

Coupe du monde féminine : ce qui se cache derrière la sobriété contrôlée des Bleues

Marion Galy-Ramounot | Le 22 juin 2019



L'équipe de France lors de la Coupe du monde féminine de football 2019
Kenzo Tribouillard / AFP

Elles sont tout en retenue, concentrées sur les résultats, rien que les résultats. Elles ont toutes les cheveux longs et un maquillage discret. Et si l'image lisse et uniforme de l'équipe de France pouvait s'expliquer ?

Avant le 7 juin et le coup d'envoi de la **Coupe du monde**, la plupart des Français, soyons réalistes, ne les avait jamais vues. Tout au plus avaient-ils entendu le nom d'**Eugénie Le Sommer** ou de **Wendie Renard**, capitaine de l'équipe de France lors de la dernière Coupe du monde, en 2015. Sinon, rien. Aucun visage familial, aucun signe particulier reconnaissable, aucune affaire mémorable. Ce 7 juin, les 23 Bleues sont nées au monde des médias. Toutes neuves, toutes prêtes à montrer ce dont elles sont elles aussi capables, avec un ballon. Les voilà donc, Amandine Henry, Amel Majri, Marion Torrent, Delphine Cascarino, Griedge MBock, Sarah Bouhaddi... Difficile de les différencier pour l'instant. Elles ont toutes une queue de cheval (seule Wendie Renard, jusqu'ici, se permet les cheveux lâchés), le profil bas. Le visuel a de quoi surprendre. À côté des hommes, de leurs célébrations extravagantes et de **leurs coupes** brushées, méchées, laquées, travaillées, colorées (rarement naturelles), les femmes sont plus... réservées. Cela n'aurait pourtant rien d'anormal. Explications.

Sens des réalités



Paul Pogba célèbre avec le public la victoire de la demi-finale de l'Euro 2016, le 7 juillet 2016.
Valéry Hache / AFP

«Les joueuses de l'équipe de France sont encore dans une étape d'appropriation, de démonstration qu'elles sont "à la hauteur" d'un point de vue technique et sportif, explique d'abord Nathalie Rozborski, directrice du cabinet de conseil NellyRodi. Ce qui compte, pour l'instant, ce sont les résultats.» Résultats qu'elles n'ont pas su garantir jusqu'ici. En 2015, les Bleues s'inclinent en quarts de finale contre l'Allemagne ; en 2011, en demi-finale contre les États-Unis. «La phase plus *show off* arrivera quand elles seront connues, adouées, "brandées"», ajoute l'experte en tendance. Un peu comme les attaquantes superstars de l'équipe américaine, **Alex Morgan** et Meghan Rapinoe, qui disent ouvertement «f*** you» à Donald Trump et se permettent les cheveux courts et roses. «Demandez à n'importe quel Français moyen de vous citer le nom de la capitaine de l'équipe et il ne saura pas répondre, insiste Nathalie Rozborski. Nous ne sommes qu'aux prémices du mouvement.» C'est d'ailleurs la première fois que **TF1 acquiert les droits exclusifs de la Coupe du monde féminine**. Le fait qu'elle soit jouée en France a aidé. La tempête Me Too aussi.

La sobriété des Bleues en termes d'attitude serait donc intrinsèquement liée à leur niveau de médiatisation - la culture de la performance d'abord, celle de l'image ensuite. Mais pas que. «Leur humilité résulte tout simplement du fait qu'elle n'ont pas la même vie que les joueurs», décrypte Pascal Monfort, directeur du cabinet de tendances REC. Dès leur plus jeune âge, les garçons sont retirés du monde réel, et perdent donc logiquement le sens des réalités», poursuit le communicant passé par Nike et *L'Équipe*. «Dans le vestiaire des footballeurs, c'est un peu comme dans une cour d'école, c'est à celui qui aura le plus de diamants sur sa montre, celui qui fera sa meilleure arrivée en bagnole. Ils sont en permanence confrontés à la surenchère. On les accable souvent là-dessus, mais en réalité c'est assez inévitable.»

Cohésion et unité



Amandine Henry et l'équipe de France s'entraînent en marge de la Coupe du monde féminine de football, le 10 juin 2019.
Hannah Peters - FIFA/FIFA via Getty Images

Par opposition, les joueuses ont un mode de vie plus modeste. Dès le départ, elles ont moins les moyens de briller. «Ce sont de grandes sportives, mais sans ce tas de fric autour d'elles. Elles voyagent en bus, pas en jet. Elles ne sont pas convoitées en permanence par les marques, souligne Pascal Monfort. Elles véhiculent du coup d'autres valeurs, plus profondes que la victoire et le talent, comme l'égalité, la persévérance, le travail. Les valeurs fondamentales du sport, en fait.» Leur style vestimentaire plus simple accompagne cela, la cohésion, l'unité ; versus l'individualité et le culte de la personnalité, très présents chez les hommes.

À côté de la coupe de cheveux spaghettis de Neymar (en 2018), les tatouages de Griezmann et les diamants d'oreille de **Cristiano Ronaldo**, les cheveux longs, soigneusement resserrés dans une queue de cheval, et le maquillage discret des joueuses de l'équipe de France transpirent la sobriété. «Sobriété ? Je parlerais plutôt de conformité», alerte **Mélissa Plaza, ex-joueuse professionnelle internationale** et fervente défenseuse de l'égalité femmes-hommes. Pour cette diplômée d'un doctorat en psychologie du sport, les cheveux longs et lisses, la queue de cheval, les ongles faits... Tout cela n'a rien d'anodin, et renvoie insidieusement aux attributs dominantes de la féminité.

En vidéo, la tumultueuse histoire du football féminin



Cheveux longs et normes féminines

“
Ce qu'on nous demande dans le sport de haut niveau va à l'encontre des codes de la féminité
”

«Montrer des joueuses féminines, c'est la quote-part à la médiatisation, ajoute l'ancienne internationale, une manière de dire "elles jouent au foot, mais elles sont quand même jolies", c'est rassurant». Un point de vue rejoint par la sociologue Catherine Louveau, auteure de *Sciences Sociales et Sport* (éd. L'Harmattan, 2012). «La question des cheveux longs, de source sûre, c'est une recommandation des hautes instances», avance la sociologue, qui a travaillé quarante ans auprès de l'Insep (l'Institut national du sport, de l'expertise et de la performance). «Il semble qu'il y ait, dans les sports dits d'hommes, une acceptation des femmes sous conditions. Elles peuvent jouer à haut niveau, à condition qu'elles se situent du côté de "l'être perçu".» Autrement dit, du côté de la femme fragile qu'elles devaient être, ou tout du moins de celle qui a les cheveux longs.

«Vous avez déjà vu vous, dans une pub pour les femmes, une athlète avec des plaquettes de chocolat et des épaules carrées ?, questionne tout haut Mélissa Plaza. Moi, quand je vais sur la plage l'été, je suis une "alien" pour les gens. Ce qu'on nous demande dans le sport de haut niveau va à l'encontre des codes de la féminité.» Selon Catherine Louveau, il est clair qu'il y a interrogation, voire gêne, dès qu'on aborde le sujet du corps de la sportive. Est-il suffisamment féminin, ce corps ? En porte-t-il les attributs dominants, sous-entendu tels que vus dans les magazines ? Pire : menace-t-il de se transformer à un moment ou à un autre ? «Cette gêne vient du fait que c'est sur le corps que s'inscrivent les notions de genres», résume la sociologue. Elle aimerait que les joueuses de l'équipe de France profitent de la médiatisation pour tenter d'ouvrir le débat sur ces normes si tenaces - et si injustes - dans le sport de haut niveau. Elle sait aussi qu'elles ne sont pas en position de parler, pour l'instant. Bientôt, quand elles auront l'aura pour le faire. D'abord, les résultats.