accroître le nombre de participants éventuels intéressés, le nombre de sponsors potentiels, d'ambassadeurs et autres entités susceptibles de vous aider à promouvoir votre événement.

7# Mesurer l'impact économique et social de l'événement

Le modèle économique et l'impact des manifestations sportives sont souvent – si ce n'est toujours – mesurés. Cependant, moins d'attention est accordée à leur impact social. Selon le Conseil supérieur de l'économie sociale et solidaire, l'impact social est l'ensemble des conséquences (évolutions, changements et ruptures) des activités d'une organisation sur les acteurs externes directs ou indirects (bienfaiteurs, utilisateurs et clients) de son territoire, sur les personnes au sein de l'organisation (salariés, bénévoles) et, plus largement, sur la société.

Mesurer l'impact social d'une manifestation sportive peut permettre aux organisations et aux parties prenantes de percevoir la valeur ajoutée et l'intérêt de l'initiative, tout en consolidant la dimension sociale des activités sportives. En 2017, l'UNESCO a adopté le Plan d'action de Kazan qui répond au besoin de développer des indicateurs communs afin de mesurer la contribution de l'éducation physique, le sport et l'activité physique .

Étapes pour mesurer l'impact social d'un événement:

- Définir les indicateurs et les sujets spécifiques que vous souhaitez analyser
- Définir le périmètre du cadre de travail
- Concevoir une enquête à distribuer aux participants et aux parties prenantes
- Réaliser des entretiens qualitatifs avec les participants et/ou parties prenantes
- Analyser feedbacks et données
- Diffuser les résultats

⁵ <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000252725>

Module 4: Accessibilité (IWA - Irlande)

I. Pourquoi aborder ce sujet?

La possibilité d'offrir un modèle plus inclusif et accessible de manifestations sportives est plus susceptible d'être généré par le sport féminin, ou plus exactement par un sport proposant une égalité des chances. Néanmoins, en étudiant l'accessibilité aux événements eux-mêmes, il s'avère que peu d'organiseurs possèdent les compétences et les connaissances nécessaires pour inclure le parasport ou impliquer les familles d'athlètes handicapés, par exemple. Ceci concerne également tous les groupes d'individus ayant besoin d'une approche ou d'un soutien spécifiques pour être à même de participer à des manifestations sportives, pour différentes raisons (minorités culturelles par exemple). Dans cette partie, nous aborderons le développement des compétences et des connaissances nécessaires aux organisations en matière d'accessibilité et d'inclusion autour des manifestations sportives.

Accessibilité – les bonnes pratiques

Equal Status Acts 2000-2012

Ces lois protègent les personnes handicapées contre la discrimination sur le lieu de travail et dans la société – par exemple, si une organisation sportive, un club ou un centre de loisirs traitent une personne de façon défavorable en raison de son handicap. La loi exige d'effectuer des « aménagements raisonnables » pour les personnes handicapées qu'elles soient utilisateurs, employés ou bénévoles. Cela comprend des modifications apportées au bâtiment – rampes d'accès pour les fauteuils roulants, portes d'entrée à ouverture automatique, comptoirs de réception abaissés, boucles d'induction/auditive à la réception et informations en formats accessibles (polices de caractère plus grandes/audio/braille, par exemple). Un « aménagement raisonnable » vise à fournir un traitement ou des équipements spécifiques afin que les personnes handicapées puissent bénéficier de biens et de services particuliers.

Disability Act 2005

Depuis 2005, cette loi sur le handicap impose aux prestataires de services publics de favoriser l'accès des personnes handicapées. Selon cette loi, les personnes handicapées ont le droit de:

- Faire évaluer leurs besoins en matière de santé et d'éducation.
- Faire établir des déclarations de services individuelles afin de définir les services dont elles devraient bénéficier.
- Accéder à des procédures de plaintes et de sollicitations indépendantes.
- Accéder aux bâtiments publics et aux emplois de service public.

II. Conseils pratiques

1# Des événements accessibles

Accès Pour beaucoup de personnes handicapées, l'accès n'est pas seulement limité par des obstacles physiques, il peut aussi exister des barrières culturelles, économiques, comportementales et organisationnelles.

Organiser des événements réussis Évaluer l'accessibilité exige une planification minutieuse. Plus tôt les besoins des participants seront identifiés, meilleures seront les chances d'y répondre efficacement. Il est important de prendre en compte le temps que certains ajustements nécessitent.

Lieu Lors de la planification d'une manifestation, demandez au gestionnaire du lieu quels aménagements/équipements sont mis à la disposition des participants handicapés. S'il y a des problèmes potentiels, ils doivent être résolus. Pour évaluer si le lieu choisi convient ou si des aménagements supplémentaires seront nécessaires, demandez-lui s'il a déjà rencontré des problèmes d'accessibilité par le passé. Si possible, organisez une visite sur place afin d'apprécier l'attitude du gestionnaire du lieu en matière d'accès et des dispositions possibles, les équipements et les services proposés aux personnes handicapées, et juger des éventuels problèmes d'accessibilité.

2# Accès

- Le gestionnaire du lieu doit connaître la loi contre la discrimination à l'égard des personnes handicapées et les exigences relatives à la mise à disposition d'un lieu accessible.
- Le lieu doit avoir fait l'objet d'un audit d'accessibilité, lequel pourrait indiquer une approche positive de l'accessibilité.
- Vérifiez l'accessibilité des toilettes, ascenseurs, espaces de rafraîchissements et autres espaces susceptibles d'être utilisés pendant l'événement, ainsi que leur proximité avec les salles de réunion ou de réception.
- Veillez à ce que les participants ayant des difficultés de mobilité puissent utiliser la même entrée que les autres. Les personnes en fauteuil roulant devraient être à même d'utiliser des rampes d'accès en toute autonomie.
- Personnel convenablement formé: sensibilisation au handicap et à l'accessibilité ; un membre du personnel a-t-il été désigné pour aider en cas de problème?

Planification et administration

Budget Les responsables de l'organisation doivent être conscients que certaines dispositions supplémentaires auront des implications financières. Ils devront prévoir leur budget en conséquence.

Calendrier: il est important de prévoir un certain degré de flexibilité dans le calendrier proposé afin de prendre en compte les modifications ou adaptations susceptibles d'être demandées.

- Les personnes ayant des problèmes de mobilité peuvent avoir besoin de temps supplémentaire pour se déplacer entre les salles et les réunions.
- Le personnel d'assistance peut avoir besoin de pauses et de rotations régulières afin de ne pas se fatiguer.
- Les participants diabétiques peuvent avoir besoin de « pauses rafraîchissements » plus fréquentes.

3# Intervenants, animateurs et exposants

Avant l'événement, transmettez vos recommandations aux intervenants, animateurs et exposants, afin de préciser vos attentes. Par exemple, veillez à ce que les délais permettent de fournir les informations en formats alternatifs, et vérifiez l'utilisation d'une terminologie acceptable.

Assurez-vous que les intervenants soient tout à fait informés des besoins éventuels des participants. Par exemple, les intervenants devront peut-être utiliser un micro connecté à un dispositif de boucle auditive.

- Conseillez aux intervenants de s'assurer que le contenu des diapositives soit communiqué oralement à l'auditoire, et qu'ils suivent les principes de bonne conduite pour leur présentation. Encouragez-les, par exemple, à faire systématiquement face à leur auditoire: ainsi, un lecteur labial pourra-t-il comprendre ce qu'ils disent.
- Vérifiez les éventuels besoins supplémentaires des intervenants et des animateurs: interprète, assistant personnel ou fourniture d'informations en formats alternatifs, par exemple.

Informations préalables à l'événement

Publicité

- Faites-en sorte que toutes les informations publicitaires soient les plus claires possible ; veillez à ce que les résultats attendus soient indiqués.
- Assurez la promotion de votre événement dans différents formats, via différents médias (presse, web, emails, forums, etc.)
- Décidez si vous souhaitez vous assurer que personnes handicapées soient ciblées, afin qu'elles participent à l'événement. Le cas échéant, assurez votre promotion là où ce public est susceptible d'être touché. Par exemple: organisations ou réseaux dédiés au handicap.
- Fournissez les détails du lieu en amont, afin d'informer les participants des conditions d'accessibilité.

Modalités d'inscription

- Il est impératif que les participants puissent faire figurer tout besoin spécifique individuel. Par exemple: assistance personnelle, besoin en matière d'accès ou de régime alimentaire.
- Proposez une variété de modalités d'inscription. Par exemple: en ligne, par téléphone, par message ou email.
- Une fois que le participant a transmis ses demandes, il convient que les responsables de l'organisation le contactent afin de clarifier ses besoins spécifiques. Par exemple, il ne serait pas approprié de proposer une documentation en Braille au participant malvoyant qui préfère un format numérique.
- Informez en avance les participants si des difficultés se profilent pour satisfaire leurs demandes individuelles. Le cas échéant, afin de faciliter la planification, demandez les préférences en matière d'ateliers sur le formulaire d'inscription.
- Proposez des informations dans des formats alternatifs (renseignez-vous en amont pour vous assurer que ce service est disponible). Détails sur le lieu: fournissez aux participants des informations spécifiques sur le lieu (y compris dans des formats alternatifs), et notamment, si cela est possible:
- Des détails relatifs aux parkings dédiés et accessibles.

- Des cartes et indications claires, y compris les voies d'accès et, si nécessaire, les sens de circulation entre les bâtiments.
- Des détails relatifs aux transports locaux et aux accès. Par exemple: compagnies de taxis locales et accessibles, transport public accessible, entrées accessibles, parkings dédiés, hébergements et équipement sociaux.
- Une assistance pour les chiens d'accompagnement (veillez à ce que de l'eau fraîche soit proposée)

Confirmation d'inscription

À envoyer aux participants dans le format alternatif approprié.

Offrez la possibilité d'ajouter des demandes individuelles après l'inscription. Pour être sûr que toutes les exigences soient satisfaites, donnez aux participants une date limite à laquelle vous devez être informé de toutes leurs demandes (une semaine avant l'événement, par exemple). S'ils vous préviennent au-delà de cette date, essayez néanmoins de répondre favorablement à leurs demandes.

Confirmer les dispositions prises pour répondre aux besoins individuels (par exemple, chambres accessibles, interprètes en langue des signes ou parking dédié).

Assistance supplémentaire

Identifiez les fournisseurs de services professionnels d'assistance.

Réservez les services d'assistance aussi longtemps à l'avance que possible.

Lorsque vous planifiez le nombre de personnes à embaucher, tenez compte des horaires. Par exemple, plus d'un interprète sera nécessaire pour un événement de plus de deux heures, et vous aurez besoin d'un nombre suffisant de personnel d'assistance pour permettre aux participants d'assister à tous les ateliers de leur choix.

Fournissez en amont des copies des présentations, afin de permettre au personnel d'assistance d'en comprendre le contenu et de préparer chaque session.

Préparez des badges pour le personnel d'assistance, si possible en y faisant figurer leur nom. Planifiez leurs horaires afin qu'ils puissent remplir leur rôle efficacement, en prévoyant du temps de rotations et de pauses.

Prévoyez des sièges pour le personnel d'assistance, dans un lieu approprié.

Questions spécifiques au personnel d'assistance

- a) Personnel d'assistance – Interprétariat et Communication
 - a. Identifiez le type d'aide à la communication dont auront besoin les participants. Par exemple: interprète en langue des signes, lecteur labial ou palantypiste.
 - b. Veillez à consulter les participants sur le placement optimal du personnel d'assistance d'interprétariat et de communication. Par exemple, un lecteur labial aura besoin d'un bon éclairage.
 - c. Un palantypiste aura besoin d'une table et de prises de courant. Placez l'écran

de façon à être vu par tous les participants.

b) Preneurs de notes

Identifiez le type de prises de notes requis (manuelle ou numérique, par exemple). Veillez à ce que le preneur de notes sache s'il devra produire un résumé de la présentation ou un compte-rendu in extenso.

a. Identifiez les équipements nécessaires au preneur de notes. Par exemple: une table, une prise de courant ou un éclairage supplémentaire. Doit-il être placé à côté de la personne qu'il assiste?

c) Personnel d'assistance

Si les responsables de l'organisation font appel à un service d'assistance, informez-le des tâches attendues. Par exemple: aide à la mobilité dans le lieu de l'événement ; accès aux services de restauration ; montée et descente des taxis.

a. Si le personnel régulier doit fournir le service d'assistance, assurez-vous qu'il soit formé et briefé, et disponible lorsque sa présence sera demandée au cours de l'événement.

b. Veillez à ce que le personnel d'assistance soit aisément identifiable. Les autres participants n'ont pas à assurer un service d'assistance, et les personnes handicapées ne devraient pas avoir à attendre pour recevoir de l'aide.

Formats alternatifs

- Obtenez des copies numériques des présentations et des ateliers afin de les transmettre en amont aux participants, si nécessaire.
- Veillez à ce que des copies des présentations soient disponibles en formats alternatifs et distribuées en amont, si nécessaire.
- Après l'événement, mettez à disposition ces documents par voie numérique.

Location d'équipements supplémentaires

Les équipements suivants peuvent s'avérer nécessaires:

- Systèmes de boucles
- Micros itinérants.
- Rampes portables (pour accéder aux entrées et à la scène, par exemple)
- Technologies de l'Information et de la Communication accessibles (voir ci-dessous)
- Pupitres réglables en hauteur

Veillez à ce que des panneaux indiquent que ces équipements sont disponibles.

Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

Lors de la promotion d'un événement ou d'ateliers, indiquez clairement s'ils auront recours à l'utilisation de TIC. Dressez la liste du type d'activités programmées, indiquez quels logiciels seront utilisés: ceci permettra aux participants handicapés de juger comment tirer le meilleur parti de l'atelier – il pourrait y avoir par exemple des problèmes de compatibilité avec certaines technologies d'assistance spécialisées.

Dans la mesure du possible, proposez aux participants handicapés de venir avec leur matériel personnel. Nombre d'entre eux apprécieront cette option, car ils sont plus confortables avec

leur propre matériel. Une personne malvoyante, par exemple, peut utiliser un logiciel de lecture à l'écran sur son ordinateur ; une personne souffrant de lésions dues à des mouvements répétitifs peut avoir un clavier adapté ou des repose-poignets spéciaux.

Si vous utilisez des logiciels spécifiques au cours des ateliers, fournissez-en à l'avance une copie aux participants handicapés, si nécessaire, afin de vérifier la compatibilité du logiciel avec toute technologie d'assistance. Cela permettra également au participant de se familiariser avec ce nouveau logiciel.

Planification de l'assistance pendant l'événement

Signalisation

Si vous (ou le gestionnaire du lieu) fournissez une signalisation, veillez à ce qu'elle soit :

- Imprimée visiblement en lettres noires sur fond clair: gros caractères, police sans empattement, majuscules initiales et texte en minuscule. Évitez les mots tout en majuscules.
- Affichée à une hauteur à laquelle peuvent lire les personnes en fauteuil roulant (1,40-1,70m)
- Veillez à ce que le personnel soit sensibilisé aux questions d'égalité des handicaps et à la façon de se présenter et d'accueillir les participants handicapés.

Si vous êtes au courant de besoins spécifiques de certains participants ou intervenants, informez le personnel d'accueil des services supplémentaires qu'il devra proposer (veillez par exemple, à ce que les interprètes soient présentés aux participants nécessitant une interprétation en langue des signes).

Il peut être nécessaire de produire des dossiers d'information en formats alternatifs. Si ceux-ci sont distribués à l'accueil, vérifiez que vous disposez d'un système adéquat pour identifier les destinataires de ces dossiers.

Assurez-vous de faire imprimer les badges nominatifs dans une police de taille 18 minimum, de préférence en caractère gras.

Places assises

Quel que soit le type de sièges proposé, vérifiez qu'il y ait un choix d'emplacement et un espace suffisant dans les allées et entre les rangées pour les fauteuils roulants, le guidage des personnes malvoyantes, etc. Cet aspect doit être pris en compte pour tous les ateliers, les salles de repos et de restauration.

Premiers secours et assistance médicale

Si quelqu'un a des besoins médicaux spécifiques, soyez certain de les connaître et de prendre les mesures appropriées. Prévoyez par exemple des lieux de stockage pour les médicaments sur ordonnance (insuline par exemple) ou mettez à disposition du personnel formé pour intervenir en cas de crise d'épilepsie d'un participant.

Aires de rafraîchissements

Vérifiez que l'aménagement est compatible avec des fauteuils roulants et qu'il y a suffisamment

d'aires accessibles pour garantir une équité de service.

Dans la mesure du possible, utilisez des tables et des chaises mobiles et veillez à ce que l'espace entre les sièges soit suffisant. Sachez que des chaises fixées à des tables peuvent poser problème à de nombreuses personnes.

Soyez certain que tous les participants se voient proposer toute une gamme de rafraîchissements, dans un lieu accessible et sur des tables d'une hauteur appropriée.

Vérifiez que les menus soient disponibles dans des formats alternatifs ou qu'une assistance soit disponible pour expliquer les différentes options.

Nourriture et boissons

La nourriture doit être « accessible ». Par exemple, un buffet proposant des aliments taillés en bouchées permettra à tout le monde de se restaurer sans l'aide de couverts ou d'assiette.

Prévoyez une assistance pour ceux qui la demande. Ceci est particulièrement important pour les buffets et les rafraîchissements en libre-service.

La technologie web au service d'un événement

Respecter les directives

Afin de garantir que le matériel présenté sur le web est aussi inclusif que possible, il est conseillé de se reposer sur des directives bien établies.

TechDis (www.techdis.ac.uk) peut fournir des conseils sur le choix de principes directeurs, mais il est conseillé que les sites web utilisés pour soutenir un événement se conforment aux Directives d'accessibilité du contenu web (WCAG, à retrouver sur le site www.w3c.org/wai). Pour commencer, les développeurs web devraient s'efforcer d'atteindre un niveau de conformité « Double-A » aux directives WCAG 1.0. Toutefois, ils devraient également surveiller le statut des nouvelles directives, qu'ils trouveront sur le même site.

Assurez-vous que tous les formulaires en ligne à remplir par les participants soient accessibles.

Sachez que les alternatives « texte seul » ne sont pas universellement accessibles. Un site bien conçu et qui suit les directives W3C discréditera, dans la plupart des cas, le besoin d'une version « texte seul ». Les développeurs doivent prendre en compte que le fait de proposer une version « texte seul » d'un site web comme « alternative accessible » peut créer des obstacles d'accessibilité pour certains utilisateurs. De longues pages de texte peuvent poser des difficultés de navigation aux utilisateurs de logiciel de lecture à l'écran, aux personnes qui ont du mal à traiter de grandes portions de texte et celles dont la langue maternelle n'est pas celle utilisée sur le site (lecteurs de langue des signes compris). Les générateurs automatiques de texte seul deviennent de plus en plus courants. Toutefois, ils peuvent poser des difficultés de navigation aux utilisateurs de logiciels vocaux et aux personnes souffrant de dyslexie ou d'autres troubles de traitement cognitif.

Politique d'accessibilité et tests d'utilisateurs

Lors de l'utilisation de technologies web dans le cadre d'un événement, il est essentiel que l'utilisateur handicapé FIN DE LA PHRASE????

Il est recommandé de développer une politique d'accessibilité. Invitez les utilisateurs handicapés à tester le site web et à commenter leur expérience. En outre, soyez prêt à modifier votre site afin de fournir l'information aux utilisateurs appropriés, dans différents formats.

Contact

- Les coordonnées de la personne à contacter doivent être mises en évidence sur le site web de l'événement afin que toute personne ayant des difficultés à accéder à l'information puisse demander de l'aide.

Module 5: Inclusion et participation égalitaire des femmes/jeunes filles et des migrants (VIDC - Autriche)

I. Pourquoi aborder ce sujet?

Contexte

Même si les formes ouvertes de discrimination ont diminué sur les terrains de sports européens ces dix dernières années, le racisme, l'homophobie, le sexisme et l'extrémisme de droite n'ont pas disparu – ni dans le sport de haut niveau, ni dans le sport amateur. Cette situation rend plus difficile la participation sportive de certains groupes sociaux et constitue un problème majeur du point de vue des droits humains, car chacun a le droit de participer tout en préservant son intégrité et sa dignité.

Dans de nombreux domaines de la société, la diversité est aujourd'hui une réalité perçue comme positive et gratifiante. Le sport, surtout, a le potentiel d'un effet égalisateur et unificateur: chacun peut, en théorie – et indépendamment de son genre, son origine, sa religion, sa classe sociale, son âge ou son orientation sexuelle – participer à un sport de manière active ou passive.

Toutefois, dans de nombreux cas, le « sport pour tous » reste un objectif irréalisable, du fait de préjugés et d'attitudes stéréotypées et négatives envers certains groupes – communautés de migrants, LGBTIQ, femmes et jeunes filles. Ces attitudes conduisent à une inégalité de traitement, à la discrimination ou à l'exclusion à tous les niveaux: en tant qu'athlètes, coachs, officiels, décisionnaires, supporteurs ou journalistes sportifs, certaines personnes sont traitées différemment et leur accès au sport est rendu plus difficile.

Si l'on considère la société dans son ensemble, les femmes et les jeunes filles – et en particulier les migrantes et les femmes issues de minorités ethniques – font partie des groupes les plus exclus et les plus vulnérables d'Europe. Elles sont confrontées à une double discrimination, en tant que femmes et migrantes n'appartenant pas à la soi-disant « majorité ». Cette formation a été conçue pour aider les clubs et les responsables de l'organisation à améliorer l'égalité de participation des femmes et des jeunes filles, ainsi que celle des groupes de migrants et de minorités, à la fois dans leur culture quotidienne de club et lors de l'organisation d'événements sportifs.

En tant que composante importante de la société, le sport offre des possibilités d'intégration sociale, et tout comme dans l'ensemble de la société, l'exclusion sociale peut se produire dans le sport. Que sa manifestation soit intentionnelle ou non, l'impact sur la participation, et sur le sport, peut être énorme. Le sport offre la possibilité de rester physiquement actif, de socialiser (si c'est ce que vous recherchez), d'améliorer sa santé mentale et son bien-être, d'apprendre et

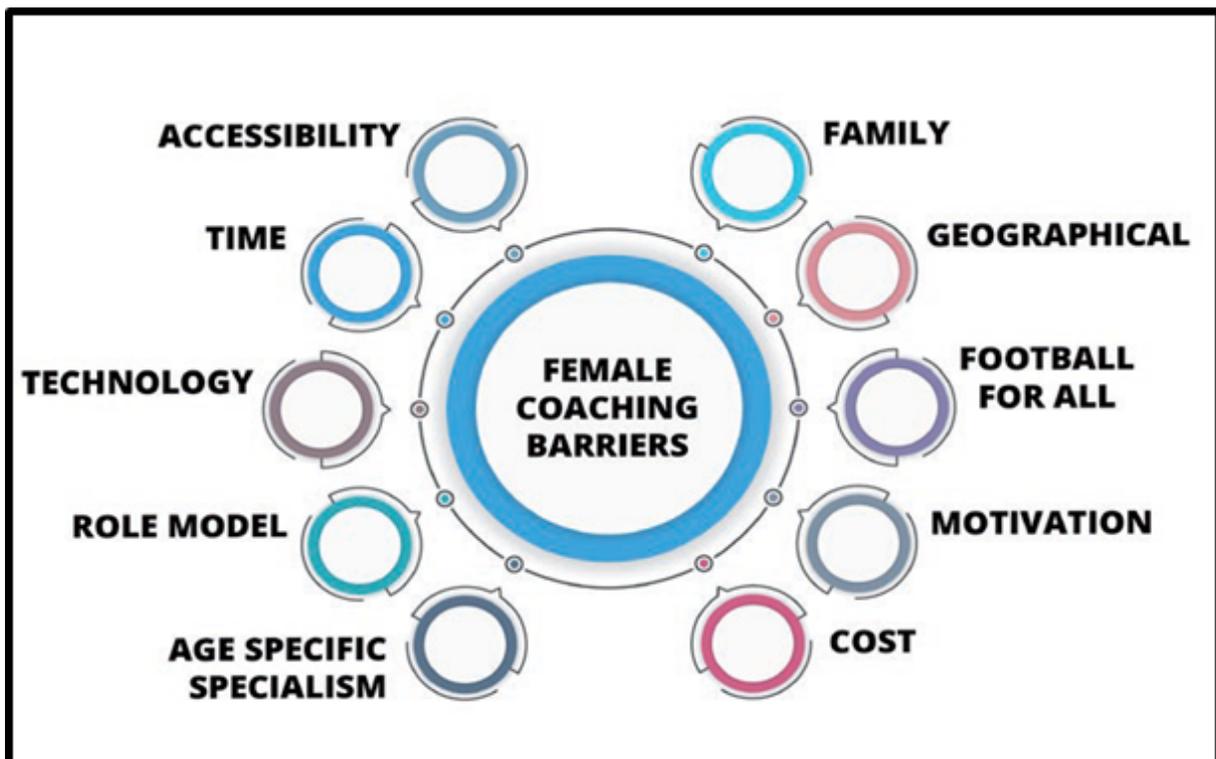
d'améliorer ses compétences... et bien d'autres avantages psycho-sociaux et physiologiques.

Malgré cela, pour les groupes marginalisés comme les femmes, les migrants, les minorités et les réfugiés, la pleine réalisation de ces avantages est en retard sur celles des hommes de la culture dominante.

Une formation sur l'inclusion sociale, la non-discrimination et une participation égale des femmes et des jeunes filles devrait s'articuler en deux parties:

1. Comprendre les obstacles et les statu quo

En Europe, la diversité dans le sport de masse et les événements sportifs, ainsi que la suppression des obstacles demeurent une tâche majeure, dans le sport organisé (clubs, associations...) mais également dans les initiatives (informelles) ou les groupes de loisirs (par exemple, les activités sportives dans les espaces publics, les parcs, les initiatives sociales, etc.). Selon une étude Statistics Austria (2018), seules 14% des personnes issues de l'immigration, dont 19% d'hommes et 8% de femmes, sont membres d'un club sportif autrichien. Dans la population majorité, le chiffre passe à 31% pour les hommes et 18% pour les femmes. Afin d'augmenter ces chiffres, il convient de faire tomber les barrières et augmenter la participation des groupes de population sous-représentés.



2. Stratégies pour accroître la participation de tous

La sensibilisation par le biais de campagnes et de travaux éducatifs, d'échanges internationaux et d'études, ainsi que l'autonomisation, le réseautage et les conseils aux minorités, les initiatives proactives et les clubs et associations sportives sont encore aujourd'hui les méthodes centrales. Fair Play travaille en collaboration avec les parties prenantes concernées dans les domaines du sport et de la non-discrimination. La vision à long-terme de l'initiative Fair Play est de créer une culture sportive exempte de discrimination et d'exclusion.

Les différents acteurs du sport doivent être encouragés et habilités à œuvrer pour la diversité et contre la discrimination dans leur sphère d'influence.

Les institutions sportives européennes actuelles soulignent clairement le caractère inclusif du sport, du moins à un niveau verbal. L'engagement en faveur d'un combat commun contre le racisme et l'homophobie, d'événements sportifs majeurs plus durables et de projets pour l'égalité dans le sport est particulièrement positif. La création d'un réseau de promoteurs de l'intégration dans les clubs sportifs est également un projet important. L'engagement en faveur du fair-play y contribue grâce à des activités et des mesures en matière de diversité et d'inclusion dans le sport.

Le « Livre blanc sur le sport » de la Commission européenne (2007) souligne le potentiel du sport en matière de cohésion sociale, la solidarité et l'intégration et l'inclusion des migrants et autres minorités – mais en fait de tous les citoyens, indépendamment de leur genre, de leur origine ethnique, leur âge, leur handicap, religion et croyances, orientation sexuelle ou origine sociale ou économique.

Selon la loi fédérale sur la Promotion du Sport (BSFF 2017 § 2 (1)), il appartient à la promotion du sport de favoriser, entre autres, « l'intégration sociale des personnes issues de l'immigration par le sport » ainsi que « la mise à disposition d'offres spécifiques à l'attention de personnes qui ne sont pas physiquement actives ».

L'article 112 du règlement de l'administration juridique de la Fédération autrichienne de football (ÖFB) régit la question de discrimination. Il définit, d'une part, les sanctions pour les joueurs, les coachs et les clubs ; il prévoit, d'autre part, que ces sanctions puissent être combinées avec des mesures spécifiquement adaptées pour contrer les comportements discriminatoires (§ 112 (5)).

II. Conseils pratiques / Check-lists

Il est dans l'intérêt du sport (organisé) de s'attaquer aux questions de non-discrimination et de diversité. D'une part, il est possible de gagner de nouveaux groupes-cibles et d'utiliser tout le potentiel sportif et social du sport ; et, d'autre part, il est également important s'assumer une responsabilité sociale: dans le sport, chacun a le droit d'être traité avec respect, tout en conservant son intégrité.

Les responsables de l'organisation d'événements, les clubs et les associations peuvent agir à tous les niveaux et contribuer à réduire la discrimination dans le sport, par exemple:

Niveau 1: Inviter et approcher directement les groupes marginalisés

- CRÉER DES OFFRES ET DES ÉVÉNEMENTS À DESTINATION DES JEUNES FILLES ET DES GROUPES MARGINALISÉS

Contexte/Obstacles: Le manque d'offres est la principale raison pour laquelle il y a peu de jeunes filles dans les clubs de football. Il existe peu de clubs et d'équipes féminines et, là où les jeunes filles pourraient théoriquement jouer, cela est rarement clairement mis en avant. Beaucoup de jeunes filles jouent d'abord au volley,

au hand-ball ou au basket... alors qu'elles auraient toujours voulu jouer au football.

- INVITER EXPLICITEMENT LES GROUPES MARGINALISÉS (par ex: prospectus, photos...)
Contexte/Obstacles: souvent, les jeunes filles et les personnes de couleur ont le sentiment que les associations – et leur matériel d'information – ne s'intéressent pas à eux. Ils ne sont même pas sûrs d'être les bienvenus.
- CRÉER DES ESPACES SÛRS et ORGANISER DES ÉVÉNEMENTS/SESSIONS POUR INVITER LES JEUNES FILLES (migrantes)
Contexte/Obstacles: dès leur plus jeune âge, les jeunes filles sont moins encouragées à faire du sport, passent moins de temps à pratiquer une activité physique et ont proportionnellement moins confiance en elles lorsqu'elles intègrent un club pour la première fois. En même temps, elles voient souvent dans l'espace publics et sur les terrains de football des garçons qui jouent au football. Par conséquent, il serait utile pour de nombreuses jeunes filles de s'essayer au football dans un espace protégé.
- VIVRE LA DIVERSITÉ DANS TOUS LES DOMAINES
Contexte/Obstacles: tous les êtres humains sont riches de parcours et d'expériences diverses, en raison de leur origine (sociale), de leur sexualité, leur identité de genre, la couleur de leur peau, leur religion, leurs (dis)capacités, etc. La diversité et l'inclusion impliquent une approche intersectionnelle tenant compte de toutes ces différences.

Niveau 2: Communication (organisations ombrelles, ligues professionnelles et clubs)

- UNE COMMUNICATION CLAIRE SUR LE POSITIONNEMENT CONTRE LA DISCRIMINATION: en interne (paragraphe consacré à la non-discrimination dans les documents de type polices et statuts) et en externe (visibilité sur tous les médias, sites web, supports imprimés, réseaux sociaux etc. ; et dans les installations sportives: bannières et règlement des stades ou des salles).
- COHÉRENCE DES APPROCHES ET DES INTERVENTIONS EN CAS D'INCIDENTS DISCRIMINATOIRES: consignes, procédures, personnes à contacter par les personnes discriminées par l'association/la ligue, ou pour toute question liée à ce sujet.
LANGAGE NON-DISCRIMINATOIRE
- Contexte/Obstacles: l'effet de la langue ne doit pas être sous-estimé. Il contribue dans une large mesure à ce que nous nous sentions à l'aise et respectés ou non. Le respect est ici au cœur du sujet.
- CULTURE D'UNE CONVERSATION ET D'UNE DISCUSSION DÉMOCRATIQUES AU COURS DE L'ÉVÉNEMENT

Niveau 3: campagne (associations, avec le soutien des organisations ombrelles et professionnelles)

- Affichage et bannières portant des messages inclusifs
- Organisation de manifestations dans le cadre d'événements spécifiques pour

démultiplier l'impact. Par exemple: la Journée mondiale des réfugiés ; la Journée des femmes, les semaines d'action pour le fair-play, la Semaine européenne du sport...

- Mise en œuvre d'un concept dépassant les événements sportifs: campagne médiatique, etc.
- BRISER LES STÉRÉOTYPES

Contexte/Obstacles: les stéréotypes par rapport, par exemple, à l'apparence physique que devraient adopter les jeunes filles et les garçons, ou sur le fait qu'une fille « ça ne joue pas au foot » persistent – chez les parents, les joueurs et les clubs. Il est donc nécessaire d'agir en produisant d'autres images.

Niveau 4: des modèles d'identification pour donner une visibilité aux groupes marginalisés et aux femmes/aux jeunes filles.

- TÉMOIGNAGES ET MODÈLES D'IDENTIFICATION: des joueurs et officiels/coachs qui soutiennent la diversité en amont de l'événement et y invitent un public issu de la diversité.
- DONNER UNE VISIBILITÉ AUX ATHLÈTES QUEER, MIGRANTS... (en interne et en externe) (par exemple, des photos dans le clubhouse, les vestiaires, etc.)

Contexte/Obstacles: « Je me sens bien accueilli là où je me vois de manière positive ». Cela ne concerne pas uniquement les sites web et les réseaux sociaux, où les jeunes filles et les femmes du club sont visibles et présentées sur un pied d'égalité, traitées comme les garçons et les hommes. Il faut aussi penser à la visibilité « sur place »: les jeunes filles peuvent être contrariées et ne pas se sentir prises au sérieux si leurs photos ne sont pas accrochées sur les murs du clubhouse ou de la cantine (même si elles n'obtiennent pas les mêmes succès quantifiables que les garçons).

Niveau 5: Éducation et sensibilisation à la non-discrimination et à l'inclusion (organisations ombrelles et professionnelles ; ligues et clubs)

- ACTIVITÉS SOCIALES ET ATELIERS D'INCLUSION ET DE NON-DISCRIMINATION dans le cadre de l'événement | Durée: 2 à 3 heures | Public ciblé: enfants et jeunes de 10 à 20 ans.
- FORMATION INCLUSION / NON-DISCRIMINATION POUR TOUS LES COACHS ET LE STAFF de l'événement | Durée: 1h30 | Public ciblé: athlètes/ coachs/ officiels/ arbitres
- DES RESPONSABLES DE LA SENSIBILISATION PRÉSENTS À L'ÉVÉNEMENT
Contexte/Obstacles: la présence de personnes que l'on peut contacter, et en qui l'on peut avoir confiance si l'on a besoin d'aide est nécessaire, car la discrimination et l'abus commencent souvent par de petites choses. La vie d'une association est alors beaucoup plus facile: quand un problème est identifié tôt et immédiatement, il peut être solutionné avant de devenir plus important et – éventuellement – plus difficile à résoudre. Cela donne un sentiment de sécurité et suscite la confiance envers le club.

Niveau 6: infrastructure

- DES LIEUX SÛRS ET DÉDIÉS POUR LES JEUNES FILLES (par exemple, un vestiaire filles pérenne)

Contexte/Obstacles: Essentiellement dans les lieux où les garçons et les hommes avaient auparavant un casier personnel. Pourquoi ménager de l'espace pour les jeunes filles? Tout d'abord parce que l'égalité de genre signifie qu'elles aussi doivent jouir d'un espace dédié ; ensuite parce qu'un tel espace sera un lieu sûr où elles se retrouveront entre elles et pourront se soutenir mutuellement. Ce besoin est justifié et est une question de respect.

- **MÊME NOMBRE D'HEURES D'ENTRAÎNEMENT ET DE MATCH POUR LES JEUNES FILLES ET LES GROUPES MARGINALISÉS**

Contexte/Obstacles: souvent, les équipes féminines ne bénéficient pas du même nombre d'heures d'entraînement que les garçons et les hommes. Les joueurs et les joueuses rapportent que les filles ne s'entraînent que deux fois par semaine pendant une heure, quand les équipes masculines disposent de davantage de créneaux d'entraînement, à des horaires plus pratiques. Cela donne aux jeunes filles le sentiment d'être moins valorisées. Idéalement, les séances d'entraînements et les matchs devraient se faire séparément, mais aux mêmes horaires, afin de favoriser l'interaction et les échanges. La qualité du court/terrain sur lequel se pratique le sport doit être la même chez les filles et les garçons. En cas de différence entre les installations sportives (surface du terrain, visibilité et accessibilité pour le public...), les clubs ont tendance à programmer les matchs des garçons sur les meilleurs terrains. De la même façon, il faut cesser de programmer les matchs féminins à des horaires peu pratiques afin que le public vienne assister à la rencontre.

- **COACHS FEMMES et ISSUS DES MINORITÉS et PERSONNES DE CONFIANCE**

Contexte/Obstacles: en général, lorsqu'il s'agit de mineurs, il est nécessaire – pour les stages d'entraînement ou les matchs à l'extérieur, mais aussi au sein de l'équipe de coaches – qu'une personne de confiance du même genre soit systématiquement présente. Les jeunes filles ont le droit de discuter de leurs problèmes avec des adultes du même genre qu'elles. C'est une question de bien-être et d'accompagnement, mais aussi une question fondamentale de sécurité et de protection contre la violence.

Module 6: Durabilité (VIDC - Autriche)

I. Pourquoi aborder ce sujet?

Contexte

Le thème de l'impact environnemental des manifestations sportives est encore loin d'être abordé d'une façon systémique et organisée. Les difficultés posées par la mise en place de contre-mesures plus systématiques et efficaces en matière d'environnement, malgré la prise de conscience générale, sont essentiellement d'ordre économique. Il est clair qu'il faut encore s'améliorer et cette partie suggère quelques pistes à suivre.

Les clubs sportifs sont des lieux où de nombreuses personnes se côtoient et échangent des idées. Les clubs et les différents types de manifestations sportives ont un potentiel pour diffuser des messages positifs et puissants à un large public, et ainsi contribuer à une plus grande durabilité telle que définie par les Objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies (ONU).

Les clubs et les manifestations sportives partagent une responsabilité majeure et peuvent donner un exemple positif pour les défis de la durabilité, par des approches proactives de la protection de l'environnement et du climat, ainsi que de la justice sociale.

Les qualités d'union et de positivité du sport contribuent déjà en partie aux ODD, mais les clubs pourraient faire davantage pour accroître la durabilité de leurs activités quotidiennes et les événements qu'ils organisent, en prenant des mesures volontaires dans des domaines allant du transport entre les séances d'entraînement et les matchs, à des trophées durables, en passant par l'accessibilité. Mais comment le sport peut-il vraiment fonctionner de façon plus efficace et durable?

OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



Les formations proposées aux clubs sportifs par l'Initiative Fair-play ont pour objectif d'aider à rendre la vie du club et des manifestations sportives plus durables, afin que toutes activités soient en harmonie avec l'environnement et socialement durables et qu'elles contribuent activement à la concrétisation des ODD.

La durabilité, qu'est-ce que c'est?

En Autriche, nous visons bien au-dessus de nos moyens. D'un point de vue mondial, nous avons besoin d'un développement plus durable. La durabilité signifie utiliser nos ressources de manière efficace. Aujourd'hui, les individus ne devraient pas vivre aux dépens de gens d'autres régions du monde et des générations futures. La durabilité touche tous les domaines de notre quotidien et de notre économie ; c'est une tâche qui revient à l'ensemble de la société. Elle exige un développement sociétal écologiquement viable ; socialement équitable et économiquement efficace. La durabilité doit avoir une valeur « pérenne » et contribuer positivement aux 17 objectifs figurant plus haut.

Une formation sur la durabilité devrait couvrir les sujets suivants:

- Comment réduire l'impact sur l'environnement lors de l'organisation de manifestations sportives? (Par exemple, avoir la possibilité d'accéder à la technologie de tri de l'énergie et des déchets)
- Réduire le gaspillage alimentaire, penser au recyclage des matériaux (par exemple, les balles de golf et de tennis), comment économiser les ressources (par exemple, l'eau pour les courts de tennis en terre battue).
- Logistique de la manifestation: utiliser les équipements existants
- Contacter les réseaux d'experts en écoresponsabilité et durabilité
- Pérennité du projet dans le temps

II. Conseils pratiques / Check-lists

Dans quels domaines accroître notre durabilité lorsque nous organisons une manifestation sportive?

Les clubs sportifs disposent de nombreuses options pour adapter leurs activités afin de les rendre durables. Pour faire connaître ces options le plus explicitement possible, elles ont été divisées entre activités quotidiennes et manifestations sportives (avec quelques chevauchements, naturellement). Chaque mesure est suivie du numéro de l'une des 17 ODD auxquelles elles se rapportent.

MANIFESTATIONS SPORTIVES

Au regard des préoccupations relatives à l'impact environnemental ou l'injustice sociale, les clubs sportifs ont tendance à se concentrer davantage sur les grandes manifestations. Pourtant, les manifestations sportives de petite et moyenne envergure jouent un rôle tout aussi important, sinon plus, car elles sont plus fréquentes et ont un impact plus large.

Vous trouverez ci-dessous quelques considérations visant à améliorer la durabilité des manifestations sportives en termes d'activités, de restauration, d'hébergement et de durabilité sociale.

1# Activités liées aux manifestations sportives

- Offrir aux visiteurs des options de recyclage indiquées clairement (ODD 6, 13)
- Réutiliser et/ou recycler les biens et fournitures utilisés pendant l'événement ; enregistrer et surveiller le volume global et la proportion des déchets non-triés produits (ODD 6, 12, 13)
- Adapter les trophées, les sacs offerts aux inscrits/finishers, les dossards, les rubans de ligne d'arrivée en les remplaçant par des articles autoproduits ou produits de manière équitable, et d'une valeur utilitaire (par exemple, remettre des plantes en pots durables au lieu de bouquets de fleurs) (ODD 12)
- Cadeaux limités (et durables/éthiques) ou supprimés (ODD 12, 13)
- Goodies et vêtements promotionnels pérennes (l'année n'y figure pas) (ODD 12, 13)
- Favoriser les entreprises locales et les fournitures d'occasion, et louer, partager ou réutiliser autant que possible (ODD 8, 12)
- Utiliser des pétales de fleurs ou des confettis en papier biodégradable au lieu de confettis en plastique (ODD 12, 13)
- Préférer les spectacles laser plutôt que les feux d'artifice (ODD 13)
- Des machines à bulles à la place des ballons (ODD 12, 13)
- Des générateurs de brouillard à base d'eau au lieu des générateurs de brouillard classiques (ODD 13, 15)
- Plus le lieu devient sale, plus les visiteurs seront susceptibles de laisser des déchets derrière eux: garder le lieu aussi propre que possible pour éviter ce cercle vicieux (ODD 6, 13, 15)
- Profiter de la cérémonie d'ouverture pour diffuser des messages à caractère social (ODD 1, 3,4, 5, 8, 10, 16)
- Maintenir le volume dans les limites des directives officielles (un volume excessif affecte non seulement les personnes, mais également les représentants de la faune) (ODD 15)

2# Restauration

- S'assurer qu'un système de gestion du tri et du recyclage des déchets est prévu (ODD 6, 13)
- Servir tous les aliments dans de la vaisselle réutilisable ou compostable, éviter le plastique et le jetable (ODD 12, 13)
- Éviter les bouteilles et les canettes plastiques et jetables (prévoir un système de consigne) (ODD 12, 13)
- Proposer de l'eau du robinet à boire (ODD 6, 13)



- Proposer des boissons et des aliments régionaux, de saison et bio, en veillant particulièrement à garantir l'origine durable de la viande et du poisson. Proposer des options véganes et végétariennes (ODD 12, 13, 15)
- Restauration autoproduite (ODD 3, 12)
- Calculer au plus près les besoins alimentaires afin de réduire les déchets et les coûts. Donner les restes de nourriture ou les éliminer de manière durable, éviter le gaspillage alimentaire inutile (distribuer la nourriture ou la donner à une banque alimentaire) (ODD 12)
- Dans la mesure du possible, répondre aux besoins alimentaires spéciaux (ODD 3, 10)
- Éviter les emballages en portion individuelle (par exemple, le ketchup) (ODD 12, 13)



3# Hébergement

- Choisir des options d'hébergement certifiées respectueuses de l'environnement. Les clubs pourraient établir des partenariats avec des fournisseurs d'hébergements respectueux de l'environnement, en offrant par exemple des réductions exclusives aux participants et aux visiteurs (ODD 13)
- Choisir des hébergements facilement accessibles à pied, à vélo ou par les transports publics (ODD 13)
- Choisir et recommander des hébergements accessibles (ODD 3, 10)

4# Transport

- Lors des manifestations sportives, la majorité des émissions carbone provient des transports, utilisés notamment par les spectateurs étrangers (plus de 80% des émissions)
- Encourager l'utilisation des transports publics et des véhicules propres (vélo, voiture électrique). Par exemple, offrir une réduction aux personnes en mesure de prouver qu'elles sont venues en transport public.
- Afin de réduire les émissions liées au transport, il peut être nécessaire de réfléchir à l'envergure maximale de la manifestation. Si le nombre de spectateurs étrangers est limité, cela pourrait réduire drastiquement les émissions.

5# Durabilité sociale

- Planifier et mettre en œuvre des événements accessibles et dénués d'obstacles (toutes les options d'accessibilités disponibles sur le site web et via la réservation en ligne) (ODD 3, 5, 10)
- Fair-play et responsabilité pédagogique à orientation sociale, c'est-à-dire la responsabilité pour un match réussi et pour les coéquipiers et les adversaires (VP: JE TRADUIS MOT À MOT JE NE COMPRENDS PAS L'IDÉE, DÉSOLÉE) (ODD 3, 4, 5, 7, 8, 10, 12, 13)
- Faire appel à un personnel de sécurité spécialement formé (c'est-à-dire sensibilisé aux questions LGBTQI+, antiracisme, etc.) (ODD 5, 10)
- Proposer des offres sur mesure, par exemple pour les seniors, les étudiants, les familles (ODD 3, 10)
- Veiller à des conditions d'emploi et de sécurité décentes pour l'ensemble des participants, y compris les sous-traitants, les bénévoles et les concurrents.
- Proposer au public des séances d'essai afin qu'il puisse s'essayer au sport concerné (ODD 3, 5, 10)
- Viser la diversité et UN rapport équilibré hommes-femmes chez les concurrents, les spectateurs, les membres des équipes, les bénévoles, les arbitres, les remetants de prix, les artistes, etc. (ODD 5, 10)
- Prendre en considération les riverains dont l'environnement est susceptible d'être affecté par la manifestation sportive: engager le dialogue afin de déterminer, par exemple, le moment optimal pour programmer l'événement, afin d'éviter les impacts négatifs sur la communauté (ODD 11, 15, 17)

III. Exemples

Success stories et exemples d'initiatives: <https://www.green-champions.de/index.php?id=26&L=1>

RESSOURCES

Sources

- Eugene Cascades & Coast Sports; Council for Responsible Sport. (n.d.). Responsible Sports Events 1-2-3. Simple steps to producing a more environmentally friendly and socially conscious sports event.
- Forest Green Rovers Football Club. (n.d.). Another Way.
- Green Events Austria Network. (2020). Nachhaltig zum Green Event. [Sustainably towards Green Events].
- Hugaerts, I.; Scheerder, J.; Helsen, K.; Corthouts, J.; Thibaut, E.; Könecke, T. (2021). Sustainability in Participatory Sports Events: The Development of a Research Instrument and Empirical Insights. *Sustainability*, 13, 2-16.
- LandesSportBund Niedersachsen e.V. (2020). Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit in Sportvereinen [Measures to improve sustainability in sports clubs].
- Nachhaltiger-Sport.at. (n.d.). Sport und die UN-Nachhaltigkeitsziele (SDGs) [Sport and the UN Sustainable Development Goals].
- Österreichisches Umweltzeichen [The Austrian Eco-label]. (2020). Ecolabel Guideline Uz 62. Green Meetings and Green Events.
- Österreichisches Umweltzeichen [The Austrian Eco-label]. (n.d.). Sustainable Sport.
- Swedish Sports Confederation. (2020). Aspects of Sustainability – that Inspire.

Informations supplémentaires

- Self-tests for clubs to assess current sustainability as well as success stories: <https://www.nachhaltiger-sport.at/en/>
- Poster ideas to download: <https://vereinshelden.org/engagieren/sdgs-im-sport/>

Sites web et articles

1. Leadership

<https://www.diversity-management.it/2016/04/22/le-donne-sono-orientate-alla-leadership/>

<https://stepupequality.geacoop.org/>

<https://www.kornferry.com/seachresult?query=women+in+leadeship+position>

<https://www.coach-you.co.uk/leadership-style-assessment/>

2. Inclusion des migrants et, en particulier, des femmes et des jeunes filles migrantes/issues des minorités:

<https://www.fairplay.or.at/projekte/ausstellung-invisible/> (fair play exhibition “[in]visible – minority and migrant women in sport”)

sportinclusion.net/fileadmin/mediapool/pdf/spin/SPIN-Equal_access_migrant_women_in_sports_Camino_2020.pdf (SPIN Women: Equal Access and Participation of Migrant Women and Girls in Sports. A Study Report by Camino, 2020)

sportinclusion.net/fileadmin/mediapool/pdf/spin/2021-05_SPIN-Women_Action_Research-web.pdf (SPIN Women: Action research for inclusion: migrant women and girls in sports, published by Camino, 2021)

camino-werkstatt.limequery.com/54769?lang=de (Self-assessment tool for associations to assess how inclusive they are towards migrants)

3. Homophobie

www.fairplay.or.at/fileadmin/Bibliothek/Fairplay/download/Antidiskriminierung/Broschuere_Fussball-f-Vielfalt.pdf (Football for Diversity brochure, published by the fairplay initiative, ÖFB + Austrian Football Bundesliga, 2014)

www.fussballfueralle.at (Ombudsman for discrimination with a homophobic background and based on the sexuality of those affected)

www.out-sport.eu/wp-content/uploads/2019/11/OUTSPORT-Report-Relevance-of-SO-GI-in-Sport-in-Europe_corrected-version-September-2019.pdf (Download study on homophobia in sport as part of the Erasmus+ project Outsports, 2019)

www.bmkoef.gv.at/dam/jcr:797d0dd6-0fd4-4871-8869-b72335b0f007/1_Abschlussbericht_Homophobie-Studie_fairplay_Juni2021.pdf (Download fair play study on homophobia in Austrian sport, 2016)

4. Sexisme / participation des jeunes filles

www.fairplay.or.at/projekte/let-the-girls-play

www.fairplay.or.at/projekte/spin-women

<https://www.vu.edu.au/about-vu/news-events/media-releases/gender-equality-in-sport-needs-to-start-at-the-clubhouse>

5. Réseaux européens

SPIN network: <https://sportinclusion.net>

FARE network: www.farenet.org

EWSE

EMPOWERING WOMEN
FOR SPORT EVENTS IN EUROPE



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.