

EWSE

EMPOWERING WOMEN
FOR SPORT EVENTS IN EUROPE



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

RAPPORTS DE SYNTHÈSE PAR PAYS - RÉSUMÉ

MARS 2022



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.

La situation actuelle des festivals et événements de sport féminin en Europe

Les résultats de notre enquête sur l'état de l'art actuel dans les événements sportifs en Europe ont mis en évidence un environnement global sexiste et dominé par les hommes lorsqu'il s'agit de grands événements sportifs. Si l'on constate une plus grande liberté sur l'organisation concernant les événements sportifs "mineurs" où la volonté d'organisateur unique intéressés à créer quelque chose de différent, lorsqu'il s'agit des sports les plus populaires et non des événements sportifs locaux (c'est-à-dire de dimension nationale), une lutte générale pour atteindre l'impact désiré en termes d'audience, de visibilité et d'investissement a clairement émergé.

La plupart des participants à l'analyse, interrogés sur leur opinion et leur expérience en matière d'égalité des chances entre les hommes et les femmes dans le cadre d'événements sportifs, que ce soit en tant que compétiteur, bénévole et/ou organisateur, ont souligné le fossé qui subsiste dans le secteur des événements sportifs. Comme l'a dit Caroline, une athlète irlandaise de paratriathlon interrogée par l'IWA : "...j'aimerais dire oui, mais je ne crois pas. (...) en général, les filles s'éloignent du sport. La prochaine fois qu'elles s'impliqueront, ce sera probablement lorsque leurs enfants feront du sport". Par conséquent, il est plus probable que les garçons et les hommes restent impliqués dans le système sportif, car les taux d'abandon concernant la pratique sont beaucoup moins importants que ceux des filles et que par conséquent, ils conservent des liens avec les événements et d'autres aspects organisationnels et de gestion associés au sport.

La perception selon laquelle l'investissement dans les événements sportifs féminins représente un risque plutôt qu'une opportunité est encore très répandue parmi les médias et les sponsors. La Coupe du monde de football féminin 2019 a été souvent mentionnée et représente clairement une étape importante dans les événements sportifs féminins, montrant qu'il est possible d'atteindre un impact plus important et des niveaux professionnels élevés dans le secteur du sport féminin lorsqu'il s'agit d'événements sportifs. Cependant, il est clair que cela n'a pas suffi à provoquer un véritable changement dans le montant des subventions et la capacité d'attirer les investissements. Les difficultés rencontrées pour attirer les sponsors et les médias lors de l'organisation d'un Tour de France féminin sont apparues au cours du groupe de discussion organisé par la Fondation Alice Milliat, dressant un tableau clair de l'état actuel des choses.

Recommandations

Sous-représentation des femmes dans les instances dirigeantes du sport

Le principal facteur pour remédier à l'inégalité de la représentation des sexes dans les instances dirigeantes du sport est la visibilité. Tous·tes les participant·e·s à l'analyse ont mentionné des actions et des initiatives visant à accroître la visibilité des femmes dans les rôles de direction dans le sport afin de créer un changement positif vers l'égalité et d'inspirer de plus en plus de filles et de femmes à prendre en charge l'organisation d'événements sportifs.

La mise en place de formation relative au leadership des femmes dans le sport est apparue comme une demande et une recommandation de la part des participant·e·s. Cette demande a été importante chez les pays impliqués ayant le plus faible taux de femmes occupant des postes de direction dans le sport, comme l'Italie. Pour remédier à cela le coordinateur du projet, ASSIST, a lancé une école en ligne pour les femmes dirigeantes dans le sport, LEA, juste après avoir organisé le groupe de discussion EWSE où la nécessité d'augmenter le nombre de femmes dans le leadership sportif en offrant une formation et un mentorat aux jeunes filles et aux femmes est apparue comme une priorité.

Les quotas de genre, ainsi que les conséquences d'un manque d'égalité dans les demandes de fonds publics ont été mentionnés par plusieurs participants comme des incitants qui devraient être promus et soutenus par les autorités et les organismes publics du sport.

La plupart des représentant·e·s d'organisations sportives ont cité leurs propres exemples, convenant que l'instauration d'une culture d'égalité au sein de l'organisation sportive, ainsi que le fait d'être progressiste et inclusif parmi leur personnel, représentent un signe important qui pourrait favoriser un changement de de la base au sommet dans le leadership sportif. Comme exemples concrets, des mesures générales visant à promouvoir l'égalité entre les hommes et les femmes dans les organisations ont été évoquées, telles que le soutien au congé de maternité, la formation continue et l'amélioration des compétences, le travail intelligent et l'organisation flexible du travail.

Parvenir à une visibilité égale dans les médias

La représentation dans les médias est cruciale. Changer l'image des athlètes féminines, qui devraient être représentées comme puissantes, fortes, et non comme "moins" performantes ou "victimes" de discriminations, montrer les compétences plutôt que le genre sont quelques-unes des recommandations les plus courantes parmi les participant·e·s. Renforcer l'image des sports féminins pour qu'ils soient attrayants pour le public, atteindre un public plus large grâce

au monde numérique, avoir plus d'espace dans les programmes de la télévision et des médias aiderait à changer la perspective du sport féminin comme étant moins professionnel, ce qui est une pensée commune encore présente parmi les médias sportifs, les fans de sport et le public et, par conséquent, reflété pour les sponsors potentiels. Pour remédier au manque de couverture médiatique du sport féminin, certains participant·e·s ont évoqué la possibilité d'introduire des quotas obligatoires pour les radiodiffuseurs à travers l'Europe. Toutefois, cette proposition a suscité des réactions différentes, certains participant·e·s pensant qu'elle pourrait s'avérer irréalisable et même contre-productive pour atteindre l'égalité médiatique. De nombreux·euses participant·e·s ont souligné que pour que les événements sportifs soient couronnés de succès, ils doivent susciter l'enthousiasme. Chaque pays de l'UE possède au moins quelques noms d'athlètes féminines capables de galvaniser un large public et elles doivent être valorisées pour atteindre un public plus large. Cependant, si les organisations sportives respectives ne conçoivent pas une stratégie durable à long terme pour leurs événements féminins, l'intérêt du public risque de ne pas durer longtemps.

L'un des moyens de mettre en place une telle stratégie consiste à forger des partenariats avec les radiodiffuseurs et les médias au sens large afin de susciter l'enthousiasme et de donner de l'élan aux événements sportifs féminins. La narration et l'organisation de l'événement autour d'une "cause" est apparue comme un bon élément à garder à l'esprit lors de l'élaboration d'une stratégie de communication visant à accroître l'intérêt pour les médias sportifs, bien plus que pour les événements masculins. "Nous n'avons pas vendu un événement, nous avons vendu une histoire, une cause", a souligné l'un des dirigeants ayant participé au groupe de discussion français.

Les expert·e·s estiment que l'on pourrait y parvenir en modifiant la directive sur les services de médias audiovisuels afin de promouvoir une couverture plus large des événements sportifs, tant en termes de contenu que de genre, y compris non seulement la couverture en direct, mais aussi la couverture en différé, les programmes d'information générale et les reportages sur les événements sportifs (par exemple en employant davantage de commentatrices sportives féminines). Il est également suggéré que les nouvelles règles s'inspirent des articles existants visant à promouvoir les films européens, comme l'utilisation des nouveaux médias pour une plus grande exposition des événements sportifs féminins, ou l'encouragement des radiodiffuseurs à développer des stratégies pour la promotion des sports féminins. Enfin, l'UE pourrait fixer des objectifs et rendre compte des progrès accomplis.

Soulignant que "l'égalité est synonyme de visibilité", l'ancienne ministre britannique des sports, Mims Davies, a récemment appelé les grands radiodiffuseurs à accroître leur couverture des événements sportifs féminins et à veiller à ce qu'ils ne soient plus traités comme une "nouveau". Des réactions similaires ont été exprimées en France et en Espagne.

La campagne Ireland Sport 20x20, lancée par notre partenaire IWA et mentionnée par plusieurs participants irlandais, est apparue comme un exemple clair de bonnes pratiques dans ce domaine : la campagne 20x20 visait à créer un changement culturel dans notre perception des filles et des femmes dans le sport. Une devise significative de la campagne dit : "Il y a tant à célébrer en ce qui concerne le sport féminin en Irlande, mais il n'y a pas assez de bruit". Les trois objectifs à atteindre d'ici la fin de l'année 2020 étaient les suivants 20 % de couverture médiatique

supplémentaire pour les femmes dans le sport ; 20 % de présence féminine supplémentaire au niveau des joueuses, des entraîneurs, des arbitres et de l'administration ; 20 % de participation supplémentaire aux matchs et aux événements féminins.

Attirer les fonds et les sponsors

La capacité à développer en permanence les relations et les réseaux pour soutenir leurs événements est reconnue comme l'une des compétences les plus importantes pour les organisateurs et organisatrices. Une suggestion qui a émergé concernant les réseaux est d'impliquer des représentant·e·s de différents réseaux, par exemple, mobiliser des réseaux qui représentent les personnes et les athlètes handicapés ou issus de minorités permet d'avoir une représentation plus large de divers groupes dans le sport. Certains participant·e·s ont souligné que le rôle actif de coordination et de soutien des organismes nationaux de sport organisé (comme Sport Ireland, par exemple) crée des possibilités de mise en réseau au sein du secteur, ce qui est considéré comme extrêmement bénéfique, en particulier pour les groupes minoritaires, car les organismes publics sont généralement davantage guidés par les principes d'égalité et ont accès à un groupe plus large de parties prenantes.

Afin d'accroître la capacité à attirer des fonds et des sponsors, la possibilité d'avoir un mentor pour guider les filles et les femmes qui commencent à organiser des événements sportifs féminins a été mentionnée plus d'une fois parmi les participant·e·s des pays qui ont un taux plus élevé d'égalité dans le leadership sportif et dans le leadership en général. Cela prouve que la possibilité de voir et d'atteindre davantage de femmes occupant des postes de direction peut avoir un impact positif sur la capacité à générer des fonds pour les manifestations sportives féminines, non seulement par le biais de mentors et d'exemples pour les organisateurs et organisatrices, mais aussi en renforçant la confiance dans la perception que les sponsors et les donateurs peuvent avoir des femmes dirigeantes dans le domaine du sport.

En ce qui concerne la durabilité des sponsors, peu d'exemples sont apparus, ce qui prouve qu'il est difficile pour le sport féminin de conserver des sponsors stables. Un exemple innovant de partenariat a été donné par un responsable du handicap de Cork, qui a mentionné l'accord signé avec une entreprise nationale qui soutient l'événement sportif et qui propose des formations et des mises à jour au personnel impliqué dans l'organisation de l'événement. Cela contribue non seulement à rendre l'événement stable et capable de se développer et d'innover, mais aussi à accroître sa capacité à attirer des bénévoles et du personnel, en leur offrant une opportunité de développement personnel et professionnel et en leur permettant d'acquérir des compétences utilisables dans différents secteurs de leur vie. Le fait d'offrir des opportunités personnelles augmente la participation à l'organisation de l'événement d'année en année. Un autre exemple fourni encourage la collaboration entre les entreprises qui soutiennent financièrement l'événement, le personnel de l'événement s'engageant en retour dans la communauté en tant que tuteur/trutrice ou en offrant des activités sportives et de loisirs au personnel de l'entreprise. Ces exemples montrent qu'il est essentiel pour le sport féminin d'être créatif et innovant dans la recherche de ressources et de soutien pour les événements.

Role modèles et familles

Certain·e·s participant·e·s à l'analyse ont souligné le rôle clé des parents qui encouragent leurs filles et leurs fils à s'engager également dans la participation et l'organisation de compétitions sportives. En particulier, certain·e·s participant·e·s ont souligné le rôle important des mères qui, ces dernières années, ont augmenté leur participation active aux activités sportives de leurs filles, en assumant des rôles actifs de leadership dans les clubs ou les associations sportives et en agissant comme un modèle d'inspiration et d'encouragement pour les jeunes filles. Ainsi, même si la plupart des postes de direction sont occupés par des hommes dans la plupart des organisations répertoriées, ce rôle proactif des femmes, et plus particulièrement des mères, dans les organisations et événements sportifs impliquant de jeunes athlètes est en augmentation. Ces femmes plaident activement au niveau local, mues par une motivation et une passion personnelles fortes, pour créer des opportunités pour leurs enfants, ce qui fait probablement la différence dans la réalisation de leurs objectifs. Par conséquent, encourager les femmes, les mères, à occuper des postes de direction dans les clubs et les organisations sportives, en valorisant cette passion liée au développement sportif de leurs filles et de leurs enfants, est apparu comme un moyen de construire un environnement sportif plus inclusif et plus accessible.

Accessibilité et inclusion

Les multi-discriminations et l'intersectionnalité représentent une question clé que nous devons toujours garder à l'esprit lorsque nous travaillons sur l'accessibilité et l'inclusion dans le sport.

Afin d'accroître les possibilités concrètes de participer à l'organisation et à la création d'événements sportifs pour toutes les femmes, y compris les femmes handicapées et celles issues de minorités, la visibilité est apparue comme l'un des facteurs les plus importants. Pour les femmes confrontées à ces contraintes et facteurs d'inégalités supplémentaires, il est essentiel d'être représentées dans les rôles clés des événements et initiatives sportifs afin de briser les stéréotypes au sein du public et du personnel sportif en général. Le fait de voir une femme handicapée organiser une manifestation, en particulier s'occuper de tâches de direction, peut avoir un impact plus important sur d'autres femmes et filles, ainsi que sur le public sportif en général.

Concernant les différents pays impliqués dans notre analyse : il y a des pays où le nombre de femmes issues de minorités ou de femmes handicapées impliquées en tant que dirigeantes et organisatrices dans des événements sportifs est faible (ou presque égal à zéro), par rapport à d'autres où il est plus courant de trouver ces exemples de diversité dans l'organisation d'événements sportifs.

Pour pouvoir créer des événements sportifs plus accessibles, il est très important de mener des actions de plaidoyer auprès des autorités compétentes, qu'il s'agisse des autorités locales comme les conseils municipaux et départementaux ou des autorités sportives. Cet élément va de pair avec la nécessité d'avoir des réseaux et des relations solides avec les différentes parties prenantes, également mentionnée en relation avec la capacité d'attirer des fonds et des sponsors pour les événements.

Les participant·e·s ont également recommandé aux organisateurs d'événements de collaborer avec des représentant·e·s des réseaux de personnes en situation de handicap lors de la

planification des événements. Cela permet de s'assurer que les besoins des participant·e·s en situation de handicap soient pris en considération dès le début et d'accroître les possibilités de leur participation par le biais d'associations et de réseaux qui peuvent facilement les amener à participer à l'évènement en tant que public, athlètes ou tout autre rôle dans l'évènement. Cela augmente également la possibilité de proposer du parasport dans le cadre des événements. Certain·e·s participant·e·s ont mentionné la collaboration avec les associations de sport pour les personnes en situation de handicap comme un facteur clé pour accroître l'accessibilité des événements.

Dans un pays spécifique, l'Irlande, il est également apparu que l'implication des réseaux de personnes en situation de handicap dans la planification et l'organisation d'événements sportifs peut également améliorer l'égalité des genres, étant donné que les dirigeant·e·s sont majoritairement des femmes. Cette situation ne se retrouve pas dans les autres pays concernés par l'analyse.

Eco-responsabilité des évènements sportifs

Peu d'organiseurs et organisatrices ont des connaissances issues de leur expérience professionnelle, mais la plupart d'entre eux confirment un manque d'expertise spécifique pour aborder ce sujet de manière efficace. Une personne interrogée en France a suggéré que les connaissances et les idées sur la réduction de l'impact sur l'environnement lors de l'organisation d'événements sportifs devraient être incluses comme une partie obligatoire pour demander des subventions pour des événements, car cela obligerait les chef·fe·s de projet à étudier et à considérer des solutions alternatives et des propositions efficaces pour améliorer l'impact environnemental de leurs événements.

Il est également apparu que la mise en réseau et la capacité à créer de vastes partenariats sont des éléments essentiels lorsqu'il s'agit de l'impact environnemental des événements. Les événements cartographiés et les organisateurs·trices qui peuvent compter sur des sponsors et de partenariats ont généralement accès à davantage de ressources et savent comment traiter l'impact de leurs événements sur l'environnement.

Les installations et structures sportives jouent un rôle important dans la promotion de la durabilité et la réduction de l'impact sur l'environnement lors de l'organisation d'événements sportifs. Plusieurs participant·e·s ont mentionné comme pratique courante l'utilisation des installations existantes plutôt que l'ajout d'équipements supplémentaires.

Compétences spécifiques pour l'organisation d'événements

Dans le cadre du projet EWSE, nous avons conçu un programme de formation adapté aux besoins et aux attentes spécifiques des filles et des femmes qui organisent déjà des événements sportifs ou qui souhaitent s'engager dans cette voie. L'un des points de l'analyse visait donc à comprendre quels domaines d'étude et quelles compétences sont considérés comme les plus

pertinents pour accroître la capacité d'impact, la visibilité et le succès dans l'organisation d'événements sportifs féminins.

De nombreux·euses participant·e·s à l'analyse ont mentionné la possibilité d'utiliser des témoignages comme élément clé pour attirer plus de filles dans l'organisation et le soutien des événements, ainsi que la participation à des sessions de formation et de préparation avant les événements.

En outre, hormis la formation elle-même, certain·e·s participant·e·s ont mentionné la nécessité de renforcer l'accès à l'information pour les associations bénévoles, qui sont souvent des promoteurs d'événements sportifs (même si elles ne sont pas classées comme des clubs sportifs) et ont donc moins accès à l'information relative au sport.

Pour résumer les principaux résultats de l'analyse, lorsque nous avons interrogé nos participant·e·s sur les principales compétences qu'ils considèrent comme pertinentes pour organiser des événements sportifs, voici les points clés qui ont été soulevés :

- Empathie
- Préparation technique du personnel d'encadrement (arbitres, préparateurs sportifs...)
- Le leadership, et l'accent mis sur un leadership féminin conscient
- Gestion du temps
- Compétence sociale
- la communication
- Confiance en soi
- la résolution de problèmes.

Nous pensons qu'il est pertinent de mentionner que plus d'un participant·e à l'analyse, bien que provenant de pays et de situations différents, a mentionné "la capacité à souffrir" comme l'une des principales compétences nécessaires à une femme souhaitant organiser des événements sportifs féminins.

Principaux faits marquants d'un point de vue national

Italie

- Les événements sportifs axés sur le sport féminin qui atteignent une dimension nationale sont peu nombreux et sont principalement gérés par des organisations bénévoles ou à but non lucratif dotées d'une petite structure de personnel.
- Il existe un fossé entre un mouvement dynamique local et les grandes institutions sportives et les autorités publiques en ce qui concerne le soutien et la visibilité du sport féminin.
- L'écart structurel entre les hommes et les femmes qui caractérise la société italienne, au niveau économique, social et culturel, affecte également l'environnement sportif : une approche multidimensionnelle de la lutte contre les inégalités est essentielle pour améliorer l'égalité des chances dans le secteur du sport.
- Une compétence clé à améliorer dans le secteur du sport féminin semble être la capacité à engager des donateurs privés et des entreprises à but lucratif, car le secteur du sport féminin dépend encore trop du financement public et du soutien d'organisations à but non lucratif.

Irlande

- La campagne 20x20 est apparue comme une action claire en faveur de l'égalité dans le sport et dans les manifestations sportives, ce qui est l'une des principales caractéristiques de l'analyse réalisée avec les parties prenantes irlandaises.
- L'autorité nationale chargée du développement du sport en Irlande, Sport Ireland, est apparue comme un facteur clé du soutien aux événements sportifs féminins, tant sur le plan politique que financier.
- Les entretiens ont montré que les organisateurs·trices d'événements sportifs en Irlande disposaient d'un solide réseau de soutien et de relations positives avec d'autres organisations sportives. Cela peut être lié au travail de Sport Ireland qui crée de nombreuses opportunités de mise en réseau au sein du secteur.
- De l'avis général, les médias ont accru la visibilité des événements sportifs féminins au cours des dernières années, mais il reste encore beaucoup à faire. Her Sport a été mentionné à de nombreuses reprises dans les entretiens. Il s'agit de la seule plateforme médiatique irlandaise consacrée aux femmes dans le sport. Cette organisation met en lumière et fait connaître tous les sports féminins.
- Les expert·e-s, les organisateurs·trices et les dirigeant·e-s ont donné des réponses

similaires lorsqu'on les a interrogés sur les compétences et les attitudes nécessaires à leur rôle. La confiance et le fait de "s'appuyer sur soi-même ou sur ses capacités" ont été fréquemment mentionnés, de même que la délégation, l'organisation, la communication et la prise de décision.

- Toutes les personnes interrogées ont indiqué que leur organisation prenait en considération l'aspect environnemental dans leur structure, mais qu'elle pourrait apporter davantage de changements sur le lieu de travail. Certain-e-s ont mentionné qu'ils étaient davantage conscients de leurs impacts à la suite de leurs expériences de travail à domicile en raison de Covid-19.

France

- Malgré l'énorme visibilité du Championnat d'Europe de football féminin en 2019, il est apparu que pour la plupart des parties prenantes, investir dans le sport féminin est encore considéré comme un risque, même lorsqu'il s'agit d'événements sportifs féminins majeurs. Les Jeux olympiques de 2024 à Paris suscitent de grandes attentes et devraient servir de véritable moteur pour donner de la visibilité aux compétitions féminines en France et inciter davantage de médias et de marques à s'impliquer dans le sport et les événements féminins. L'énorme battage médiatique et la force d'attraction des Jeux olympiques ont la capacité de jouer un rôle crucial pour accroître la visibilité et les investissements dans le sport féminin.
- Les Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024 auront également pour ambition d'être "un exemple en matière de responsabilité environnementale", comme le stipule la Charte du Comité national olympique et sportif français (CNOSF) "Développement durable, le sport s'engage". Les organisateurs-trices de grandes manifestations sportives, les exploitants d'installations sportives et les sites se sont ralliés à la cause en signant la charte pour montrer leur engagement en faveur d'une approche du sport durable et axée sur la collectivité.
- Il ressort des entretiens menés que lorsqu'un événement sportif public féminin est organisé, il devrait toujours être lié à une cause caritative, telle que le cancer du sein ou la violence à l'égard des femmes. En revanche, lorsqu'un événement sportif masculin est organisé, le sujet n'est pas imposé. Associer son événement à une cause est susceptible d'attirer davantage de fonds. D'un autre côté, une telle "norme" peut également empêcher les manifestations sportives masculines de s'engager dans la promotion de causes, car l'organisation de l'événement repose sur une logique économique très différente.
- La crise de Covid a engendré une disparition presque totale de la pratique féminine, il n'y avait plus de compétition et un manque total d'informations. Cependant, le sport masculin étant principalement axé sur les événements sportifs et les revenus, contrairement au sport féminin, certains participant-e-s ont souligné le fait que cela les rendait plus fragiles, en particulier en ces temps de crise.
- L'une des participantes a affirmé que les événements sportifs féminins ne devraient pas imiter le modèle économique et de développement des événements masculins : il est nécessaire de penser à l'utilité sociale et à l'impact social des futurs projets.
- Plusieurs personnes interrogées ont souligné le fait que lorsqu'un projet est dével-

oppé à plus petite échelle, il est souvent possible d'obtenir un soutien politique de la part d'une ville, d'un département, etc.

- En termes d'obstacles financiers, il est apparu que les bailleurs de fonds privés ont des difficultés à investir de l'argent dans le sport féminin parce qu'ils considèrent qu'il n'y a pas de profit à en tirer. Il faut les convaincre et cela peut être très difficile.

Autriche

- La combinaison d'événements sportifs avec des objectifs de sensibilisation est un facteur important pour les participant·e·s, comme dans le cas de la prévention de la violence et de la prévention du cancer du sein qui caractérise certains événements tels que l'événement Mamanet en Autriche. Il pourrait s'agir d'un élément clé dans l'élaboration d'un "nouveau" modèle d'événements sportifs, conçu par des femmes et valorisant les bonnes expériences qu'elles ont développées dans ce domaine.
- Tous les participant·e·s à l'analyse autrichienne, bien qu'aucun·e d'entre eux ne représente des clubs sportifs ou des organisations de femmes en situation de handicap (comme dans le cas de l'Irlande), ont fait preuve d'une attention élevée en matière d'accessibilité pour créer des événements accessibles aux participant·e·s en situation de handicap mentaux ou physiques, ainsi que d'une attention générale plus forte pour garantir la diversité dans les événements.

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.