

WOMEN'S  
RUGBY |  WORLD  
RUGBY

# UN PLAN POUR LA CROISSANCE

MONTÉE EN PUISSANCE, POPULARITÉ  
ET DIMENSION DU RUGBY FÉMININ



# SOMMAIRE

01	<b>Résumé</b>	4
02	<b>Compétitions mondiales</b>	11
03	<b>La communauté de fans du rugby féminin</b>	
	Un essor rapide	25
	La démographie des fans	29
	Explorer ce qui motive les fans	34
	Que veulent les fans et comment s'exprime leur passion	42
	L'impact des athlètes féminines : influence, croissance et lien direct avec les fans	52
04	<b>Les opportunités commerciales du sport féminin</b>	61
05	<b>Conclusion</b>	70
06	<b>Annexe</b>	74

# GUIDE DU RAPPORT

Présentation générale de l'étude : Le rapport s'appuie sur diverses sources de données, notamment une enquête approfondie menée auprès de 4 000 fans de rugby, de données détenues, collectées et analysées par World Rugby, de données sur le rugby féminin et d'informations provenant de l'écosystème du rugby au sens large, ainsi que des rapports publics dans le domaine du sport.

## Termes clés et définitions :

<b>Analyse de données :</b>	<b>Hausse ou baisse en % :</b> différence absolue entre deux pourcentages. Par exemple, passer de 10 % à 12 % correspond à une hausse de 2 %, passer de 25 % à 15 % correspond à une baisse de 10 %.	<b>Diffusion :</b>	<b>Heures de visionnage :</b> nombre total d'heures pendant lesquelles le contenu a été regardé par les téléspectateurs. Calculé en multipliant le nombre de téléspectateurs par la durée de visionnage.
<b>Réseaux sociaux :</b>	<b>Portée :</b> nombre total d'utilisateurs uniques qui ont vu un contenu sur les réseaux sociaux. <b>Impressions :</b> nombre de fois qu'un contenu est affiché à l'écran, qu'il ait été cliqué ou non. <b>Engagements :</b> nombre total d'interactions (likes, commentaires, partages, etc.) des utilisateurs avec un contenu sur les réseaux sociaux ou les plateformes numériques. <b>Vues :</b> nombre de fois qu'un contenu vidéo est lu ou visionné en ligne. <b>Abonnés :</b> nombre d'utilisateurs qui se sont abonnés à un compte ou à une chaîne de réseaux sociaux pour recevoir des mises à jour et du contenu.	<b>Base de fans :</b>	<b>Audience de diffusion :</b> nombre de personnes qui ont regardé un événement sportif télévisé ou diffusé en streaming. <b>Audience cumulée de diffusion :</b> cumul des audiences moyennes sur plusieurs diffusions ou matchs. <b>Téléspectateurs en direct :</b> nombre de personnes qui ont regardé l'événement en temps réel lors de sa diffusion, plutôt qu'en rediffusion ou à la demande. <b>Audience de diffusion moyenne :</b> nombre moyen de téléspectateurs à un moment donné pendant la diffusion. Cet indicateur lisse les pics et les creux afin d'afficher un chiffre d'audience type. <b>Valeur de diffusion :</b> valeur commerciale estimée de la visibilité générée par la diffusion.
<b>Médias acquis :</b>	<b>Mentions en ligne :</b> nombre de fois où une équipe, un événement ou une marque est mentionné dans les médias numériques, y compris les articles d'actualité, les blogs et les publications sur les réseaux sociaux.	<b>Fans de rugby masculin :</b>	<b>Fans de rugby masculin :</b> ce terme désigne les fans de rugby masculin et non les fans masculins de rugby. <b>Fans de rugby féminin :</b> ce terme désigne les fans de rugby féminin et non les fans féminins de rugby.
<b>Numérique, Web&amp;Appli :</b>	<b>Utilisateurs :</b> nombre d'individus uniques qui ont visité une plateforme numérique (site web ou application) au cours d'une période donnée. <b>Sessions :</b> nombre total de visites sur un site web ou une application, y compris les visites répétées d'un même utilisateur. Reflète la fréquence d'engagement..	<b>Enquête auprès des fans :</b>	<b>Acquisition :</b> processus consistant à attirer et à engager des personnes qui découvrent un sport, afin de les convertir en fans pour la première fois. <b>Enquête World Rugby auprès des fans 2025 :</b> Enquête menée auprès de 4 000 personnes sur le sport féminin, le rugby féminin et le rugby masculin au Japon, Afrique du Sud, Australie, France, Canada, États-Unis et Royaume-Uni
<b>Expérience le jour du match :</b>	<b>Note moyenne de l'expérience vécue dans l'enceinte du stade :</b> indicateur basé sur des enquêtes auprès des fans afin de connaître leur appréciation globale de leur expérience le jour du match, notamment l'ambiance, les installations, les divertissements, le rapport qualité-prix et la facilité d'accès. Généralement attribué sur 10.		

# RÉSUMÉ

01

# LA DYNAMIQUE INARRÊTABLE DU RUGBY FÉMININ

## ENGAGER

**8,7 millions** d'abonnés d'Ikona Maher, USA Rugby et athlète olympique, la joueuse de rugby la plus suivie sur les réseaux sociaux

**985 %** d'augmentation du nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux des « Wallaroos », l'équipe nationale féminine australienne

*Prenez de la place. Lancez plus vite. Courez plus fort. Ajoutez un poids à la barre et ne baissez jamais de régime.*

**Ikona Maher**, USA Rugby, athlète olympique, lauréate EPSY Award

## REGARDER

**17,6 millions** d'audience cumulée de diffusion pour la Coupe du Monde de Rugby féminine 2021, disputée en 2022 (Nouvelle-Zélande)

**15,4 millions** de fans devant leur écran pour suivre le Guinness Women's Six Nations 2025 (tournoi régional, Europe)



## ACTION

**260 000** personnes ont regardé le rugby à 7 féminin aux Jeux olympiques de Paris 2024

**380 000** spectateurs attendus à la Coupe du Monde de Rugby féminine 2025 (Angleterre)



# INTRODUCTION

Le rugby féminin est à l'aube d'une période extraordinaire. Porté par des athlètes de classe mondiale et une base de fans passionnée et grandissante, le sport évolue rapidement, passant d'une discipline de niche en développement à une force mondiale. Avec les prochaines Coupes du Monde de Rugby féminines en 2025 (Angleterre), 2029 (Australie) et 2033 (États-Unis), il constitue l'une des opportunités les plus dynamiques du sport mondial.

Cette dynamique est bien réelle, mais pour exploiter pleinement son potentiel, il faut une stratégie ciblée, des investissements soutenus et un engagement collectif. Un public plus jeune et plus diversifié est en train de redéfinir ce sport, d'en augmenter la valeur commerciale et d'exiger des expériences authentiques. Ces fans ne se contentent pas de regarder : ils s'engagent profondément et influencent l'avenir de ce sport d'une manière qui le distingue du rugby masculin.

Ce rapport sur l'audience et l'impact commercial fournit une ressource précise, basée sur une étude multi-marchés menée sur sept mois, qui offre une vue d'ensemble des tendances, des analyses du public et des dynamiques commerciales qui façonnent le jeu aujourd'hui. Il se concentre sur l'écosystème au sens large et sur la stratégie à long terme nécessaire pour tirer parti de la croissance rapide de ce sport.

Pour saisir pleinement cette opportunité, une chose est claire : la collaboration est essentielle. Le Plan de World Rugby pour la croissance repose sur l'alignement des parties prenantes : fédérations, partenaires commerciaux, diffuseurs et, surtout, joueurs et fans.

Ce rapport constitue la base de ce travail. Il s'agit d'un outil destiné à informer, stimuler et guider la prochaine phase de progrès. L'heure est venue : avançons tous ensemble.



Sally Horrox

Directrice du Rugby  
Féminin  
World Rugby

# LA BASE DE FANS DE RUGBY FÉMININ S'ACCROIT, TOUJOURS PLUS VITE

55 %

L'intérêt est en plein essor :

55 % des fans de rugby féminin pensent que leur intérêt pour le rugby à XV va s'accroître à l'avenir.

Offrir à ces fans plus d'occasions de regarder et d'assister à des matchs est essentiel pour assurer la viabilité commerciale à long terme

53 %

La télévision et le streaming en ligne sont le premier point de contact le plus courant :

53 % des fans de rugby féminin ont découvert ce sport à la télévision ou en streaming. La diffusion et le streaming sont des outils d'acquisition essentiels

49 %

Nouvelle vague de fans :

49 % des fans de rugby féminin le sont devenus au cours des deux dernières années. Il s'agit d'une nouvelle vague de fans

(contre 22 % des fans de rugby masculin)

31 %

Les grands moments = les grandes conversions :

31 % des fans de rugby féminin sont motivés par leur intérêt pour les grands tournois. Les grands moments sont un outil d'acquisition. Les réseaux sociaux rendent les interactions encore plus accessibles.



# LES FANS DE RUGBY FÉMININ SONT JEUNES ET FOCALISÉS SUR LES JOUEUSES



48 %

Le rugby masculin sert de tremplin au rugby féminin :  
48 % des fans de rugby féminin ont d'abord été fans de rugby masculin.

41 %

Indépendants des clubs :  
41 % des fans de rugby féminin ne soutiennent aucun club, mais ceux qui le font sont tout aussi susceptibles de soutenir plusieurs clubs qu'un seul.

29 %

Plus jeune et plus féminin :  
29 % des fans de rugby féminin ont moins de 35 ans et 43 % sont des femmes. Cela représente +4 % de moins de 35 ans (29 % contre 25 %) et +4 % de femmes (43 % contre 39 %) par rapport aux fans de rugby masculin.

+10 %

Tout tourne autour des joueuses :  
10 % des fans de rugby féminin de plus préfèrent le rugby féminin parce qu'ils trouvent les joueuses, leurs personnalités et leurs histoires plus intéressantes que les fans du rugby masculin.

# LES PILIERS STRATÉGIQUES POUR LANCER LA PROCHAINE PHASE DE CROISSANCE DU RUGBY FÉMININ

La visibilité stimule l'intérêt

Les grands tournois internationaux attirent de nouveaux fans vers ce sport

Les fans sont prêts à dépenser leur argent auprès des marques qui investissent

73 %

des fans de rugby féminin estiment que les marques ont un rôle authentique à jouer dans la promotion du rugby féminin

133 %

Croissance totale prévue de la fréquentation entre la Coupe du Monde de Rugby féminine 2021, jouée en 2022, et la Coupe du Monde de Rugby féminine 2025

73 %

des fans de rugby féminin estiment que les marques ont un rôle authentique à jouer dans la promotion du rugby féminin

47 %

des fans citent la couverture médiatique comme un facteur clé de leur intérêt (contre 39 % pour le rugby masculin)

31 %

des fans de rugby féminin souhaitent suivre ce sport en raison de leur intérêt pour les grands tournois et les événements prestigieux

42 %

des fans de rugby féminin sont plus susceptibles de parler d'une marque qui sponsorise le rugby féminin (9 % de plus que les fans de rugby masculin)

39 %

des fans de rugby féminin ont déclaré que la visibilité accrue des joueuses avait encouragé leur engagement envers le rugby féminin

La participation encourage la passion

31%

des fans de rugby féminin sont plus susceptibles d'avoir pratiqué eux-mêmes ce sport que les fans de rugby masculin (31 % contre 25 %).



# LE PLAN POUR LA CROISSANCE

Pour exploiter pleinement le potentiel commercial du rugby féminin, la collaboration est essentielle – entre World Rugby, les fédérations, les sponsors, les diffuseurs et les joueuses. Une approche coordonnée et à long terme est nécessaire, où tout le monde œuvre vers le même objectif : accroître la visibilité.

Une étude récente de Parity a révélé que près de la moitié des spectateurs de sport des générations Z et Y sont plus enclins à acheter un produit d'une marque qui sponsorise une athlète féminine (46 %) ou une équipe féminine (46 %). Les marques cherchant à attirer un public plus jeune devraient privilégier des partenariats avec des athlètes féminines, investir pour stimuler la croissance et placer ces femmes au centre de leurs stratégies commerciales, de leurs campagnes et de leurs activations.

## LEVIERS DE CROISSANCE CLÉS

1

### RENDRE RUGBY FÉMININ INCONTOURNABLE

La visibilité reste le principal obstacle à l'engagement des fans, notamment dans le rugby féminin, où 32 % des fans citent la faible visibilité comme un obstacle à leur engagement envers le rugby féminin (contre 17 % pour le rugby masculin).

La prochaine vague de croissance dépendra de la facilité avec laquelle ce sport pourra être découvert et suivi, grâce à des contrats de diffusion élargis, une plus grande visibilité sur les plateformes numériques et des expériences en direct plus nombreuses et plus accessibles.

2

### DONNER AUX JOUEUSES LES MOYENS DE SE RACONTER

Les fans de rugby féminin sont plus influencés par la visibilité des joueuses que les fans du rugby masculin (40 % contre 33 %).

Aux États-Unis, ce chiffre atteint 43 %, les fans affirmant que la visibilité accrue des joueuses a stimulé leur engagement envers ce sport.

Les marques et les plateformes devraient se concentrer sur des contenus générés par les joueuses, aidant les athlètes à développer leur propre profil afin de fidéliser un public jeune, connecté et diversifié.

3

### OFFRIR AUX FANS D'AVANTAGE D'OPPORTUNITÉS DE VOIR LES STARS DU SPORT

Les tournois internationaux constituent un tremplin pour la croissance nationale. Ils offrent une plateforme mondiale pour mettre en valeur le sport et susciter l'intérêt, mais la croissance durable dépend de la capacité à convertir ces pics d'intérêt en un engagement soutenu tout au long de l'année.

Pour créer des liens et consolider la passion des nouveaux fans, les moments forts doivent être suivis d'une mise en récit, d'une visibilité et d'une signalisation claire vers les compétitions nationales.

4

### CONTINUER À ÉTOFFER LES PARCOURS DE DÉVELOPPEMENT

Les fans de rugby féminin ont plus de chances d'avoir joué eux-mêmes au rugby (31 % contre 25 % des fans de rugby masculin), ce qui montre un lien plus fort entre la pratique et le suivi de ce sport.

C'est particulièrement vrai en Amérique du Nord, où beaucoup de fans sont des joueurs.es actuels.es ou anciens.es.

Une structure de compétition diversifiée – des écoles aux groupes amateurs, élargit la base de joueurs et développe la passion dès le plus jeune âge.

5

### ADOPTER UNE COMMUNAUTÉ DE FANS FLUIDES - ET COMPRENDRE LES DIFFÉRENCES AVEC L'ENGAGEMENT TRADITIONNEL

41 % des fans de rugby féminin ne soutiennent pas encore de club national, ce qui révèle une base de fans ouverte, curieuse et susceptible de s'élargir. De nouvelles compétitions internationales viennent enrichir le calendrier mondial, tandis que les compétitions nationales continuent d'évoluer. En coopérant, en façonnant et en adaptant le produit rugby à l'échelle mondiale et sur les marchés nationaux, les détenteurs de droits et les diffuseurs peuvent élargir l'accès à ce sport dans le monde entier. Le rugby féminin peut conquérir de nouveaux publics, fidéliser ses fans et assurer sa croissance future.

# COMPÉTITIONS MONDIALES : PANORAMA ET PERSPECTIVES

# POINTS SAILLANTS

Les compétitions stimulent la croissance et ouvrent de nouvelles perspectives

Les compétitions de rugby féminin ne se contentent pas de suivre le rythme de la croissance rapide de ce sport, elles en sont le moteur. Des tournois internationaux aux ligues nationales, ces événements ouvrent de nouvelles perspectives et battent des records en termes de fréquentation, d'audience et d'engagement. Ils offrent aux meilleures joueuses du monde l'occasion de redéfinir les limites du rugby féminin de haut niveau. Pour les fans, les diffuseurs et les sponsors, cette dynamique est plus qu'une simple tendance : elle représente une occasion rare d'investir dans un sport qui redéfinit le discours mondial sur l'excellence, l'équité et le divertissement sur la scène internationale.



Parmi les faits marquants récents, citons :

- La Coupe du Monde de Rugby 2021 (jouée en 2022) a pulvérisé tous les records précédents, avec 150 000 spectateurs présents dans les stades et plus de 9 millions de téléspectateurs à travers le monde.
- Le HSBC SVNS 2024 a enregistré une croissance sans précédent en termes d'audience télévisée mondiale et de fréquentation des fans pour ces séries jouées au féminin et masculin.
- Le WXV a été lancé en 2023 avec 18 fédérations de haut niveau s'affrontant lors de 27 tests-matches, avec plus de couverture sur plus de marchés que jamais auparavant.
- Les Jeux olympiques de Paris 2024 ont établi un record mondial de fréquentation sur une journée avec plus de 120 000 spectateurs, tandis que l'audience mondiale a fait entrer ces stars dans des millions de foyers et écrans.
- Le Guinness Women's Six Nations continue de battre des records chaque année, avec des matchs à guichets fermés et une audience télévisée record pour 2024.
- Le Premiership Women's Rugby (PWR) a gagné en compétitivité et en visibilité, devenant un terrain d'essai essentiel pour les talents de haut niveau

# L'ÉCOSYSTÈME WORLD RUGBY



6

Associations régionales



133

Fédérations membres



7.3m

Nombre total de participants



38 %

Représentation des femmes au sein du Conseil de World Rugby



42 %

Représentation des femmes au sein du Bureau Exécutif de World Rugby



36m

Abonnés sur les réseaux sociaux sur les canaux sociaux de World Rugby (Juin 2025)



£6,7md

En valeur pour la société basé sur une série de facteurs sanitaires, sociaux et économiques



£1,2md

Économies en soins de santé contribuant à réduire le cancer du sein, l'obésité infantile, les maladies cardiaques et les maladies mentales



2016

Le rugby à 7 inscrit aux Jeux olympiques de Rio 2016. Fédération internationale du CIO



25

Partenaires commerciaux de World Rugby

# L'ÉVOLUTION DU RUGBY FÉMININ



**1982**

Premier match international à XV féminin Pays-Bas v. France



**ANNÉES 80**

Création des premières ligues et fédérations dans différents pays, per ex Italie, Royaume-Uni, Canada, Japon



**1991**

Première Coupe du Monde de Rugby féminine, Pays de Galles



**1998**

Première Coupe du Monde officielle de Rugby féminine, Pays-Bas



**2009**

Le rugby à 7 (hommes et femmes) sélectionné discipline olympique pour les Jeux olympiques de Rio 2016



**2006**

Coupe du Monde de Rugby féminine, Canada  
Première RWC féminine organisée hors d'Europe



**2016**

L'**Australie** remporte la toute première médaille d'or olympique en rugby à sept (femmes)



**2012**

Lancement des Séries à sept féminines



**2017**

Coupe du Monde de Rugby féminine 2017, Irlande  
Finale RWC, Ravenhill – 17 000 spectateurs



**2022**

Coupe du Monde de Rugby féminine 2021, jouée en 2022, Nouvelle-Zélande

Finale RWC, Eden Park – 42 579 spectateurs



**2024**

Jeux olympiques de Paris  
260 000 spectateurs ont assisté aux trois jours de rugby à 7 féminin au Stade de France



**2025**

Coupe du Monde de Rugby féminine 2025, Angleterre

# TOURNOIS MAJEURS – PAYS HÔTES ET VAINQUEURS

## Coupe du Monde de Rugby féminine 10 éditions du tournoi de 1991 à 2025



## Jeux olympiques – Rugby à 7 féminin



## Classement mondial féminin World Rugby



*Cliquez ici pour  
le dernier  
classement  
mondial féminin  
World Rugby*



# UN MOMENT HISTORIQUE EN MARCHE

## Coupe du Monde de Rugby féminine 2025

La Coupe du Monde de Rugby 2025 bat déjà tous les records précédents et établira une nouvelle référence pour le rugby féminin.

Ce tournoi marquera une époque, accélérera la croissance du rugby féminin et nous aidera à réaliser tout son potentiel commercial futur.

16

ÉQUIPES PLUS QUE JAMAIS AUPARAVANT

736

JOEUSES & PERSONNEL D'ÉQUIPE PLUS NOMBREUX QUE JAMAIS

32

MATCHS RICHES EN ACTION

6

RÉGIONS REPRÉSENTÉES - UN TOURNOI VÉRITABLEMENT MONDIAL

8

STADES À TRAVERS TOUTE L'ANGLETERRE

6

WEEKENDS 22 AOÛT - 27 SEPTEMBRE



WOMEN'S ENG25

Des objectifs ambitieux

400 000

SPECTATEURS<sup>1</sup> (+133 % / RWC 2021)<sup>2</sup>

Déjà en cours de réalisation

330 000

BILLETS VENDUS (août 2025)<sup>3</sup> (+52 % / RWC 2021)<sup>4</sup>

50m

HEURES DE VISIONNAGE TOTALES DANS LE MONDE (+47 % / RWC 2021)<sup>2</sup>

76 %

DES FANS PRÉVOIENT UN ENGAGEMENT ACCRU DANS LE RUGBY APRÈS LA RWC 2025<sup>5</sup>

750m

IMPRESSIONS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX (DÉTENUS ET GÉRÉS)<sup>1</sup> (+352 % / RWC 2021)

20+

PARTENAIRES COMMERCIAUX

2m

MOYENNE MENSUELLE D'UTILISATEURS NUMÉRIQUES PENDANT LE TOURNOI<sup>1</sup> (+81 % / RWC 2021)<sup>2</sup>

72

PAYS DEMANDANT DES BILLETS<sup>3</sup>



Sources : (1) Objectifs World Rugby (2) Rapport Post-Tournoi RWC2021 (Données Fans avril 2023), (3) Données Billetterie RWC25, (4) RWC25 (décembre 2024) (5) GWI 2025 Women's Rugby Fan Survey. Q : Selon vous, quel sera l'impact de la Coupe du Monde de Rugby 2025 (Angleterre) sur votre intérêt et votre engagement pour ce sport après le tournoi ?

# LE PANORAMA DES COMPÉTITIONS

## Internationales



## Régionales



## Nationales



# L'AVÈNEMENT D'UNE NOUVELLE ÈRE

## Coupe du Monde de Rugby féminine 2021, jouée en 2022

La Coupe du Monde de Rugby féminine génère tous les quatre ans une audience, des revenus et une visibilité uniques pour le rugby féminin.

Le succès de la Coupe du Monde de Rugby féminine 2021, jouée en 2022, a témoigné de la résilience de ce sport, qui a surmonté des défis importants pour battre des records et établir de nouvelles normes.

Malgré un report d'un an en raison de la COVID-19 et des obstacles de décalage horaire qui ont eu un impact sur l'engagement dans les marchés mondiaux clés, le tournoi, organisé en Nouvelle-Zélande, a attiré un public record et élargi la base mondiale de fans.



RECORD DE FRÉQUENTATION DU TOURNOI

150 000

+434 % / 2017

UN PUBLIC DIFFÉRENT POUR LES MATCHS DE RUGBY

59%

DE FEMMES PARMIS LES ACHETEURS DE BILLETS

RECORD DE FRÉQUENTATION POUR UN MATCH FÉMININ EN SOLO

42 500

SPECTATEURS DE LA FINALE

RECORD DE VUES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

166m

+269 % / 2017

LE RUGBY FÉMININ VIRAL SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

25m

VUES POUR LA VIDÉO LA PLUS PARTAGÉE, LA HAKA DES BLACK FERNS

AUDIENCE TÉLÉVISÉE IMPORTANTE

17,6 m

AUDIENCE DE DIFFUSION

# UNE CÉLÉBRATION MONDIALE DU RUGBY À 7

## HSBC SVNS

HSBC SVNS est une compétition dynamique, pleine d'énergie et animée par les fans, qui attire l'attention du monde entier. Avec un format égal pour le jeu masculin et féminin, elle met en vedette les meilleurs athlètes féminins et masculins du rugby à 7 au monde. Le format de promotion et de relégation ajoute un élément de suspense qui attise l'enthousiasme et a généré 14 000 mentions dans les principaux médias en 2024. Son inclusion comme discipline olympique en 2016 a contribué à attirer davantage d'investissements, à élargir l'attrait de ce sport et à toucher un public plus large.

Lors de la saison 2023/24...

SPECTATEURS

**451 000**

HONG KONG L'ÉVÉNEMENT LE PLUS FRÉQUENTÉ AVEC **97 000**

ACHETEUSES DE BILLETS

**38 %**

Contre **20 %** EN MOYENNE POUR TOUS LES AUTRES ÉVÉNEMENTS WORLD RUGBY

ÉVALUATION DE L'EXPÉRIENCE DANS LE STADE

**8.1**

PERTH A OBTENU LA MEILLEURE NOTE MOYENNE DE **8.6**

HEURES DE DIFFUSION MONDIALE

**22m**

ATTEIGNANT **35,4 m** EN 2024/25

UTILISATEURS WEB ET APPLI DEPUIS LE LANCEMENT

**3m**

**+19 %** DE SESSIONS WEB EN PLUS PAR RAPPORT AUX MÊMES ÉVÉNEMENTS DES SÉRIES 2022/23

RÉSEAUX SOCIAUX - VUES VIDÉOS

**1.5md**

**+630 %** DE CROISSANCE PAR RAPPORT À 2022/23

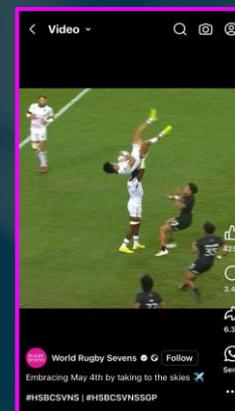
## SUCCÈS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



**+32 %**

AUGMENTATION DES ABONNÉS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX EN 2023/24

PUBLICATIONS LES PLUS PERFORMANTES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



**166 000**  
VUES

**435 000**  
ENGAGEMENTS

**39m**  
VUES

**3,2 m**  
ENGAGEMENTS



Les contenus les plus populaires ont mis l'accent sur le côté léger et divertissant du HSBC SVNS, trouvant un écho auprès des fans du monde entier. Les vidéos des entraînements en coulisses et les expériences de jeu uniques en vue subjective ont été parmi les thèmes les plus appréciés.

**36m**  
VUES

**776 000**  
ENGAGEMENTS



# ACCROÎTRE LA COMPÉTITIVITÉ, LA PORTÉE ET L'IMPACT DU RUGBY FÉMININ

## Tournoi WXV

Lancé et joué en 2023 et 2024 afin de contribuer à relever le niveau et d'accélérer le développement du rugby féminin d'élite, le WXV a offert aux 18 fédérations participantes un parcours structuré vers la qualification pour la RWC 2025 et plus de compétition que jamais.

Le WXV a ouvert de nouvelles perspectives en matière de mise en récit, notamment autour du parcours menant à la RWC 2025. Si les premiers résultats ont été mitigés, l'intérêt a bondi sur des marchés clés tels que les États-Unis, parallèlement à une augmentation des mentions en ligne, signe d'une attention mondiale accrue.

*L'engagement social pendant le WXV 2023 a été nettement plus faible en raison du chevauchement avec la Coupe du Monde de Rugby masculine 2023, mais l'attention mondiale suscitée par le tournoi masculin a constitué un point d'entrée précieux pour de nouveaux publics, encourageant une interaction plus large avec le contenu du WXV en 2024.*



EN 2024...

IMPRESSIONS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

53m

+310 % / 2023<sup>1</sup>

HEURES DE DIFFUSION REGARDÉES

2,2 m

TF1 (FRANCE) A ENREGISTRÉ LE PLUS GRAND NOMBRE D'HEURES REGARDÉES : 795 000<sup>1</sup>

ENGAGEMENTS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

1,8 m

+480 % / 2023<sup>1</sup>

MENTIONS EN LIGNE

30 000

+76 % / 2023<sup>1</sup>

## WXV A EU UN IMPACT DIRECT SUR LE PRODUIT SUR LE TERRAIN

WXV a permis aux 18 équipes participantes de jouer un rugby plus compétitif et a ainsi amélioré le niveau de performance.

Réduction des écarts entre les scores

Écart moyen entre les scores en 2023 et en 2024<sup>2</sup>



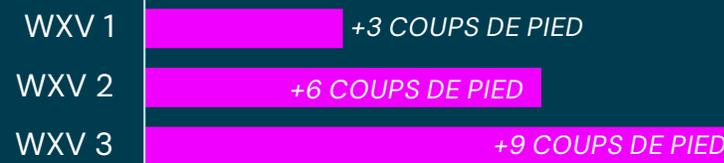
Temps de jeu effectif croissant

Comparaison 2023 - 2024 : temps moyen de ballon en jeu<sup>2</sup>



Amélioration des compétences techniques, par ex. le nombre de coups de pied par match

Comparaison 2023 - 2024 : nombre moyen de coups de pied par match<sup>2</sup>



# ACCROÎTRE LA PORTÉE, L'ENGAGEMENT ET LE POTENTIEL DE REVENUS

## Guinness Women's Six Nations

En 2022, Six Nations Rugby a pris la décision innovante de déplacer le W6N hors du calendrier du championnat M6N afin de donner à ce tournoi une place à part entière dans le calendrier du rugby.

Ce changement a transformé la capacité du W6N à interagir avec le public, les diffuseurs et les partenaires commerciaux, et lui a permis de continuer à développer sa notoriété et son audience. Avec l'évolution du calendrier mondial du rugby féminin en 2026, le W6N évoluera à nouveau, continuant à avoir sa propre fenêtre indépendante aux côtés d'autres compétitions internationales et nationales.

L'approche élargie de Six Nations Rugby a également vu l'introduction de compétitions et de plateformes junior et développement, afin de renforcer le parcours du rugby féminin, notamment les Six Nations U18 Women's Festivals et les U20 Women's Summer Series.



### Audience 2025

**15,5 m** **21 186**

FRÉQUENTATION CUMULÉE DES JOURS DE MATCHS DU TOURNOI

NOUVEAU RECORD DE FRÉQUENTATION DU RUGBY FÉMININ POUR LA WELSH RUGBY UNION

PAYS DE GALLES V ANGLETERRE, PRINCIPALITY STADIUM

### Diffusion 2025

**18,2 m**

AUDIENCE TÉLÉVISÉE MONDIALE EN 2025 (+8 % / 2024)<sup>2</sup>

### Engagement numérique 2025

**173,8 m**

IMPRESSIONS

**125,8 m**

VUES VIDÉOS

**3,9 m**

ENGAGEMENTS

# ATTIRER UNE NOUVELLE GÉNÉRATION DE JEUNES FANS EN AUGMENTANT LA VISIBILITÉ

## Premiership Women's Rugby

Le rugby féminin en Angleterre évolue rapidement, avec une professionnalisation croissante et une visibilité accrue. En tant que l'une des ligues nationales les plus importantes au monde, la Premiership Women's Rugby (PWR) est désormais à l'avant-garde de ce mouvement, attirant un nombre croissant de jeunes fans et redéfinissant l'avenir de ce sport.



Et avec l'annonce d'un nouvel accord à long terme avec TNT Sports jusqu'à la fin de la saison 2028-2029, l'avenir s'annonce prometteur pour le rugby féminin en Angleterre.

Audiences audiovisuelles en hausse<sup>11</sup>

**+36 % +86 %**

AUGMENTATION DE L'AUDIENCE MOYENNE POUR LA FINALE DE LA PWR 2025 PAR RAPPORT À LA FINALE 2024

AUGMENTATION ANNUELLE DE L'AUDIENCE MOYENNE DE LA SAISON SUR TNT SPORTS

Augmentation de l'audience des jours de match<sup>2</sup>

**+24 % 9 238**

AUGMENTATION DE LA FRÉQUENTATION DEPUIS 2024

BRISTOL BEARS VS GLOUCESTER-HARTPURY À ASHTON GATE, PREMIER MATCH D'ILONA MAHER

Une base de fans jeune<sup>3</sup>

**+17 % 21 %**

DES 18-24 ANS S'INTÉRESSENT À LA PWR, LES FANS DE LA PWR ÉTANT PLUS JEUNES QUE CEUX DE TOUTES LES AUTRES COMPÉTITIONS DE RUGBY ÉTUDIÉES

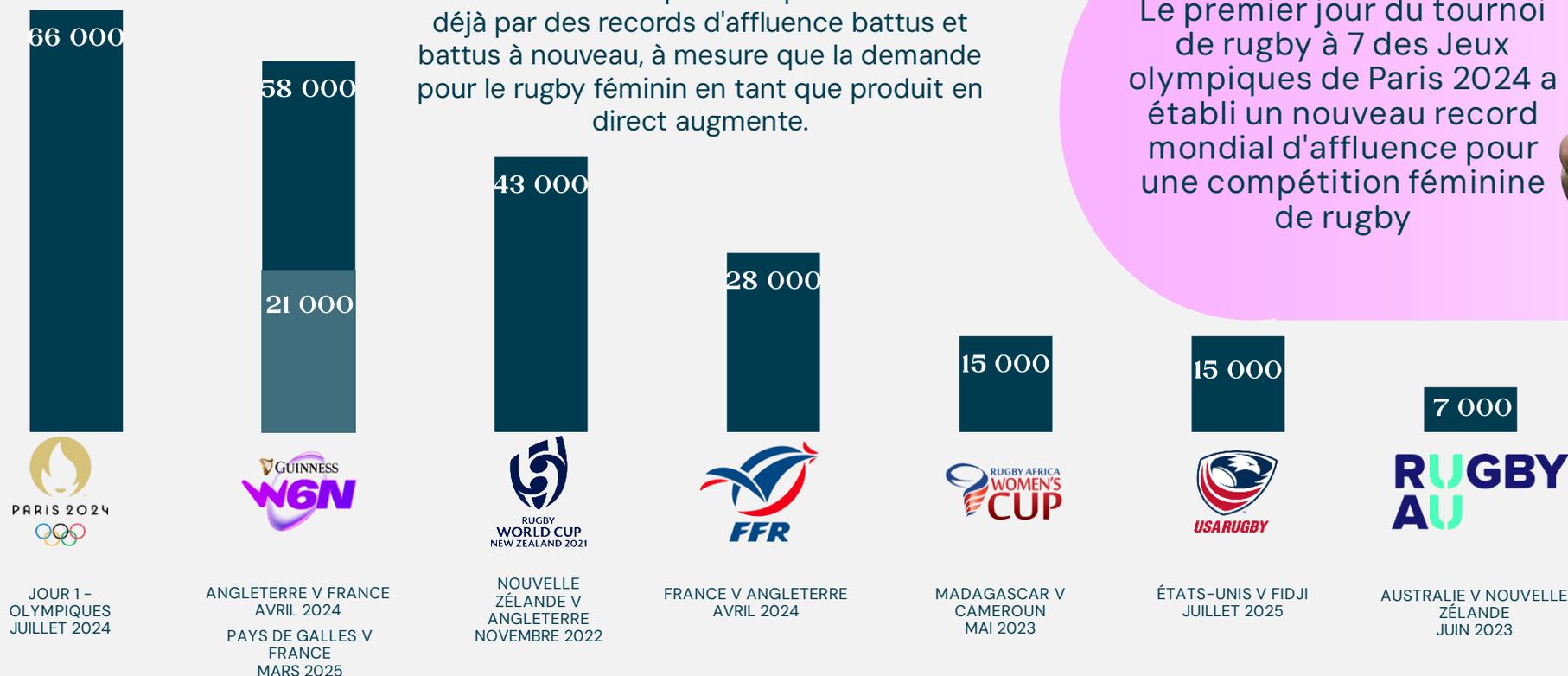
DES 18-34 ANS SUIVENT LA PWR CAR ILS AIMENT ET SUIVENT DES JOUEUSES SPÉCIFIQUES, LE POURCENTAGE LE PLUS ÉLEVÉ PARMIS TOUTES LES TRANCHES D'ÂGE

# LA FRÉQUENTATION MONDIALE A CONTINUÉ DE BATTRE DES RECORDS

Depuis la RWC 2021

L'intérêt croissant pour ce sport se traduit déjà par des records d'affluence battus et battus à nouveau, à mesure que la demande pour le rugby féminin en tant que produit en direct augmente.

Le premier jour du tournoi de rugby à 7 des Jeux olympiques de Paris 2024 a établi un nouveau record mondial d'affluence pour une compétition féminine de rugby



# LE PANORAMA DES COMPÉTITIONS SE DÉVELOPPE AUSSI À L'ÉCHELLE MONDIALE

La possibilité pour les femmes de pratiquer régulièrement le rugby de haute performance en compétition est essentielle pour l'avenir de ce sport. Le lancement de nouvelles compétitions en réaction marque un tournant vers plus de professionnalisme, de visibilité et d'ambition commerciale. Ces compétitions offrent un environnement de haute performance indispensable aux joueuses d'élite, élargissant les filières de développement depuis la base jusqu'à la scène internationale, et permettent aux fans de rugby féminin de développer une consommation régulière de ce sport, au-delà des grands tournois existants.

PARMI LES FANS DE RUGBY FÉMININ EN AUSTRALIE

**57 %**

CONNAISSENT LE SUPER RUGBY WOMEN<sup>1</sup>. PARMIS CEUX-CI

**63 %**

S'INTÉRESSENT À LA COMPÉTITION<sup>2</sup>.



La première finale du Super Rugby féminin a eu lieu en avril 2025, dans le cadre d'une collaboration entre Rugby Australia et New Zealand Rugby. La finale a vu les Waratahs, vainqueurs du Super W Rugby, battre les Blues, vainqueurs du Super Rugby Aupiki, et remporter le titre. Ce match croisé a encore renforcé la notoriété et la visibilité des deux compétitions nationales et des deux équipes.



LA FINALE DE L'AUPIKI 2025 A ATTIRÉ UNE AUDIENCE DE

**405 000**

TÉLÉSPECTATEURS SUR LES PLATEFORMES DE DIFFUSION ET DE STREAMING

**40 %**

DES FANS DE RUGBY FÉMININ SUR L'ENSEMBLE DES MARCHÉS ÉTUDIÉS CONNAISSENT L'ÉQUIPE FÉMININE DES LIONS BRITANNIQUES ET IRLANDAIS<sup>1</sup>. PARMIS CEUX-CI

**65 %**

S'INTÉRESSENT À LA COMPÉTITION<sup>2</sup>.



Les Lions britanniques et irlandais lanceront leur première série féminine en septembre 2027, avec une tournée en Nouvelle-Zélande et trois test-matches contre les Black Ferns. Royal London est le partenaire fondateur et le sponsor principal, tandis que Howden est le partenaire titre des Séries.

PARMI LES FANS DE RUGBY FÉMININ AU ÉTATS-UNIS :

**34 %**

CONNAISSENT LA WER LEAGUE<sup>1</sup>. PARMIS CEUX-CI

**62 %**

S'INTÉRESSENT À LA COMPÉTITION<sup>2</sup>.



Le Women's Elite Rugby (WER) a été lancé aux États-Unis en mars 2025, avec six équipes dans six villes, établissant ainsi un parcours de compétition pour les joueuses de rugby, en vue de la Coupe du Monde de Rugby féminine 2033.

PARMI LES FANS DE RUGBY FÉMININ AU ROYAUME-UNI :

**21 %**

CONNAISSENT LE CELTIC CHALLENGE<sup>1</sup>. PARMIS CEUX-CI

**54 %**

S'INTÉRESSENT À LA COMPÉTITION<sup>2</sup>.



Le Celtic Challenge, une compétition transfrontalière entre clubs, a été créé en 2022, en collaboration entre Irish Rugby, Scottish Rugby et la Welsh Rugby Union. Les fédérations continuent de travailler ensemble pour développer cette compétition. Celle-ci s'est avérée être une plateforme de haute performance essentielle pour les joueuses, contribuant à réduire l'écart entre le rugby féminin national et international dans les trois nations celtiques. En 2025, 73 joueuses du Celtic Challenge ont été sélectionnées dans leurs équipes respectives pour le Six Nations féminin<sup>3</sup>.

# LA COMMUNAUTÉ DE FANS DU RUGBY FÉMININ : UN ENGOUEMENT CROISSANT

# POINTS SAILLANTS

La dynamique du rugby féminin est indéniable et s'accélère rapidement :

- Le rugby féminin représente la plus grande opportunité d'acquérir et de convertir une nouvelle base de fans potentiels
- 65 % des fans de rugby féminin ont intensifié leur engagement au cours des quatre dernières années, dépassant largement la croissance du rugby masculin
- Près de la moitié des fans actuels ont découvert le rugby féminin au cours des deux dernières années, ce qui souligne un changement rapide et récent dans le comportement du public
- L'engagement s'étend à la fréquentation des matchs en direct, l'activité sur les réseaux sociaux, l'audience télévisée et l'achat de produits dérivés, ce qui témoigne de la profondeur et de l'étendue de la connexion ressentie par les fans.

Avec un public en pleine expansion, le rugby féminin offre une opportunité significative d'attirer et de convertir de nouveaux fans, en particulier parmi les jeunes générations adeptes des technologies numériques, en célébrant la diversité, le sens de l'engagement et en favorisant des liens authentiques entre les joueuses et les fans.



# LA COMMUNAUTÉ DE FANS DU RUGBY FÉMININ EN CROISSANCE RAPIDE

La dynamique derrière le rugby féminin est indéniable. 65 % des fans de rugby féminin ont intensifié leur engagement au cours des quatre dernières années, dépassant largement le rugby masculin. Les grands tournois attirent des audiences record, soulignant l'engouement croissant pour le rugby féminin.



# 65 %

des fans de rugby féminin ont intensifié leur engagement envers le rugby féminin au cours des 4 dernières années.

(contre 48 % des fans de rugby masculin)

Lorsqu'on leur demande comment leur engagement envers le rugby à XV a évolué au cours des quatre dernières années



## 72 %

des fans sud-africains



## 69 %

des fans français



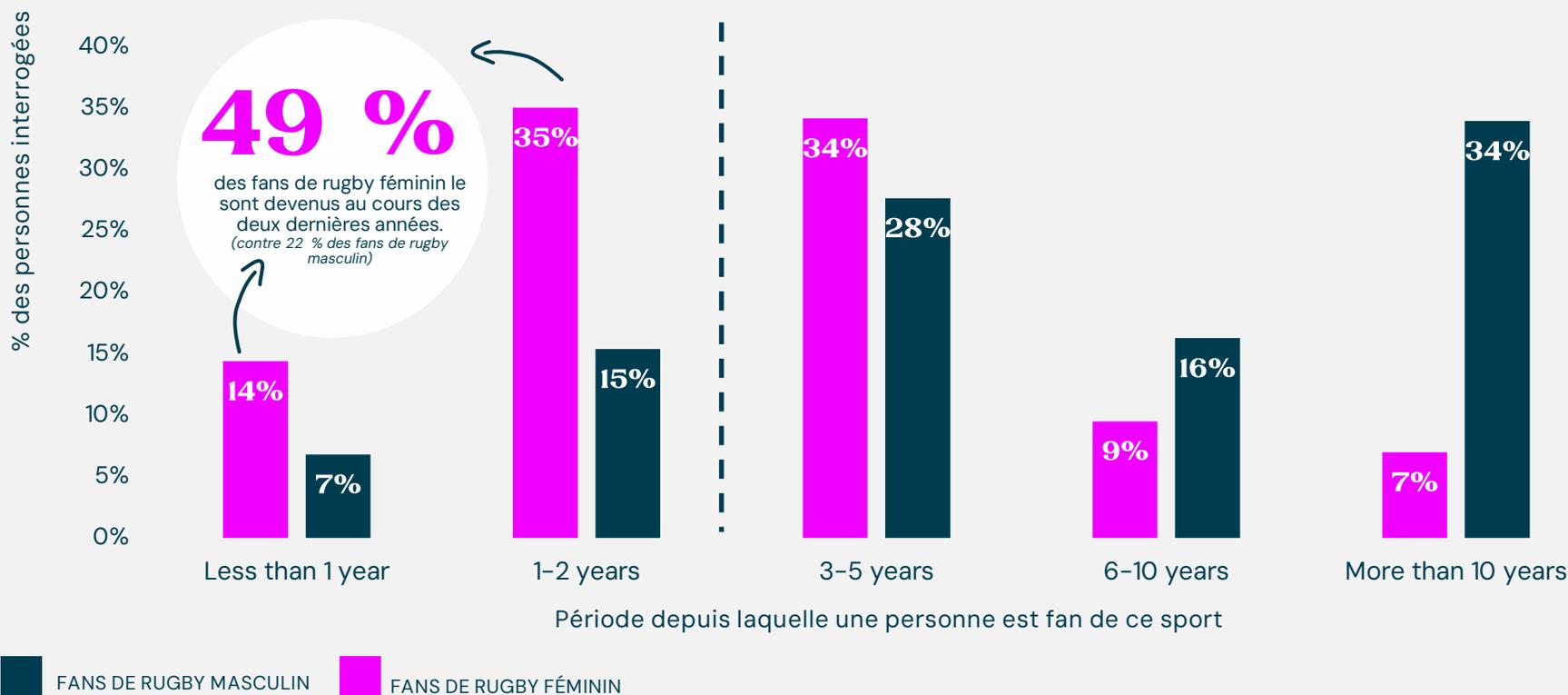
## 69 %

des fans américains

déclarent avoir intensifié leur engagement envers le rugby féminin

# PRÈS DE LA MOITIÉ DES FANS SONT DEVENUS FANS AU COURS DES 1 À 2 DERNIÈRES ANNÉES

La moitié des fans de rugby féminin sont devenus fans de ce sport au cours des deux dernières années, tandis que les fans du rugby masculin sont généralement fans depuis plus longtemps. Le Japon et l'Afrique du Sud comptent la plus grande base de fans émergente dans le rugby féminin. L'Afrique du Sud bénéficie d'un engouement de longue date pour le rugby masculin, qui commence désormais à se convertir au rugby féminin. Les nouveaux fans et les marchés émergents constituent une opportunité pour les marques, les diffuseurs et les détenteurs de droits de toucher de nouveaux publics.



## % des fans de rugby féminin par marché qui le sont devenus au cours des deux dernières années :

-  60 %
-  58 %
-  52 %
-  50 %
-  45 %
-  44 %
-  40 %

# LA COMMUNAUTÉ DE FANS DU RUGBY FÉMININ : PROFIL DEMOGRAPHIQUE DES FANS

# POINTS SAILLANTS

Le rugby féminin redéfinit l'expérience du match et attire une nouvelle génération de fans. Avec son ambiance familiale, ses valeurs inclusives et la visibilité croissante des personnalités des joueuses, ce sport devient de plus en plus pertinent pour un public moderne et diversifié.

Une base de fans qui reflète l'avenir

- Les fans de rugby féminin sont plus jeunes, plus équilibrés en termes de genre et plus axés sur la famille que le public traditionnel du rugby masculin.
- L'environnement inclusif et accueillant, en particulier les jours de match, fait du rugby féminin un sport naturel pour les familles et les jeunes

Des personnalités qui suscitent l'engagement

- Les fans du rugby féminin s'intéressent davantage aux joueuses individuelles et à leur histoire que les fans de rugby masculin, ce qui souligne **le pouvoir des récits authentiques portés par les athlètes**.
- Ce rapport humain est un outil puissant pour renforcer la fidélité et l'engagement, en particulier sur les plateformes numériques.

Fait partie d'un mouvement plus large

- **Les fans de rugby féminin reflètent les tendances générales du sport féminin**, s'inscrivant ainsi dans la tendance mondiale vers des expériences sportives plus équitables, progressistes et centrées sur les fans.
- L'attrait de ce sport n'est pas isolé : il s'inscrit dans un mouvement culturel plus large qui transforme le paysage sportif.

Le rugby masculin comme porte d'entrée

- Près de **50 %** des fans de rugby féminin déclarent avoir commencé par le rugby masculin, ce qui souligne le fort potentiel de conversion et de fidélisation entre les deux sports.

Pourquoi c'est important

- Les marques ont **une occasion unique de nouer des relations durables et de grande valeur avec les fans** dès leur plus jeune âge en s'engageant dès maintenant dans le rugby féminin.
- Ce profil de fans en pleine évolution fait du rugby féminin un point d'entrée stratégique vers des communautés plus larges qui valorisent l'authenticité, la diversité et la connexion.

# COMPRENDRE LES FANS DE RUGBY FÉMININ : QUI SONT-ILS ?

Le rugby féminin élargit son audience à des publics diversifiés, attirant un public toujours plus jeune et plus féminin. Grâce à un produit familial et à un attrait accru pour les enfants, en particulier les jours de match, le rugby féminin devient plus pertinent pour le public moderne. Cette évolution offre aux marques une occasion unique de nouer des relations durables et de grande valeur avec les fans dès leur plus jeune âge.



40 %

des spectateurs interrogés lors de la Coupe du Monde de Rugby féminine 2021, jouée en 2022, étaient accompagnés d'enfants<sup>4</sup>.



Plus jeune

29 %

des fans de rugby féminin ont moins de 35 ans (contre 25 % des fans de rugby masculin)<sup>1</sup>



Plus équilibré

43 %

des fans de rugby féminin sont de sexe féminin (contre 39 % des fans de rugby masculin)<sup>2</sup>



Orienté vers la famille

50 %

des fans de rugby féminin interrogés ont des enfants. (contre 46 % des fans de rugby masculin)<sup>3</sup>



# LES FANS DE RUGBY FÉMININ REFLÈTENT LES TENDANCES GÉNÉRALES DE L'AUDIENCE DES SPORTS FÉMININS



Plus jeune

73 %

des fans de sport féminin ont entre 18 et 44 ans, contre 62 % des fans de sport masculin<sup>1</sup>



Plus équilibré

43 %

des fans de sport féminin sont des femmes (contre 43 % des fans de rugby féminin), ce qui représente une répartition démographique beaucoup plus équilibrée que dans les sports masculins<sup>2</sup>



Orienté vers la famille

48 %

des des détenteurs de billets pour l'EURO Féminin 2022 ont assisté aux matchs en famille<sup>3</sup>

41 %

des billets achetés pour The Hundred en 2022 l'ont été par des familles<sup>4</sup>

# SUR L'ENSEMBLE DES MARCHÉS, PRÈS DE LA MOITIÉ DES FANS DE RUGBY FÉMININ ONT COMMENCÉ LEUR PARCOURS DE FAN EN SUIVANT LE JEU MASCULIN

Le rugby masculin est un moyen facile de développer l'engouement pour le rugby féminin

**48 %**

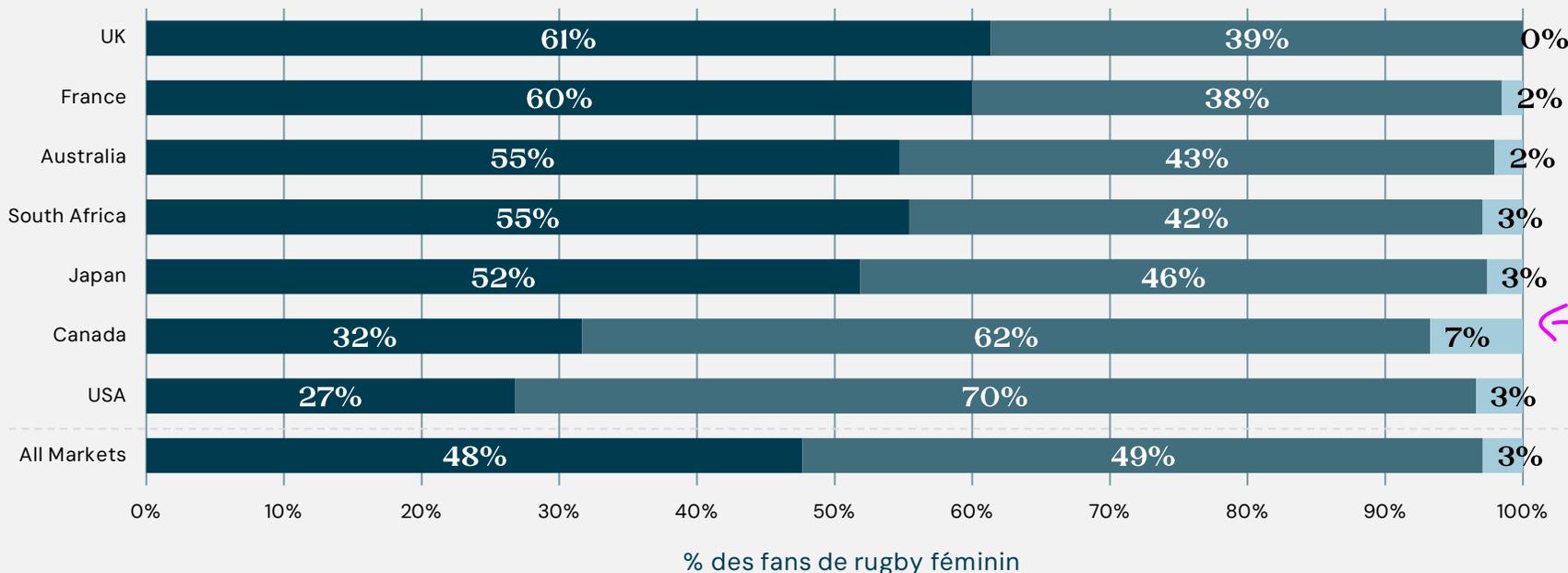
des fans de rugby féminin ont commencé leur parcours en tant que fans du rugby masculin, cette tendance étant particulièrement forte sur les marchés traditionnels du rugby tels que le Royaume-Uni et la France.

Mais sur les marchés émergents plus larges, les fans deviennent fans de rugby indépendamment du genre.

Sur les marchés moins établis, tels que les États-Unis et le Canada, respectivement **40 %** et **33 %** de plus des fans de rugby féminin étaient soit fans des deux sports dès le début, soit ont découvert ce sport directement à travers le rugby féminin.

L'opportunité

De plus en plus de fans suivent désormais les deux disciplines dès le début, ce qui représente une formidable opportunité d'élargir l'audience globale du rugby. Sur les marchés émergents en particulier, le rugby féminin ne se place pas dans le sillage de la popularité du rugby masculin, mais devient un point d'entrée significatif à part entière.



- J'ai commencé par être fan du rugby masculin
- J'étais fan du rugby masculin et féminin dès le début
- J'ai commencé par être fan du rugby féminin

## Marché de premier plan



Le Canada compte le plus haut pourcentage de fans ayant commencé par s'intéresser au rugby féminin

# LA COMMUNAUTÉ DE FANS DU RUGBY FÉMININ : À LA DÉCOUVERTE DE L'ORIGINE DES FANS

# POINTS SAILLANTS

Le rugby féminin séduit de nouveaux fans grâce à des événements majeurs, une visibilité accrue et des parcours de participation inclusifs. Alors que ce sport continue de se développer, il est essentiel de comprendre ce qui motive l'engouement des fans afin de garantir une croissance durable et à long terme de l'audience.

Les événements majeurs suscitent un nouvel intérêt

- 31 % des fans de rugby féminin déclarent avoir été motivés à suivre ce sport par les grands tournois internationaux et les événements très médiatisés.
- 70 % des spectateurs de la RWC 2021 n'avaient jamais assisté à un match de rugby féminin auparavant.
- Ces moments servent de catalyseurs pour susciter l'engagement, sensibiliser le public et créer un rapport émotionnel profond

La visibilité alimente l'engouement

- Pour 50 % des fans de rugby féminin, l'augmentation de la visibilité télévisuelle et numérique a été le point d'entrée vers ce sport
- Les investissements stratégiques dans la couverture médiatique et la mise en récit restent essentiels pour convertir les téléspectateurs en fans inconditionnels

L'expérience compte

- Les fans de rugby féminin, comme les fans de sport féminin en général, accordent une grande importance à l'expérience vécue le jour du match et à un environnement accueillant et inclusif
- Les fans ne sont pas seulement motivés par ce qui se passe sur le terrain, mais aussi par la possibilité de célébrer les athlètes féminines et de faire partie d'un mouvement

La participation est la prochaine frontière

- La création et le développement de voies d'accès à la pratique sont essentiels à la croissance à long terme
- Un accès plus large à la pratique signifie davantage d'opportunités d'inspirer les joueuses, les familles et les futurs fans, transformant ainsi l'engagement à la base en un soutien pour toute la vie

Pourquoi c'est important

- L'engouement pour le rugby féminin n'est pas seulement émergent, il est axé sur un objectif et s'accompagne d'un investissement émotionnel
- En continuant à mettre en avant les grands événements, à accroître la visibilité et à soutenir la participation, ce sport peut créer un écosystème puissant où les fans, les joueuses et les communautés croissent ensemble

# LES GRANDS TOURNOIS INTERNATIONAUX SONT UN POINT D'ENTRÉE ESSENTIEL POUR LES NOUVEAUX FANS

Les grands tournois stimulent l'intérêt et la visibilité mondiaux pour le rugby féminin, où les ligues nationales ont parfois du mal à se faire connaître de manière régulière. Ces événements amplifient la couverture médiatique, attirent de nouveaux publics et favorisent des changements systémiques, notamment en encourageant la participation.

**31%** des fans de rugby féminin sont motivés à suivre ce sport en raison de leur intérêt pour les grands tournois et les événements très médiatisés<sup>1</sup>

## Principaux marchés motivés par les grands événements<sup>1</sup>

**40 %**   **36 %**   **33 %**



FRANCE



ROYAUME-UNI



ÉTATS-UNIS

Sources : (1) GWI 2025 Women's Rugby Fan Survey. Q : Qu'est-ce qui vous motive à suivre le rugby à XV féminin ? (2) Rapport Post-Tournoi RWC2021 (Données Fans avril 2023) Championnat féminin d'Europe de l'UEFA 2022 (juillet 2023), (4) Communiqué de presse ECB (5) Réseaux sociaux des Matildas

# GRANDS ÉVÉNEMENTS SPORTIFS FÉMININS

Les expériences exceptionnelles favorisent la fidélisation des fans, en particulier parmi les nouveaux fans :

**70 %**

des spectateurs de la Coupe du Monde de Rugby féminine 2021 n'avaient jamais assisté à un match de rugby féminin<sup>2</sup>.

**40 %**

des spectateurs assistaient à leur premier match de football féminin en direct, et **29 %** découvraient un match international, lors de l'EURO féminin 2022<sup>3</sup>

**57 %**

des téléspectateurs de The Hundred n'avaient regardé aucun autre match de cricket de l'ECB en direct en 2021<sup>4</sup>

Les expériences formidables favorisent la fidélisation



**95 %**

des spectateurs de la RWC 2021 ont déclaré être plus enclins à assister à un match de rugby féminin<sup>2</sup>



**16**

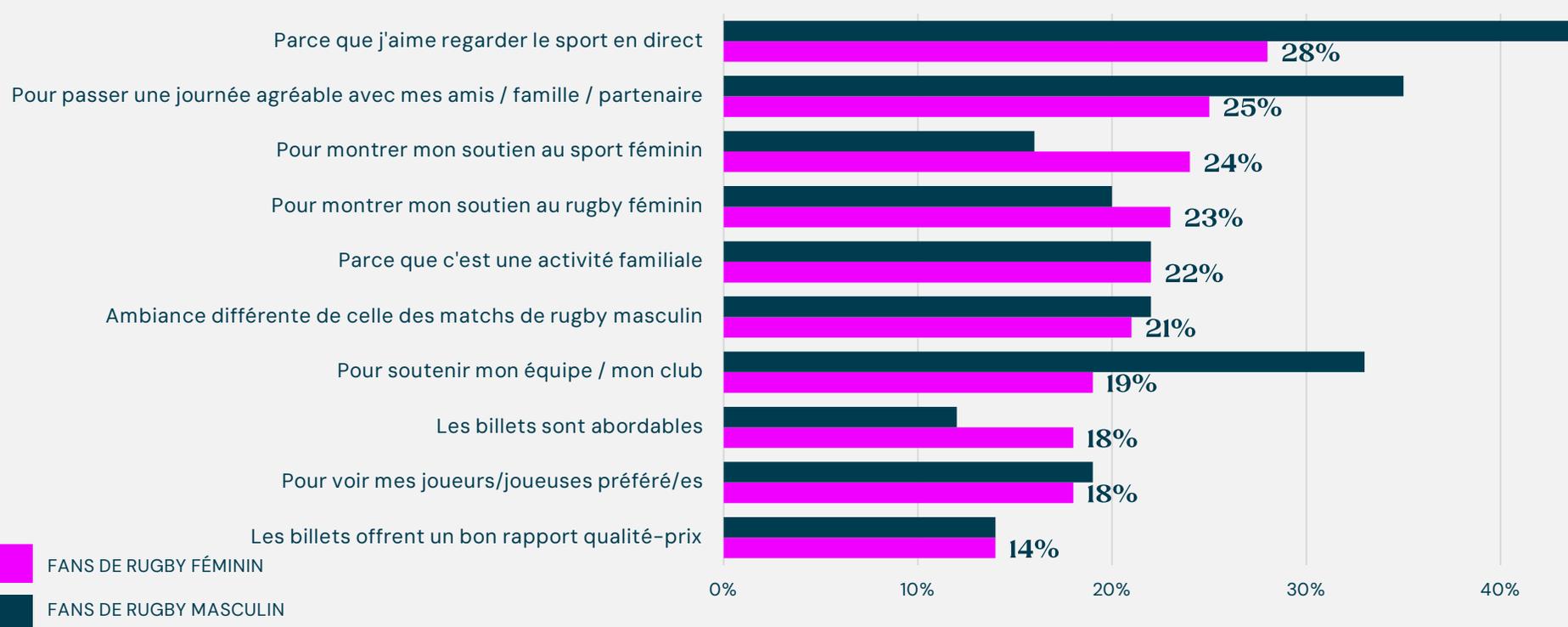
matches à guichets fermés pour les Matildas à domicile après la Coupe du monde féminine de football 2023<sup>5</sup>

# UNE EXCELLENTE EXPÉRIENCE DE JOUR DE MATCH, ET NON LE PRIX, EST UN FACTEUR MOTIVANT CLÉ POUR LES FANS DE RUGBY FÉMININ

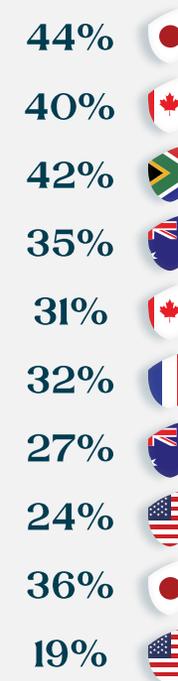
Les fans de rugby féminin assistent aux matchs pour des raisons plus variées que les fans de rugby masculin. Alors que les fans de rugby masculin sont principalement motivés par leur amour du sport en direct, des sorties divertissantes et leur fidélité à leur équipe, les fans du rugby féminin ont des motivations plus diverses, notamment le soutien au sport féminin, l'expérience unique du jour de match, l'ambiance familiale et des raisons liées à des valeurs telles que le soutien au rugby féminin.



## Raison pour aller voir un match de rugby à XV



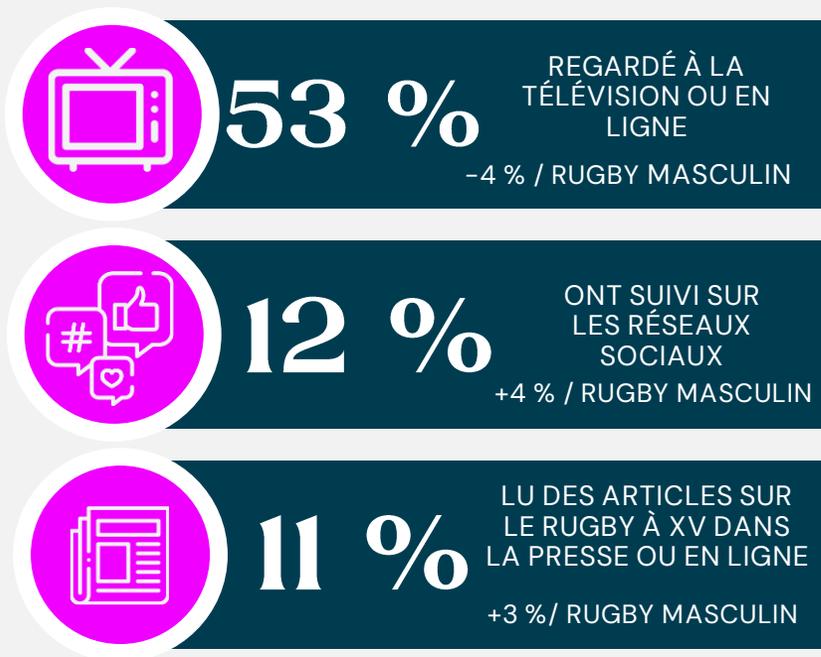
## Principale raison de la participation (%)



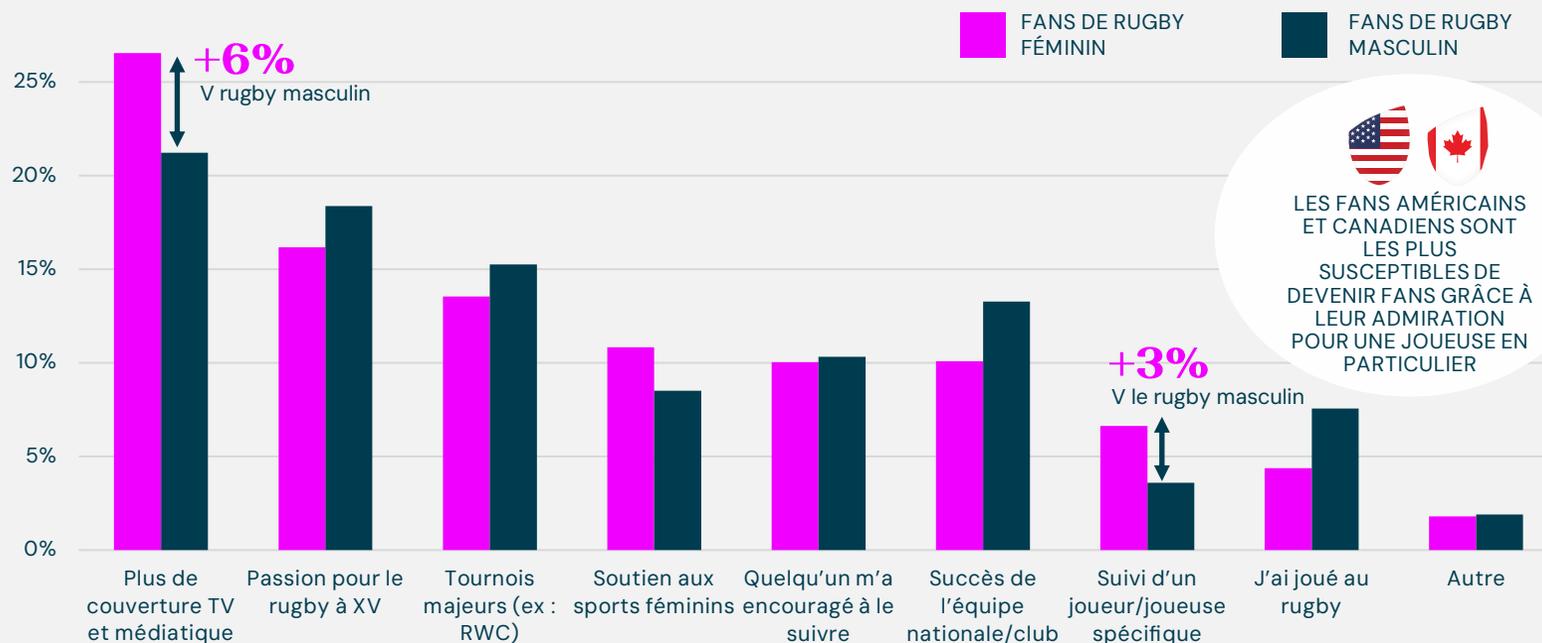
# QUAND LE RUGBY FÉMININ EST FACILE À TROUVER, IL EST FACILE À AIMER

Plus de la moitié des fans de rugby féminin ont découvert ce sport à la télévision ou sur Internet, 27 % d'entre eux ayant été attirés par une plus grande visibilité médiatique. Les réseaux sociaux jouent également un rôle beaucoup plus important que dans le rugby masculin pour attirer de nouveaux fans, puisqu'ils constituent le deuxième canal le plus fréquent par lequel les gens découvrent le rugby féminin. Cette tendance ne fera que se confirmer à mesure que les joueuses vedettes du rugby féminin continueront à gagner en notoriété.

## Les trois principaux canaux (points de contact) par lesquels les fans ont découvert le rugby féminin<sup>1</sup>

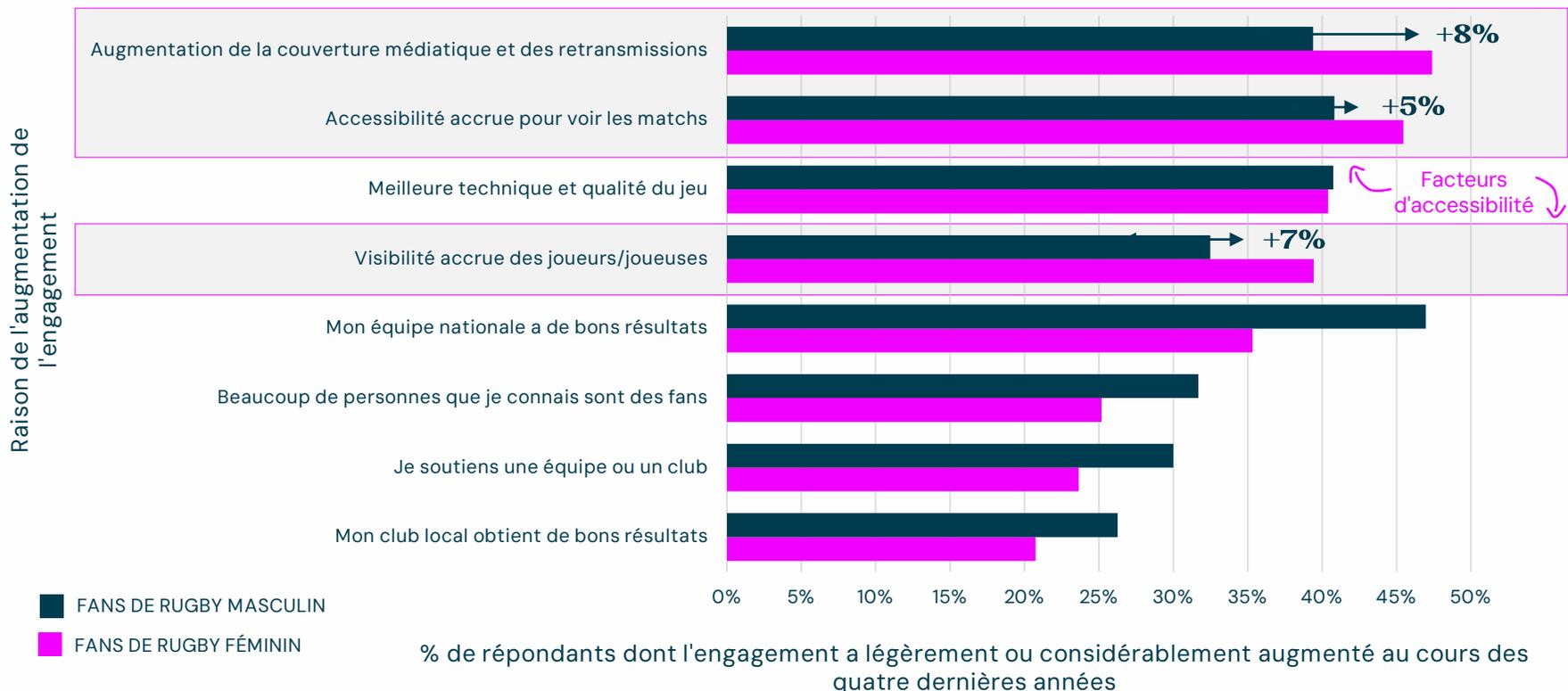


## Principale raison pour laquelle les fans sont devenus fans de rugby à XV<sup>2</sup>



# L'ACCESSIBILITÉ EST LE PRINCIPAL FACTEUR D'ENGAGEMENT DES FANS DE RUGBY FÉMININ AU COURS DES QUATRE DERNIÈRES ANNÉES

Cette tendance contraste avec le rugby masculin, où l'engouement est plus étroitement lié aux performances de l'équipe nationale. Pour continuer à renforcer l'engagement des fans dans le rugby féminin, il sera essentiel de mettre l'accent sur la visibilité et l'accessibilité, avec une approche « toujours active », afin que ce sport reste au premier plan dans l'esprit des fans.



## Principales raisons de l'augmentation de l'engagement

### Rugby féminin

Augmentation de la couverture médiatique et des retransmissions



Accessibilité accrue pour regarder les matchs



### Rugby masculin

Mon équipe nationale obtient de bons résultats



Accessibilité accrue pour regarder les matchs



42 %

Augmentation de la couverture médiatique et des retransmissions



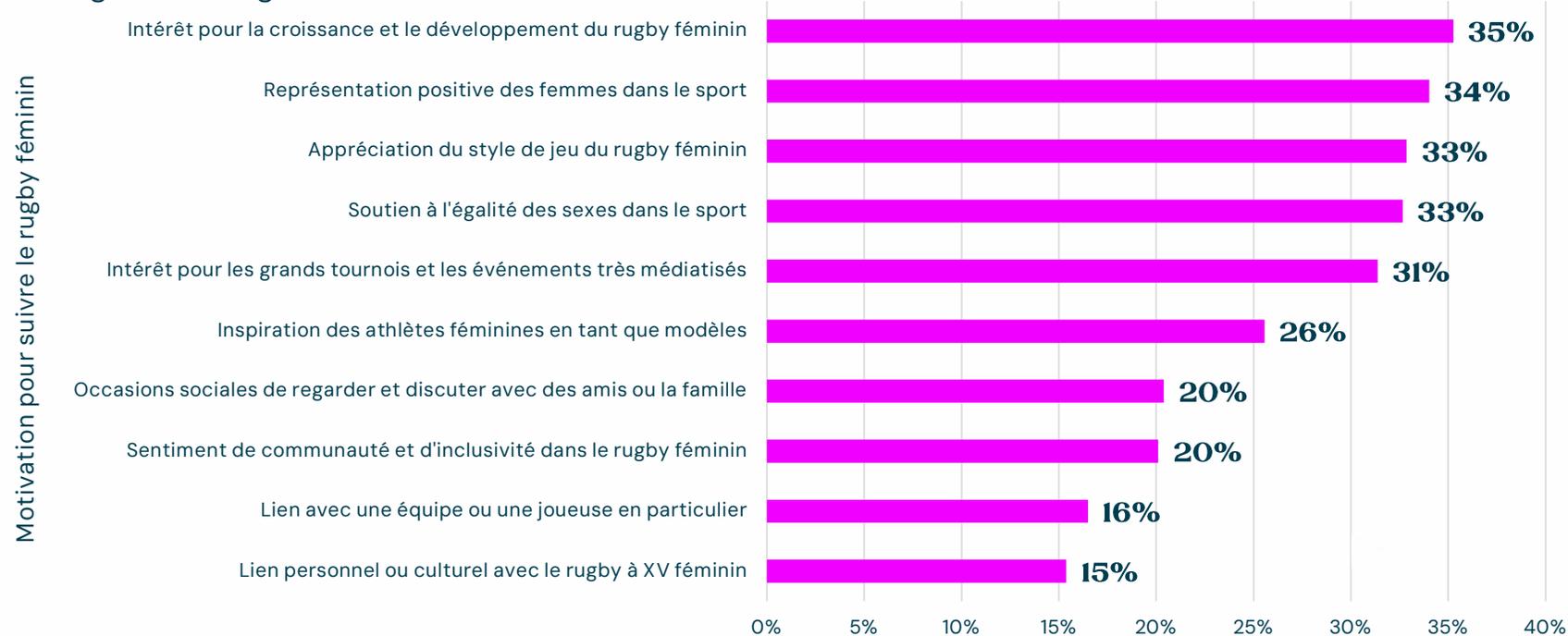
Meilleure technique et qualité du jeu sur le terrain



49 % 38 %

# DES FANS DE SPORT FÉMININ S'INTÉRESSENT À BIEN PLUS QUE LE JEU SUR LE TERRAIN – LES FANS DE RUGBY FÉMININ NE FONT PAS EXCEPTION

Les valeurs associées au sport féminin, telles que l'égalité des sexes, la représentation positive et le développement de la discipline, sont des facteurs puissants qui suscitent l'intérêt des fans, au même titre que les performances sur le terrain et les grands événements. Le rugby féminin devrait intégrer activement ces arguments clés dans sa stratégie marketing afin de se différencier et d'attirer de nouveaux fans.



Pourcentage de répondants motivés par des facteurs spécifiques<sup>1</sup>

Sources : (1) GWI 2025 Women's Rugby Fan Survey. Q : Qu'est-ce qui vous motive à suivre le rugby à XV féminin ? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent. (2) YGS Premiership Women's Rugby Wave 1 January Update

## Fluctuations du marché



des fans de rugby féminin en France sont motivés pour suivre les grands tournois (contre 31% en moyenne)<sup>1</sup>



des fans de rugby féminin aux États-Unis sont motivés à suivre ce sport en raison de leur lien personnel et culturel avec le rugby féminin (contre 15% en moyenne)<sup>1</sup>



## Principale raison de suivre la PWR

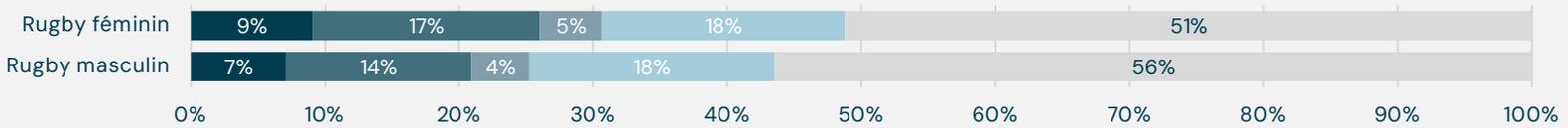


des fans du Premiership Women's Rugby suivent cette compétition pour soutenir le développement du sport féminin<sup>2</sup>

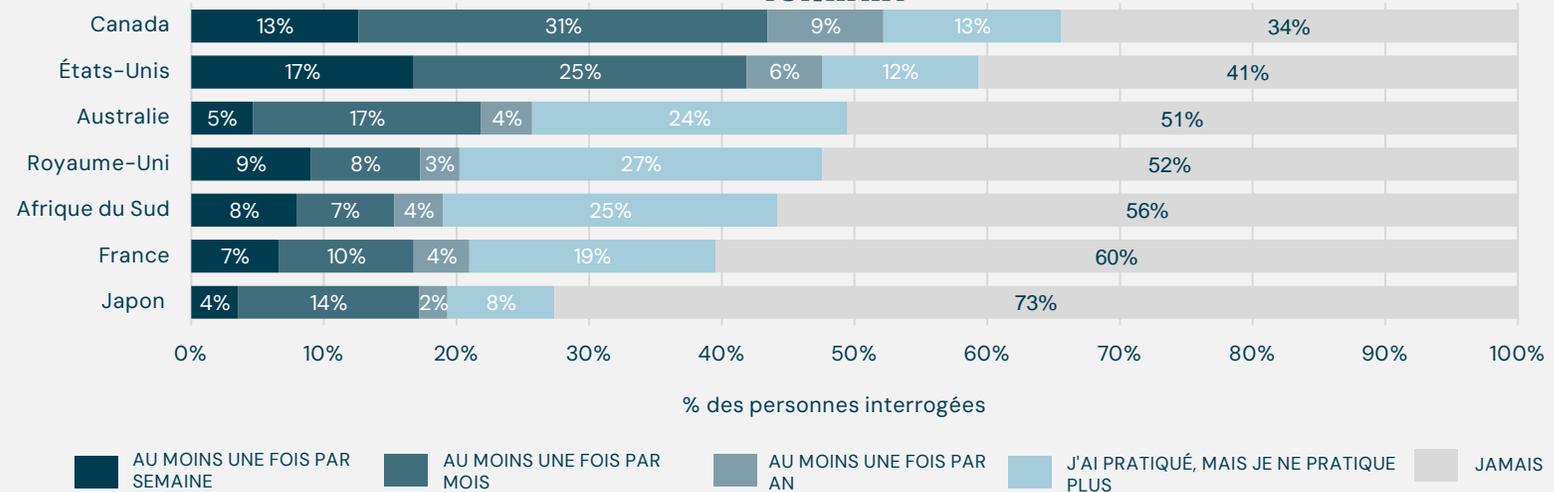
# L'OPPORTUNITÉ : ACQUÉRIR DE NOUVEAUX FANS AU-DELÀ DE CEUX QUI PRATIQUENT CE SPORT

**Le contexte :** les fans de rugby féminin sont plus susceptibles de jouer au rugby au moins une fois par mois que les fans de rugby masculin. Ce lien entre la pratique et le suivi démontre l'impact plus large que ce sport a sur les individus et les communautés qui se créent grâce à la participation, et constitue une base solide pour fidéliser les fans à vie.

Participation au rugby à XV



Fans de rugby féminin



Marchés en expansion au-delà de la base de participation :



Le défi stratégique pour les 3-5 prochaines années consiste à développer ce sport au-delà de la base actuelle de pratiquants.

Les données montrent que le Royaume-Uni, l'Afrique du Sud et la France sont les pays où la proportion de fans de rugby féminins qui pratiquent également ce sport est la plus faible.

Cela reflète la maturité croissante de ces marchés, où l'engouement est de plus en plus motivé par un intérêt culturel plus large, et non plus seulement par la pratique personnelle.

Source : GWI 2025 Women's Rugby Fan Survey; Q : Pratiquez-vous vous-même le rugby à XV ? Les participants actifs sont des joueurs

# LA COMMUNAUTÉ DE FANS DU RUGBY FÉMININ : QUE VEULENT LES FANS ET COMMENT S'EXPRIME LEUR PASSION

# POINTS SAILLANTS

À la rencontre des fans actuels de rugby féminin : accès, récits et changement d'allégeance

Les fans de rugby féminin d'aujourd'hui redéfinissent ce que signifie qu'être un supporter. Ils sont **engagés, en pleine évolution et avides d'en savoir plus** : plus d'accès, plus de contenu et une connexion plus profonde avec les athlètes qu'ils admirent.

L'intérêt des fans grandit, mais l'accès est essentiel

- 55 % des fans de rugby féminin déclarent que leur intérêt va croître, mais seulement s'ils ont la possibilité de regarder, d'assister et de s'impliquer
- 41 % souhaitent avoir davantage accès aux matchs en direct, ce qui confirme que la visibilité est essentielle pour maintenir et développer l'engouement

Les fans suivent des personnes, pas seulement des équipes

Les fans de rugby féminin sont animés par un esprit communautaire et axé sur les joueuses, attirés par leur personnalité, leurs valeurs et leur histoire au-delà du jeu. Ils redéfinissent les modèles traditionnels de fidélité :

- 41 % ne soutiennent pas un club précis
- 25 % en soutiennent deux ou plus, ce qui reflète un comportement fluide et moderne des fans, en phase avec les tendances générales du sport féminin et de la culture jeune

Le contenu est un vecteur de connexion

- Les fans d'aujourd'hui réclament davantage de récits centrés sur les athlètes, allant de documentaires à des contenus courts sur les réseaux sociaux
- **Des histoires personnelles, authentiques et accessibles** contribuent à renforcer l'investissement émotionnel et à rapprocher les fans du jeu et de ses stars

Pourquoi c'est important

- La communauté des fans du rugby féminin est **motivée par la pertinence et la proximité émotionnelle**, et non par la géographie ou la tradition
- Pour répondre aux attentes des fans où qu'ils se trouvent, les fédérations, les ligues et les partenaires commerciaux doivent donner la priorité à l'accès aux retransmissions, à des récits authentiques et à des contenus numériques innovants



# LES FANS PENSENT QUE LEUR INTÉRÊT VA GRANDIR, MAIS ILS ONT BESOIN D'OCCASIONS DE REGARDER, D'ASSISTER ET DE S'ENGAGER

Plus de la moitié des fans de rugby féminin pensent que leur intérêt pour ce sport va croître à l'avenir. Les plateformes familières telles que la télévision et le streaming en ligne sont les principaux vecteurs de croissance, tandis que la fréquentation des stades et les réseaux sociaux jouent également un rôle clé dans la croissance future, notamment en dehors des périodes de diffusion ou de tournois.

## 55 %

des fans de rugby féminin pensent que leur intérêt pour le rugby à XV va s'accroître à l'avenir, les fans souhaitant...

Marchés où la croissance de la communauté de fans de rugby féminin devrait être la plus forte



73 %



66 %



61 %

1

**Regarder plus**  
de matchs en direct à la TV et en ligne<sup>2</sup>

### 41 %

2

**Assister à plus**  
de matchs en personne<sup>2</sup>

### 25 %

3

**Suivre davantage**  
sur les réseaux sociaux

### 23 %

# DEUX FOIS PLUS DE FANS DE RUGBY FÉMININ AFFIRMENT QUE LA CULTURE DES FANS EST LA PRINCIPALE RAISON POUR LAQUELLE ILS PRÉFÈRENT CE SPORT AU RUGBY À XV MASCULIN

Les fans de rugby féminin sont attirés par les récits, les personnalités et le fort sentiment d'appartenance à une communauté. Le rugby féminin crée davantage de liens grâce aux émotions, à la culture et au caractère, ce qui en fait une expérience plus personnelle. De nombreux fans pratiquent eux-mêmes ce sport, ce qui renforce leur attachement au jeu féminin.

## Fluctuations du marché – Rugby à XV



**46 %**

des fans japonais de rugby qui préfèrent le rugby à XV féminin disent que c'est parce qu'ils préfèrent le style de jeu<sup>1</sup>

**12 %**

citent la participation comme raison pour laquelle ils préfèrent le rugby à XV féminin – le % le plus bas de tous les marchés étudiés<sup>1</sup>



Les États-Unis et le Canada affichent des préférences similaires dans le rugby à XV féminin et le rugby à sept féminin.

Le style de jeu, la culture des fans et les récits autour des joueuses sont les raisons les plus couramment invoquées pour expliquer leur préférence pour le format féminin.

## Comparaison globale dans le rugby à XV

Raison	Préfère le jeu féminin <sup>1</sup> (%)	Préfère le jeu masculin <sup>1</sup> (%)
Je préfère la culture des fans	33%	14%
Je préfère le style de jeu	33%	38%
Je préfère le sport féminin/masculin en général	30%	38%
Je trouve les joueurs, les personnalités et les récits plus intéressants	28%	18%
Mes équipes nationales/clubs sont plus compétitives	24%	29%
C'est juste une préférence personnelle ou une habitude	23%	33%
Il est plus facile d'assister à des matchs en direct	22%	18%
Je pratique ce sport	20%	8%

## Focale sur le rugby à sept

Raison	Préfère le jeu féminin à 7 <sup>3</sup> (%)	Préfère le jeu masculin à 7 <sup>4</sup> (%)
Je préfère le style de jeu	35%	39%
Je préfère le sport féminin/masculin	34%	40%
Je préfère la culture des fans	31%	18%
Les joueurs/personnalités sont plus intéressantes	26%	20%
Les équipes nationales/clubs sont plus compétitives	24%	24%
Préférence personnelle ou habitude	23%	31%
Assister à des matchs en direct est plus accessible	20%	19%
Je pratique ce sport	19%	9%

# LES FANS DE RUGBY FÉMININ REDÉFINISSENT LA LOYAUTÉ TRADITIONNELLE ENVERS LES CLUBS ET ADOPTENT UN COMPORTEMENT DE FAN FLUIDE

Les fans fluides sont définis comme étant ouverts au changement, autonomes dans leurs choix et en constante évolution<sup>1</sup>. Cela libère un soutien qui va au-delà de la loyauté envers un seul club, souvent le cas dans l'engouement sportif traditionnel, et favorise une culture dynamique ancrée dans des expériences et des valeurs partagées plutôt que dans le tribalisme des clubs. Cela ouvre également de nouvelles sources de revenus, car ces fans sont prêts à tenter de nouvelles expériences et de nouveaux modes d'engagement. À mesure que ce sport mûrit, une plus grande loyauté envers les clubs, stimulée par des liens intergénérationnels et des relations locales plus étroites, renforcera l'engouement et favorisera la consommation habituelle de ce sport.

## L'opportunité d'engagement

Reflétant le parcours dans le temps et le stade actuel de développement des compétitions nationales d'élite, les fans de rugby féminin sont plus nombreux que les fans de rugby masculin à n'avoir jamais soutenu un club national

### Aucun club soutenu<sup>2</sup>

41 %

FANS DE RUGBY FÉMININ

35 %

FANS DE RUGBY MASCULIN



Le Japon compte la plus forte proportion de fans n'ayant jamais soutenu un club national. 56 % dans le rugby féminin et 57 % dans le rugby masculin



La France présente l'écart le plus important en termes de fans flottants, les fans de rugby féminin étant 20 % plus susceptibles que les fans de rugby masculin de n'avoir jamais soutenu un club national (52 % contre 32 %)

## Fans multi-clubs

Les fans de rugby féminin ont tendance à soutenir plus d'un club, davantage que les fans de rugby masculin

### 2+ clubs soutenus<sup>2</sup>

25 %

FANS DE RUGBY FÉMININ

23 %

FANS DE RUGBY MASCULIN



Le Canada est en tête de tous les marchés en termes de soutien à plusieurs clubs parmi les fans de rugby féminin, 33 % d'entre eux suivant plus d'une équipe

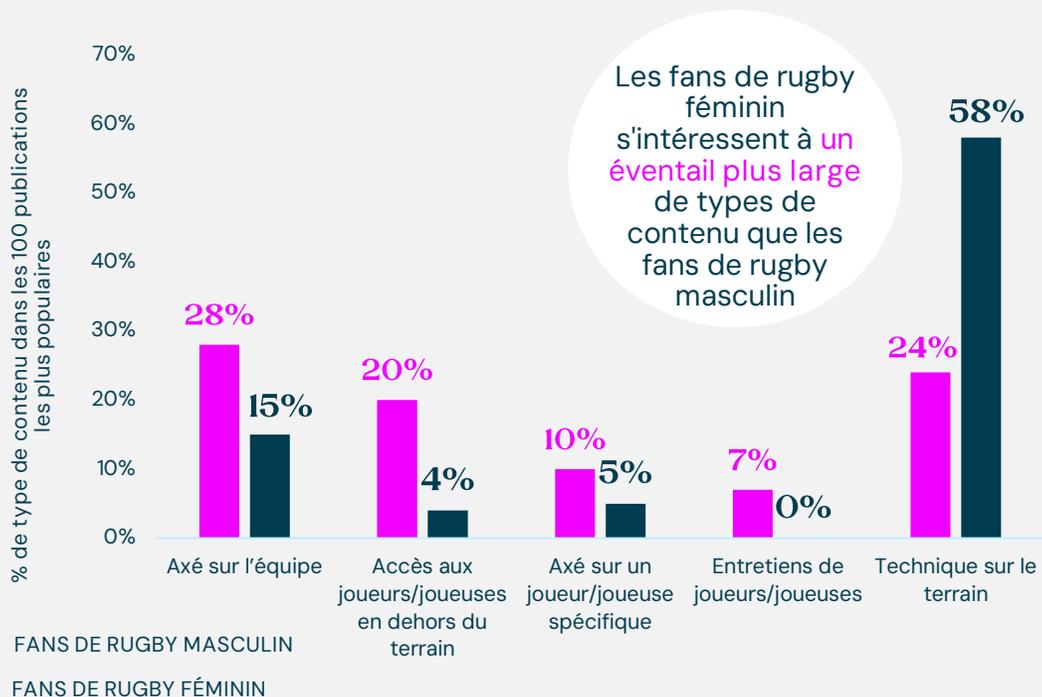


En Australie, un nombre de fans similaires soutient un seul club (25 %) ou plusieurs clubs (22 %).

# LE RUGBY FÉMININ SE DÉVELOPPE GRÂCE À LA MISE EN RÉCIT SOCIALE

Les fans de rugby féminin s'intéressent à un contenu très varié, allant des anecdotes hors du terrain aux portraits des joueuses en passant par la culture des fans. Si le rugby masculin suscite un engagement plus fort autour du contenu sur le terrain, il existe un potentiel croissant dans ce domaine pour le rugby féminin. À mesure que la qualité du jeu s'améliore, les occasions de mettre en avant l'athlétisme de l'élite se multiplient, tout en continuant à investir dans une mise en récit qui donne vie au jeu et à ses personnalités.

Analyse du type de contenu des 100 publications les plus populaires sur le rugby masculin et féminin sur les chaînes appartenant à World Rugby, en fonction de l'engagement<sup>1</sup>



Lorsqu'on les interroge, les fans de rugby féminin indiquent apprécier et/ou souhaiter voir davantage de contenus liés au récit, aux impressions des joueuses et à la communauté<sup>2</sup>

Documentaires

29 %

Contenu dans les coulisses

26 %

En Australie, ce chiffre atteint 32 %

Contenu axé sur les joueuses

24 %

Culture des fans et récits de la communauté

21 %

Aux États-Unis et au Canada ce chiffre atteint 25 %

# WALLAROOS : DÉVELOPPER UN PUBLIC ET LA VISIBILITÉ EN VUE DE LA COUPE DU MONDE DE RUGBY FÉMININE 2029

Depuis 2023, Rugby Australia a adopté une approche ciblée pour mieux faire connaître les Wallaroos, afin de constituer un public et de renforcer leur notoriété en tant que futurs hôtes de la Coupe du Monde de Rugby féminine 2029. Parallèlement à l'évolution de son programme de haute performance féminin, illustré par le titre remporté lors du WXV 2 en 2024, la visibilité et la couverture médiatique de l'équipe, de ses joueuses et de leurs fans toujours plus nombreux ont été au cœur de la stratégie.

Les éléments clés de cette approche ont été les suivants :

Augmenter les ressources pour la production de contenu, notamment en affectant davantage de personnel lors des compétitions et des périodes d'entraînement clés

Améliorer les compétences et le mentorat de l'équipe chargée du contenu (axée sur les tendances et l'impact) et renforcer la collaboration au sein de Rugby Australia afin de tirer parti de la visibilité des Wallaroos

Suivre et analyser les données et les informations d'une année sur l'autre afin de développer et d'améliorer les méthodes de création et de diffusion de contenu numérique

Assurer une présence « toujours branchée » sur les plateformes sociales et numériques afin de soutenir les moments forts, tels que les tournois internationaux et les jours de match



Depuis 2023, cette approche ciblée a permis d'obtenir les résultats suivants sur les réseaux sociaux des Wallaroos...

985 %

Augmentation des abonnés sur les réseaux sociaux

623 %

Augmentation des engagements sur les réseaux sociaux

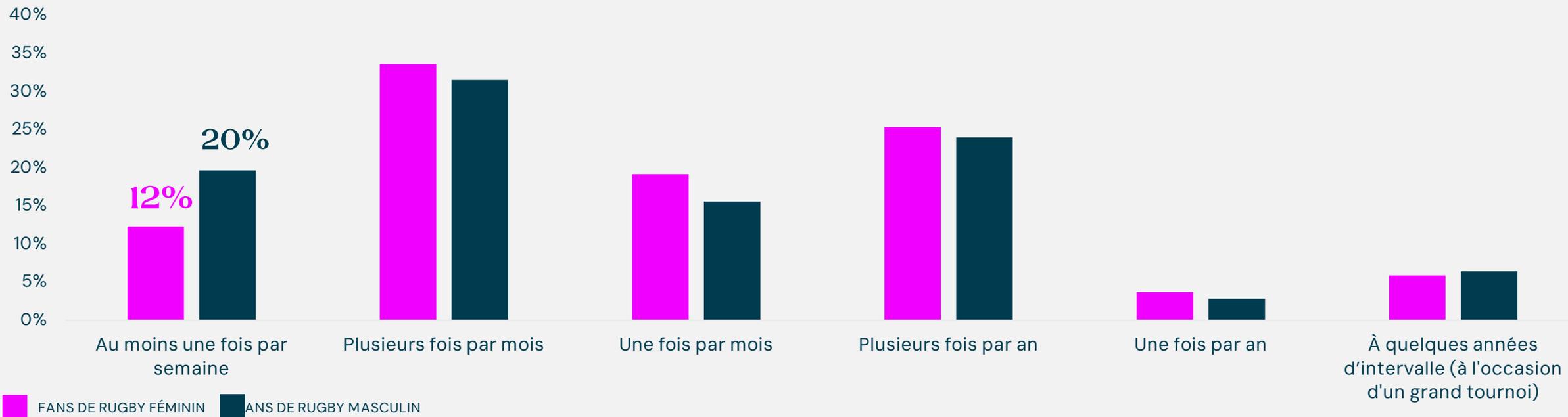
3700 %

Augmentation des vues sur les réseaux sociaux

# LES FANS DE RUGBY FÉMININ S'ENGAGENT MOINS FRÉQUEMMENT QUE LES FANS DE RUGBY MASCULIN

Si près de la moitié des fans de rugby féminin s'intéressent au rugby au moins plusieurs fois par mois, leur fréquence d'engagement est inférieure à celle des fans de rugby masculin, avec seulement **12 %** des fans de rugby féminin s'engageant chaque semaine, contre **20 %** des fans de rugby masculin. Il est essentiel d'augmenter la fréquence de l'engagement des fans avec le rugby féminin afin de développer une base de fans plus fervente et plus lucrative. Le meilleur moyen d'accroître l'engagement : offrir aux fans davantage d'occasions de regarder, de suivre et d'assister à des matchs de rugby féminin.

## Engagement des fans envers le rugby



# L'OPPORTUNITÉ D'ENGAGEMENT AVEC LA DIFFUSION

Regarder en direct, à la télévision ou en ligne, est le moyen le plus courant pour les fans de s'engager envers le rugby, tant pour le jeu masculin que féminin. Cependant, il existe un écart notable entre la proportion de fans qui regardent le rugby féminin et ceux regardant le rugby masculin (56 % contre 67 %). Bien que cela reste le principal canal d'engagement, il reste encore du travail à faire pour combler cet écart. Améliorer la visibilité, la qualité et l'accessibilité des retransmissions du rugby féminin, et indiquer clairement aux fans où ils peuvent les regarder, sera essentiel pour accroître l'engagement.

## Les 2 principales voies d'engagement des fans dans le rugby à XV

Regarder à la télévision ou en ligne

56 %

FANS DE RUGBY FÉMININ

67 %

FANS DE RUGBY MASCULIN

Regarder les temps forts et/ou les émissions d'analyse

31 %

FANS DE RUGBY FÉMININ

31 %

FANS DE RUGBY MASCULIN

Suivre sur les réseaux sociaux

24 %

FANS DE RUGBY FÉMININ

22 %

FANS DE RUGBY MASCULIN



Au Royaume-Uni, 69 % des personnes interrogées s'engagent en regardant la télévision ou en ligne, le % le plus élevé de tous les marchés, contre seulement 38 % des fans au Canada



En Afrique du Sud, 37 % des personnes interrogées s'engagent en regardant les temps forts et/ou les émissions d'analyse, le % le plus élevé de tous les marchés, contre seulement 27 % des fans au Japon



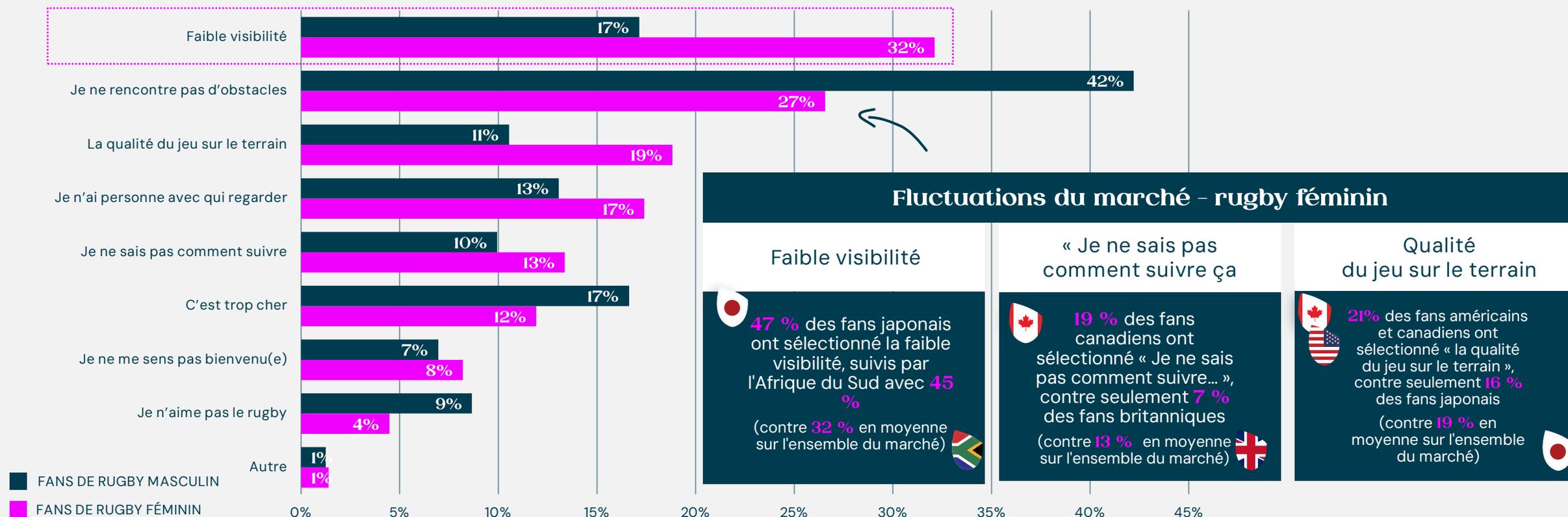
En Afrique du Sud, 37 % des personnes interrogées s'engagent sur les réseaux sociaux, le % le plus élevé de tous les marchés, contre seulement 17 % des fans en France



# LA VISIBILITÉ EST LA CLÉ DE LA CROISSANCE

Le manque de visibilité est le principal obstacle à un engagement plus profond envers le rugby féminin, un problème beaucoup moins évident dans le jeu masculin. Des parcours limités et moins accessibles créent des frictions qui limitent la découverte. Ce fossé dans la visibilité reflète des obstacles systémiques à la croissance plus vastes.

## Obstacles à l'engagement envers le rugby féminin



# LA COMMUNAUTÉ DE FANS DU RUGBY FÉMININ : IMPACT DES ATHLÈTES FÉMININES - INFLUENCE ET LIEN DIRECT AVEC LES FANS

# POINTS SAILLANTS



## Le pouvoir des athlètes féminines – Influence, confiance et impact commercial

Les athlètes féminines excellent non seulement sur le terrain, mais elles s'avèrent également être des moteurs puissants de l'engagement, de la confiance et de la valeur dans le monde du sport et du commerce. Dans le rugby féminin, leur influence est un facteur clé de l'essor de ce sport.

### Des voix inspirant la confiance, une influence authentique

- Les fans de sport féminin sont **2,8 fois**<sup>1</sup> plus susceptibles d'acheter un produit recommandé par une athlète féminine que par tout autre type d'influenceur.
- **57 %** des consommateurs pensent que les athlètes féminines croient sincèrement aux produits qu'elles promeuvent, soit **14 %** de plus que pour les athlètes masculins, ce qui montre un avantage en termes de confiance.
- Les athlètes féminines sont perçues comme accessibles, authentiques et déterminées, des qualités qui correspondent à ce que les fans et les consommateurs modernes attendent des ambassadeurs de marque.

### Des modèles inspirants

- Pas moins de **88 %**<sup>1</sup> des personnes interrogées considèrent les athlètes féminines professionnelles comme des modèles puissants pour les jeunes femmes, ce qui renforce leur pertinence culturelle et sociale au sens large.
- Leur impact va bien au-delà du sport, façonnant les perceptions, les comportements et les aspirations de la prochaine génération.

### La dynamique des réseaux sociaux

- En 2024, l'audience des athlètes féminines individuelles sur les réseaux sociaux en Amérique du Nord a cru plus rapidement que celle de nombreux grands tournois<sup>2</sup> sportifs mondiaux, soulignant leur influence numérique croissante et leur résonance mondiale.
- Cette croissance **souligne l'opportunité d'investir dans la mise en récit des athlètes** et dans leurs marques personnelles afin d'approfondir l'engagement des fans et de créer de la valeur.

### Pourquoi c'est important

- Dans le rugby féminin, investir dans les athlètes et leur offrir une plateforme n'est pas seulement la juste chose à faire, c'est aussi une stratégie intelligente et très rentable.
- **Les athlètes féminines créent des liens, convertissent et mènent.** Leurs voix sont écoutées, leurs histoires comptent et leurs plateformes ont le pouvoir de transformer à la fois la fidélité des fans et les résultats des marques.

# LES ATHLÈTES FÉMININES SONT LE MOTEUR DE LA CROISSANCE DU SPORT FÉMININ

Les athlètes féminines stimulent l'engagement dans le sport féminin grâce à leurs **performance, personnalité, mobilisation et attractivité commerciale**. Leur influence redéfinit les récits, renforce la visibilité et prouve que le sport féminin peut attirer un large public et connaître un succès commercial.

Les athlètes féminines ont davantage d'influence que les autres types d'influenceurs

Les fans de sport féminin sont influencés par les athlètes féminines...

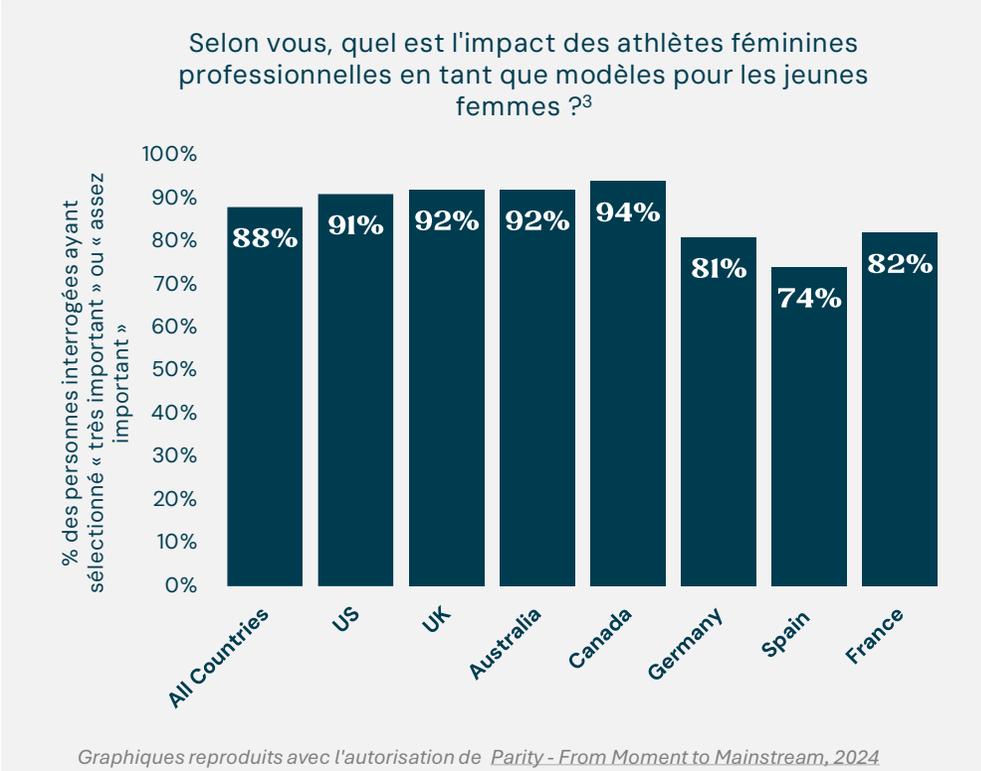
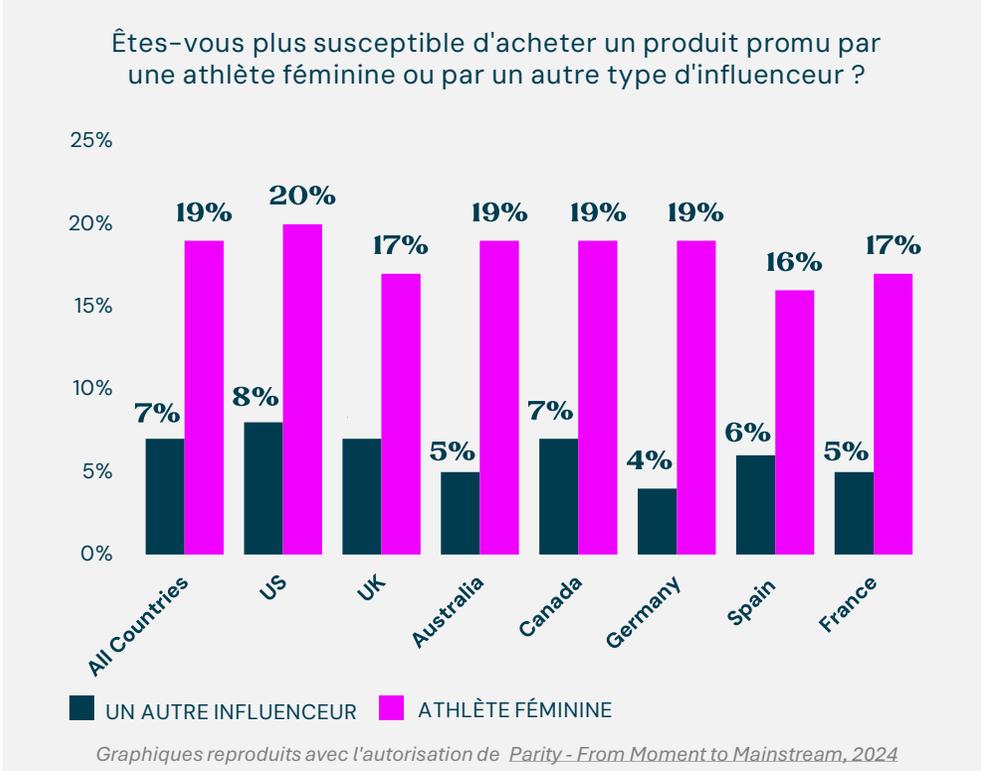
...et les considèrent comme des modèles puissants pour les jeunes femmes.

Les fans de sport féminin sont...

**2,8x**  
susceptibles d'acheter un produit recommandé par une athlète féminine que par tout autre type d'influenceur<sup>1</sup>

**88 %**  
considèrent les athlètes féminines professionnelles comme des modèles puissants pour les jeunes femmes

**57 %**  
des consommateurs pensent que les athlètes féminines croient sincèrement aux produits qu'elles promeuvent (14 % de plus que pour les athlètes masculins)

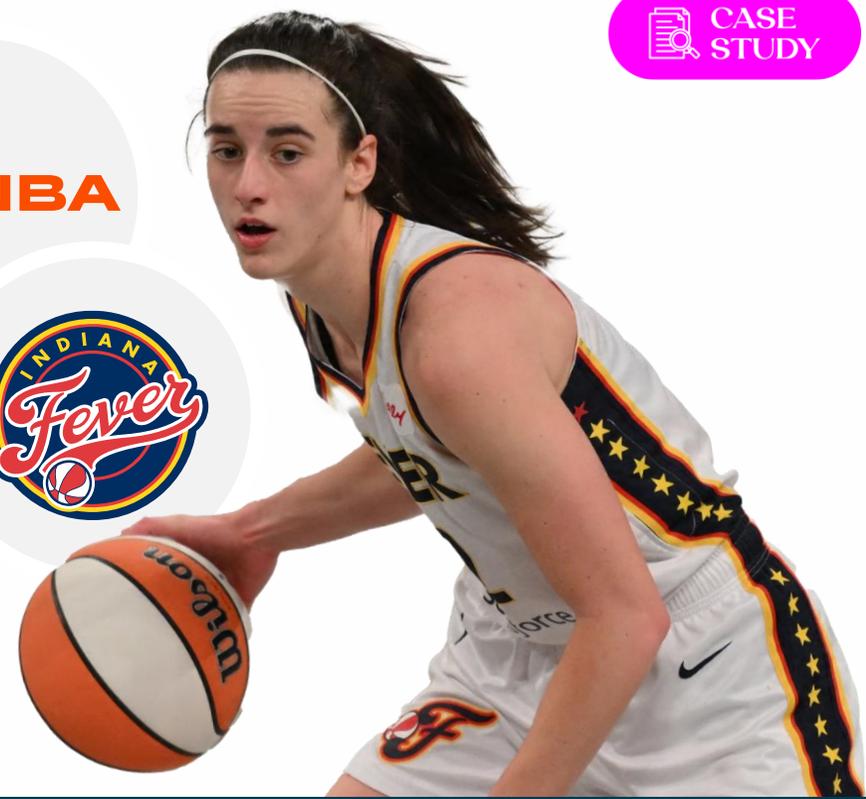


# AVEC DES SUPERSTARS GÉNÉRATIONNELLES STIMULANT LA CROISSANCE DES SPORTS INDIVIDUELS

## La WNBA et l'effet Caitlin Clark

La WNBA (États-Unis) connaît actuellement une période de croissance significative, en partie grâce à des joueuses exceptionnelles qui captivent l'attention du public tant sur le marché national qu'à l'international. On peut affirmer qu'aucune athlète n'a autant contribué à cette tendance que Caitlin Clark. En 2024, après une carrière universitaire record, elle est devenue la première joueuse sélectionnée lors de la draft (loterie) de la WNBA et a également fait sensation en dehors des terrains. Avec des salles combles, des audiences télévisées record, une croissance des revenus commerciaux et un public très engagé sur les réseaux sociaux, Clark est devenue un exemple mondial de la manière dont les athlètes féminines peuvent contribuer à une croissance révolutionnaire des sports féminins.

## Augmentation du nombre de fans et des revenus au cours de la saison 2024...



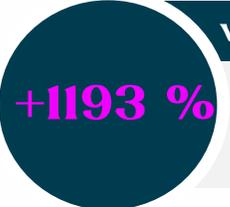
**Affluence moyenne des Indiana Fever**

Clark a considérablement augmenté la fréquentation des matchs des Fever. La moyenne en 2024 était supérieure à celle du chiffre équivalent pour les Indiana Pacers<sup>1</sup> de la NBA.



**Télespectateurs pour les débuts de Caitlin Clark en WNBA**

L'attente était telle pour les débuts de Clark avec les Indiana Fever qu'elle a établi un record d'audience pour les matchs de la WNBA sur ABC, les deuxièmes plus regardés depuis 2002.<sup>2</sup>



**Ventes de maillots des Indiana Fever**

L'intérêt pour Clark s'est traduit par une augmentation significative de la demande pour les maillots des Indiana Fever<sup>3</sup>.



**Augmentation de la fréquentation par rapport à l'année précédente**

La croissance de la fréquentation des Indiana Fever a entraîné une forte augmentation des recettes de billetterie<sup>4</sup>



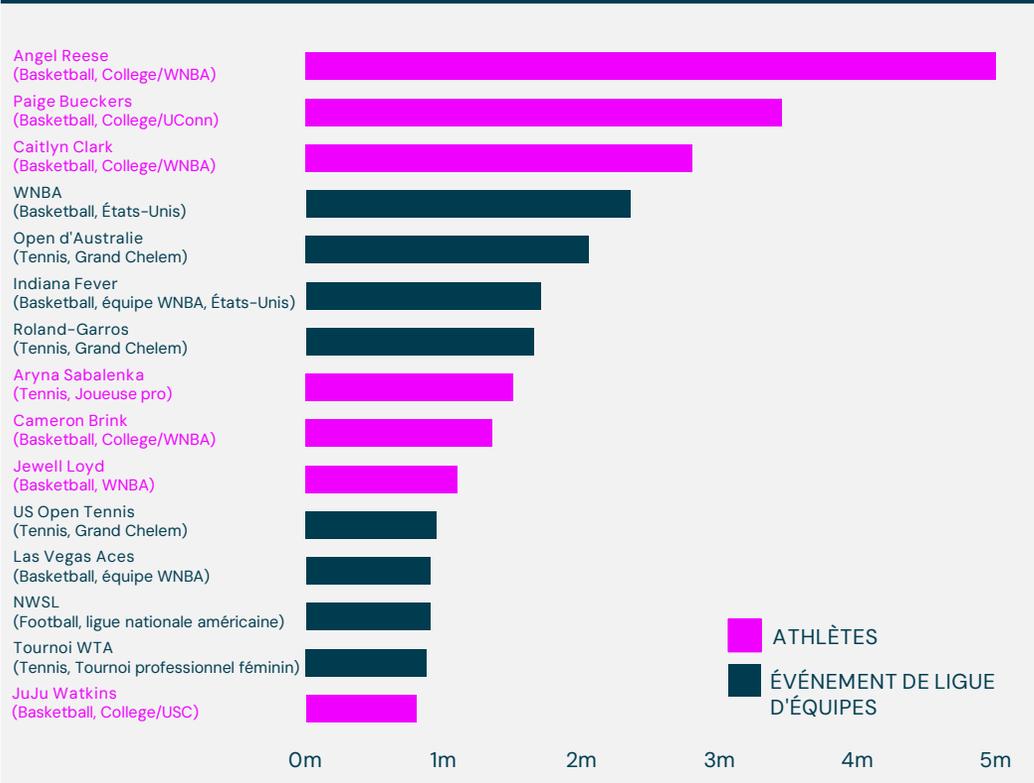
**Valeur de diffusion des matchs des Indiana Fever**

Les Indiana Fever contribuent de manière disproportionnée à la valeur totale de diffusion de la WNBA<sup>5</sup>

# ET LA PRÉSENCE DE CES SUPERSTARS FÉMININES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX CROÎT PLUS VITE QUE CELLE DES PROPRIÉTÉS SPORTIVES ÉTABLIES

## Croissance du nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux (Amérique du Nord)

Classement par nombre d'abonnés ajoutés en 2024<sup>1</sup>

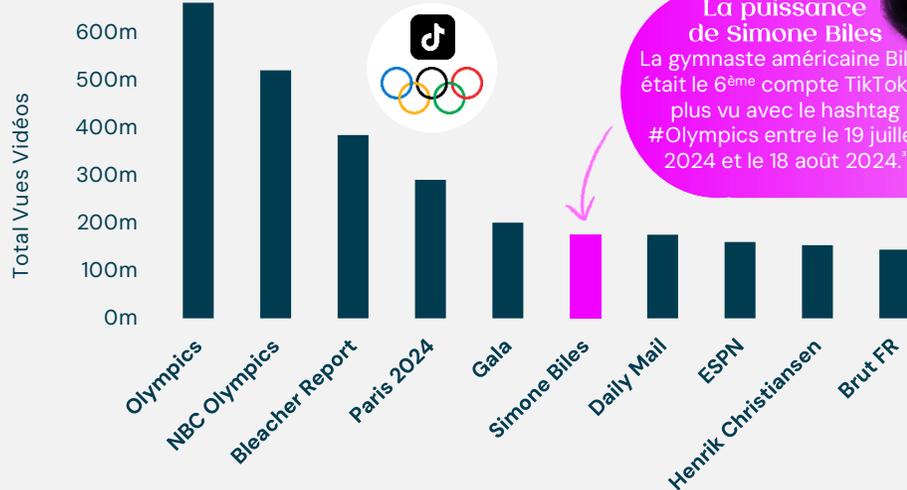


## Où cela se vérifie-t-il...

Les joueuses de Chelsea, qui évoluent dans la Super League féminine anglaise, ont enregistré plus de vues sur TikTok que 14 clubs de Premier League masculine entre juillet et décembre 2024 (Royaume-Uni, football).<sup>2</sup>



## Top 10 des comptes TikTok avec le hashtag #Olympics<sup>3</sup>



La puissance de Simone Biles  
La gymnaste américaine Biles était le 6<sup>ème</sup> compte TikTok le plus vu avec le hashtag #Olympics entre le 19 juillet 2024 et le 18 août 2024.<sup>3</sup>



# LA SUPERSTAR DU RUGBY – L'impact d'Iona Maher

Iona Maher (joueuse d'USA Rugby) s'est fait connaître sur la scène internationale grâce à sa présence sur les réseaux sociaux lors des Jeux olympiques de Tokyo 2020. Sa notoriété n'a cessé de croître, lui valant une reconnaissance croissante et augmentant le nombre de ses abonnés sur les réseaux sociaux en tant que membre de l'équipe américaine qui a remporté la médaille de bronze aux Jeux olympiques de Paris 2024. En mettant en avant sa forte personnalité sur les réseaux sociaux, Iona a contribué à attirer un nouveau public international vers le rugby féminin et le rugby en général. Maher est la joueuse de rugby la plus suivie au monde, avec plus de 8,7 millions d'abonnés sur Instagram et TikTok.<sup>1</sup>

## Au-delà du rugby, dans la culture et le divertissement



La notoriété d'Iona s'est étendue au-delà du rugby grâce à sa participation à Dancing With The Stars, à son apparition dans Sports Illustrated Swimsuit et à sa nomination dans la liste Forbes des 30 personnalités de moins de 30 ans<sup>2</sup>.

L'ORÉAL



Coppertone.



PAULA'S CHOICE SKINCARE

## Partenariats de marque

Iona montre la voie avec ses partenariats commerciaux avec plusieurs marques grand public, notamment L'Oréal, New Era, Adidas, Paula's Choice et Coppertone. Elle a été en outre la vitrine du lancement par Adidas de sa toute première chaussure de rugby spécialement conçue pour les femmes, aux côtés d'autres joueuses de rugby internationales de premier plan.



Pendant les Jeux olympiques de Paris 2024, le charisme et l'humour d'Iona dans les coulisses ont captivé le public, faisant passer le nombre de ses abonnés Instagram de<sup>3</sup>

580 000 2m

Représentant une augmentation<sup>3</sup> de

257%

## De Tiktok à la billetterie...

La visibilité accrue du rugby féminin suscite un nouvel engouement pour ce sport aux États-Unis, avec des records d'affluence pour les USA Women's Eagles qui se préparent pour la Coupe du Monde de Rugby féminine 2025.

10 518

Affluence record pour un match de rugby féminin aux États-Unis (mai 2025)<sup>4</sup>

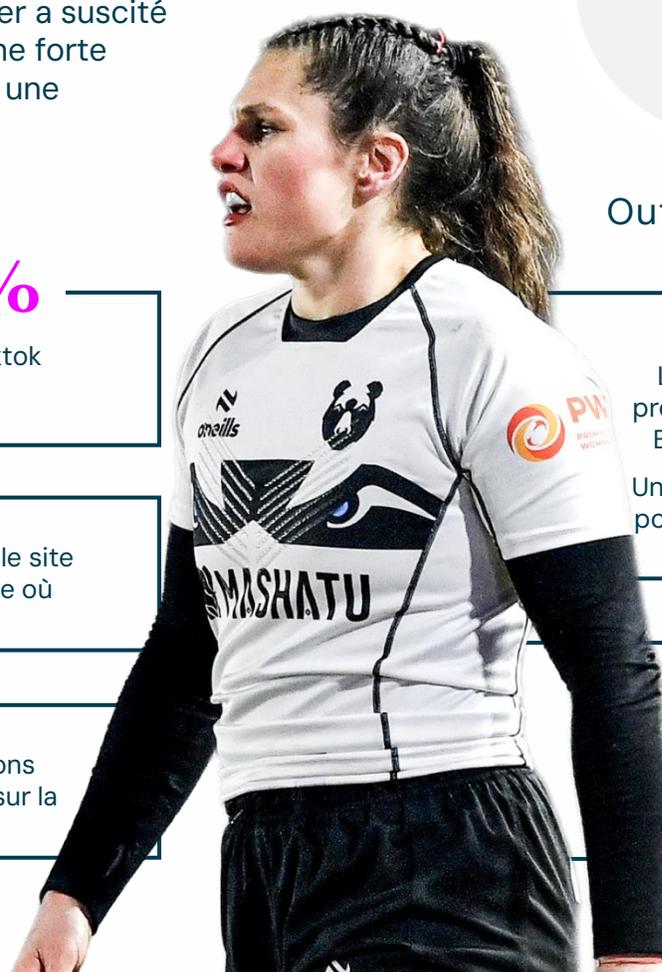
73 %

des détenteurs de billets étaient des primo-acheteurs du CPKC Stadium au Kansas<sup>5</sup>

# LES BRISTOL BEARS ET L'EFFET ILONA MAHER

Maher a signé avec les Bristol Bears (club de rugby féminin de Premiership) afin de passer au rugby à XV et augmenter ainsi ses chances d'être sélectionnée pour la Coupe du Monde de Rugby féminine 2025. L'arrivée de Maher a suscité un intérêt sans précédent pour le club et la ligue PWR, entraînant une forte augmentation de l'engagement des fans, des records d'affluence et une croissance des réseaux sociaux.

Suite à l'arrivée d'Ilona au club, les réseaux sociaux et numériques des Bristol Bears ont enregistré...



Outre un public nouveau et diversifié...

**+363 %**

Croissance des abonnés Instagram

(22 000 novembre 2024 à 102 000 mars 2025)<sup>1</sup>

**+3000 %**

Croissance des abonnés Tiktok (1 800 à 58 000)<sup>1</sup>

**2000**

nouveaux comptes créés sur le site web du club dans la semaine où Ilona a signé<sup>1</sup>

**102 000**

Le plus grand nombre d'abonnés Instagram d'un club de rugby féminin national, au niveau mondial<sup>2</sup>

**155,9M**

Impressions sur les publications acquises des réseaux sociaux sur la signature d'Ilona<sup>1</sup>

**9 238**

Les fans qui ont assisté au premier match d'Ilona pour les Bristol Bears (janvier 2025)

Un nouveau record d'affluence pour un match individuel de la PWR<sup>1</sup>

**X3**

La proportion des 25 - 34 ans ayant acheté des billets a triplé par rapport à l'année précédente<sup>1</sup>

**5 483**

Attuience moyenne a Ashton Gate pour la saison 2024-25. Plus que le double de la croissance d'une année sur l'autre <sup>1</sup>

**2/3**

des acheteurs de billets étaient des femmes, une hausse de 26 % par rapport aux saisons précédentes<sup>1</sup>

# ET DANS L'ENSEMBLE DU RUGBY, LES JOUEUSES CONTINUENT DE SE CONSTITUER UN PUBLIC ET DE TISSER DES LIENS DIRECTS AVEC LEURS FANS



422 000

KATELYN VAHA'AKOLO  
@katelynvahaakolo<sup>1</sup>



414 000

DHYS FALEAFAGA  
@dhysfaleafaga<sup>1</sup>



309 000

SAMMY SULLIVAN  
@sam\_sull\_<sup>1</sup>



202 000

CHARLOTTE CASLICK  
@charlottecaslick<sup>1</sup>



176 000

GRACE ADHIAMBO  
@adhiambo\_okulu\_oly<sup>1</sup>

39 %

des fans de rugby féminin ont déclaré que la visibilité accrue des joueuses avait stimulé leur engagement envers le rugby féminin<sup>2</sup>

Ce chiffre passe à 46 % en Australie et 43 % aux États-Unis.

L'essor du rugby féminin est porté par ses joueuses et leur forte personnalité. Les athlètes stars inspirent non seulement les fans par leurs performances sur le terrain, mais elles captent également l'attention sur les réseaux sociaux et les plateformes mondiales.

# PENINA PASIFIKA

## Une mise en récit forte stimule la croissance de l'audience

Le programme Penina Pasifika, mis en œuvre en partenariat avec Oceania Rugby dans le cadre de l'initiative Pacific Women's Pathway, fait partie du partenariat Australian Pacific Rugby Union et est soutenu par PacificAus Sports, un programme financé par le gouvernement australien. Cette initiative vise à renforcer le parcours des femmes du Pacifique dans le rugby, en offrant de précieuses opportunités de jeu et de développement professionnel aux athlètes d'élite en herbe.

En 2025, l'équipe Penina Pasifika s'est lancée dans une tournée de cinq semaines en Australie, où elle a affronté tous les clubs australiens de la Super W. La couverture médiatique de cette campagne, visant à renforcer la notoriété et la visibilité, a été assurée par un producteur de contenu pleinement intégré à l'environnement de l'équipe.

En se concentrant sur des récits inspirants, mettant en avant les personnalités fortes des joueuses et en dévoilant les coulisses de la tournée, les réseaux sociaux ont démontré, sur une période de cinq semaines, les liens solides et l'engagement créés avec les fans, tout en faisant connaître Penina Pasifika.



**37** Jours de contenu

**4** Sur quatre jours de match

**32** Impliquant 32 joueuses

Au cours de la campagne 2025, tous les réseaux sociaux ont enregistré une forte croissance...

**f** Facebook

**1.656 %**  
Augmentation des abonnés

**2,2 m**  
Total des vues

**Instagram**

**88 %**  
Augmentation des abonnés

**1,9 m** **516 %**  
Total Vues Augmentation de la portée en glissement annuel

**TikTok**

**4 565**  
Abonnés (nouvelle chaîne lancée en 2025)

**1,5 m**  
Total des vues

# LES OPPORTUNITÉS COMMERCIALES DU SPORT FÉMININ

# POINTS SAILLANTS

Dynamique commerciale – Une opportunité révolutionnaire pour le rugby féminin

L'essor mondial du sport féminin se traduit par une croissance financière et des opportunités de marque sans précédent, et le rugby féminin apparaît comme l'un des domaines les plus prometteurs. Soutenu par un engagement croissant des fans et un public sensible aux valeurs, ce sport est promis à un succès commercial.

Une croissance imparable du marché

- Selon Deloitte, le sport féminin de haut niveau devrait générer 1,8 milliard £ de recettes mondiales d'ici 2025, soit une augmentation de 240 % depuis 2022
- Le marché nord-américain est actuellement en tête, mais l'opportunité est véritablement mondiale et en pleine croissance

Rugby féminin : la prochaine frontière du sponsoring

- Avec un public croissant et une dynamique culturelle, le rugby féminin offre un potentiel inexploité pour les sponsors et les investisseurs
- Mais l'impact réel viendra en allant au-delà des schémas traditionnels, en investissant dans la mise en récit, l'authenticité et les partenariats à long terme

Des fans qui amplifient

- 42 % des fans de rugby féminin déclarent être plus enclins à parler d'une marque à leurs amis et à leur famille, contre seulement 33 % des fans de rugby masculin, ce qui en fait de puissants ambassadeurs de marque
- 73 % estiment que les marques ont un rôle authentique à jouer dans la visibilité du rugby féminin, ce qui montre une adéquation claire entre leurs valeurs et leur soutien commercial

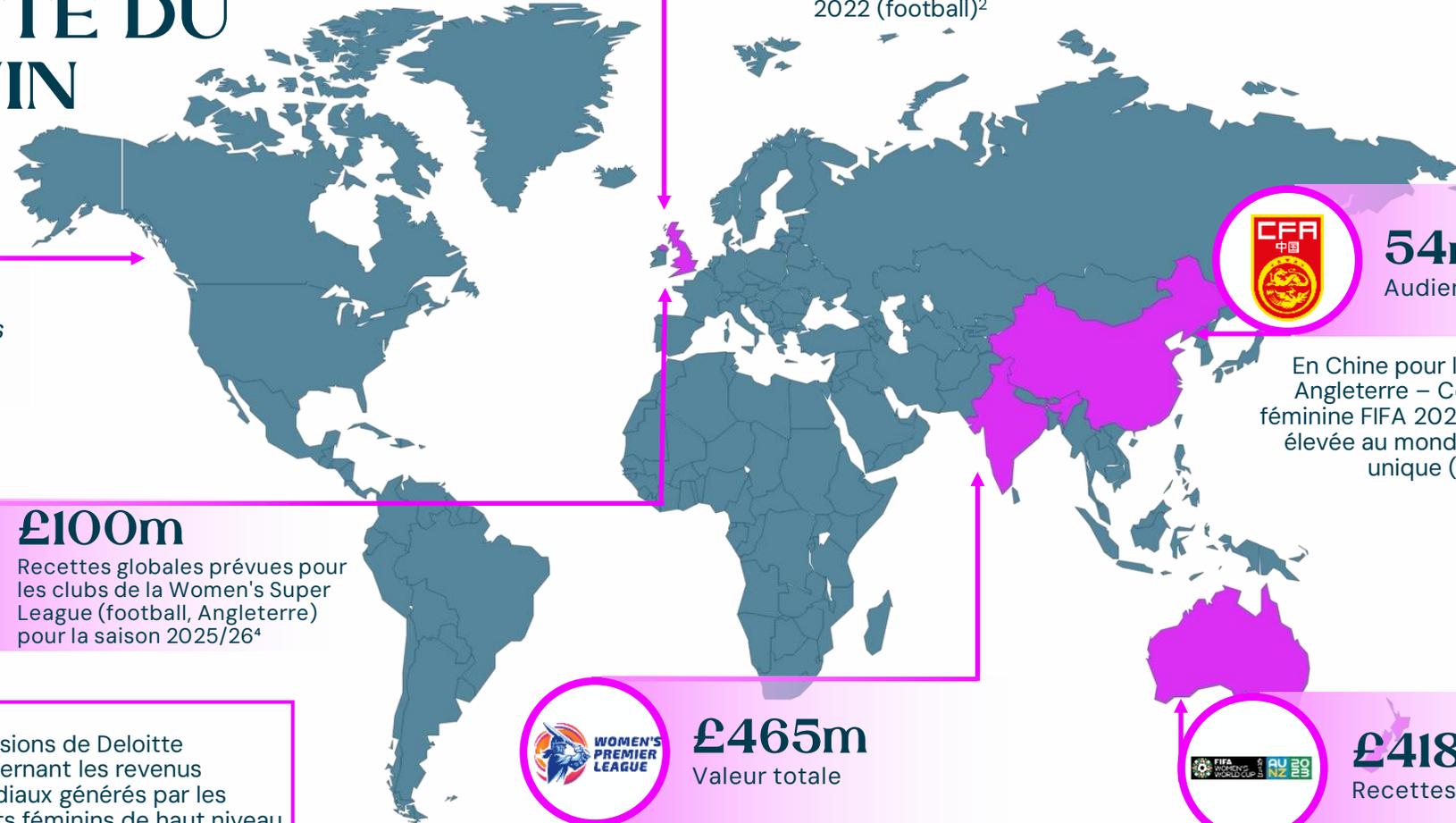
Le fossé en produits dérivés = un potentiel de croissance

- Les fans sont prêts à dépenser, mais ils veulent des produits dérivés de meilleure qualité et plus personnalisés, qui reflètent leur passion pour le jeu
- Le marché plus large du sport féminin confirme déjà cette demande : la WNBA a enregistré une augmentation de 601 % de ses ventes de produits dérivés au cours de la saison 2024

Pourquoi c'est important

- L'écosystème commercial autour du rugby féminin est prêt à passer à la vitesse supérieure, mais pour saisir cette opportunité, il faut faire preuve d'innovation, investir massivement et mettre les fans au cœur de toutes les stratégies
- Les marques qui s'engagent aujourd'hui ne se contentent pas de soutenir un sport, elles rejoignent un mouvement qui a un but, une passion et une dynamique

# LA VALEUR RAPIDE ET CROISSANTE DU SPORT FÉMININ



Voir la page suivante pour les faits marquants sur le marché nord-américain



**£100m**  
Recettes globales prévues pour les clubs de la Women's Super League (football, Angleterre) pour la saison 2025/26<sup>4</sup>



**£465m**  
Valeur totale

Des cinq franchises vendues lors de la première édition de la Women's Premier League (cricket, Inde, 2023)<sup>5</sup>



**17,4 m**  
Audience maximale

Pour l'Euro féminin UEFA 2022 (football)<sup>2</sup>



**54m**  
Audience de diffusion

En Chine pour le match Chine-Angleterre – Coupe du monde féminine FIFA 2023. Audience la plus élevée au monde pour un match unique (football)<sup>3</sup>



**£418m**  
Recettes générées

Coupe du monde féminine de football 2023 en Australie et en Nouvelle-Zélande (football)<sup>6</sup>

**£1,8 md**  
Prévisions de Deloitte concernant les revenus mondiaux générés par les sports féminins de haut niveau en 2025, soit une croissance de 240 % par rapport à 2022<sup>1</sup>

(1) Deloitte Women's Sport Revenue Report (mars 2025). (2) Sportcal (août 2022). (3) SportsPro (août 2023). (4) ESPN (juin 2025). (5) BBC (janvier 2023). (6) ESPN (mai 2025)

# AMÉRIQUE DU NORD : LE MARCHÉ LEADER DU SPORT FÉMININ



**£1,48md**

Valeur estimée de la National Women's Soccer League (NWSL)

On estime que les 14 équipes de la NWSL représentent collectivement près de **1,48 milliard GBP**<sup>1</sup>.

- L'Angel City FC occupe la première place avec une valeur estimée à **208 millions GBP**, grâce à un large éventail d'investisseurs, dont le PDG de Walt Disney Company, Bob Iger, et des entrepreneurs, des légendes du sport et des célébrités telles que Julie Urman, Alexis Ohanian, Billie Jean King, Natalie Portman et Eva Longoria<sup>2</sup>



**£298m**

Évaluation de New York Liberty

Forbes a classé le New York Liberty (basketball, États-Unis, juin 2025) comme l'équipe la plus valorisée de la WNBA, avec une valeur moyenne de franchise de **202 millions GBP**<sup>2</sup> pour les 13 équipes de la ligue.

- En 2019, le New York Liberty aurait été racheté pour 7 à 10 millions GBP
- La mascotte officielle de l'équipe, **Ellie The Elephant**, a suscité un vif engouement sur les réseaux sociaux et dans les médias grand public, et a contribué à une augmentation de **70 %** des revenus issus des partenariats<sup>3</sup>



**92 003**

Fréquentation des matchs

Record mondial de fréquentation pour un événement sportif féminin : Nebraska Volleyball Day ((États-Unis, 2023)<sup>4</sup> . L'événement a généré :

- Une valeur estimée à plus de **2,1 millions** de dollars USD sur les réseaux sociaux
- Plus de **52 m** d'impressions sur les réseaux sociaux



**1,2m**

Fans au cours des deux premières saisons

En 2023, grâce à l'investissement du Mark Walter Group, la Ligue professionnelle féminine de hockey (PWHL, hockey sur glace) a été créée. En forte croissance d'année en année, cette ligue composée de 6 équipes joue à travers le Canada et les États-Unis, et s'agrandit déjà avec 2 nouvelles franchises qui devraient voir le jour à Seattle et Vancouver pour la saison 2025/26<sup>5</sup>

Au printemps 2024, la PWHL a établi un nouveau record mondial d'affluence pour un match de hockey sur glace féminin avec **21 105**<sup>6</sup> spectateurs.

Entre les saisons 2024 et 2025, la ligue et les équipes ont enregistré<sup>7</sup> -

- **50 %** d'augmentation du portefeuille de partenariats de la ligue et des équipes
- **68 %** d'augmentation des impressions sur les réseaux sociaux de la ligue et des équipes
- **100 %** d'augmentation des ventes de produits dérivés, y compris les collections avec Barbie et



**30 %**

croissance du marché du sport féminin aux États-Unis entre 2023 et 2024, grâce à des investissements plus importants dans le sponsoring, la diffusion et les partenariats commerciaux. Cette augmentation est le résultat direct de la hausse de l'audience, de la fréquentation et de l'engagement dans le domaine du sport féminin<sup>8</sup>

**67 %**

des fans de sport féminin aux États-Unis déclarent soutenir les marques qui sponsorisent leurs athlètes ou équipes préférées<sup>8</sup>

# L'OPPORTUNITÉ POUR LES MARQUES DANS LE RUGBY FÉMININ

Le rugby féminin est l'un des domaines les plus prometteurs du sponsoring sportif, mais pour exploiter pleinement son potentiel, il faut aller au-delà des stratégies classiques. Les fans de rugby féminin ont une opinion plus positive des marques qui soutiennent ce sport que les fans de rugby masculin. Ils pensent que les marques peuvent jouer un rôle puissant et authentique dans l'avenir de ce sport, en améliorant sa visibilité, en finançant son développement et en l'ouvrant à de nouveaux publics.



**73 %**

des fans de rugby féminin estiment que les marques ont un rôle authentique à jouer dans l'amélioration de la visibilité du rugby féminin<sup>1</sup>

**71 %**

des fans de rugby féminin estiment que les marques ont un rôle authentique à jouer dans le financement du sport pour stimuler sa croissance<sup>1</sup>

**70 %**

des fans de rugby féminin pensent que les marques ont un rôle authentique à jouer pour aider le rugby féminin à toucher de nouveaux publics<sup>1</sup>

**42 %**

des fans de rugby féminin sont plus susceptibles de parler de la marque à leur famille et à leurs amis, contre 33 % des fans de rugby masculin<sup>2</sup>

**£5,36**

Pour chaque livre sterling investie dans le sport féminin, les entreprises sponsors obtiennent en moyenne un retour sur investissement de 5,36 GBP<sup>3</sup>

Sources : (1) GWI 2025 Women's Rugby Fan Survey Q : Sur une échelle de 1 à 5, où « 1 » signifie « Pas du tout d'accord » et « 5 » signifie « Tout à fait d'accord », dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes concernant le rugby féminin ? Les marques ont un rôle authentique à jouer dans... (2) GWI Sports - Si une marque ou un produit sponsorise votre ligue ou équipe sportive préférée, laquelle de ces actions êtes-vous susceptible d'entreprendre ? (3) IMG x Endeavor 2024 Report

# LES FANS DE SPORT FÉMININ SONT PLUS RÉCEPTIVES AUX MARQUES



Le sport féminin attirant un public plus équilibré en termes de genre, les fans féminines représentent désormais une opportunité puissante et croissante pour les marques. Les fans de sport **féminines** sont :

**42 %** Considèrent la marque plus que ses concurrents, contre **36 %** des fans de sport masculin<sup>1</sup>

**9 %** Plus susceptibles d'avoir visité des espaces expérience ou des zones réservées aux fans lors d'événements sportifs<sup>2</sup>

**40 %** Plus engagées envers la marque contre **34 %** des fans de sport masculin<sup>1</sup>

**16 %** Plus susceptibles de remarquer les expériences de marque/boutiques éphémères lors d'événements sportifs<sup>2</sup>

**36 %** Plus susceptibles d'acheter des produits lorsqu'une marque soutient le sport féminin ou s'associe à des athlètes féminines. Ce chiffre atteint **44 %** aux États-Unis, **40 %** au Canada et **37 %** en Australie<sup>3</sup>



(1) IMG Endeavor Analytics (2) Wasserman (octobre 2024) (3) Parity x Survey Monkey Report, (mai 2024)

# DANS LE MARCHÉ DES PRODUITS DÉRIVÉS, L'INTÉRÊT COMMERCIAL DES INVESTISSEMENTS DANS LE SPORT FÉMININ EST DÉMONTRÉ

Les produits dérivés sont tout naturellement adaptés au sport féminin, dont le public, équilibré entre les sexes, souhaite afficher son soutien. La demande dépasse l'offre en raison de la gamme limitée de produits existants et des licences, ce qui crée une opportunité à la fois d'élargir l'offre et d'innover.

## Le défi

25 %

des fans de sport féminin ont effectué des achats au cours des 3 dernières années, contre 57 % des fans de sport masculin<sup>1</sup>

x9

Plus de choix de produits pour les ligues masculines majeures que pour les ligues féminines<sup>1</sup>

## L'opportunité

+23 %

Croissance du chiffre d'affaires de New Balance sur un an, l'année où la marque a lancé sa collaboration innovante avec Coco Gauff pour la chaussure G1<sup>1</sup>

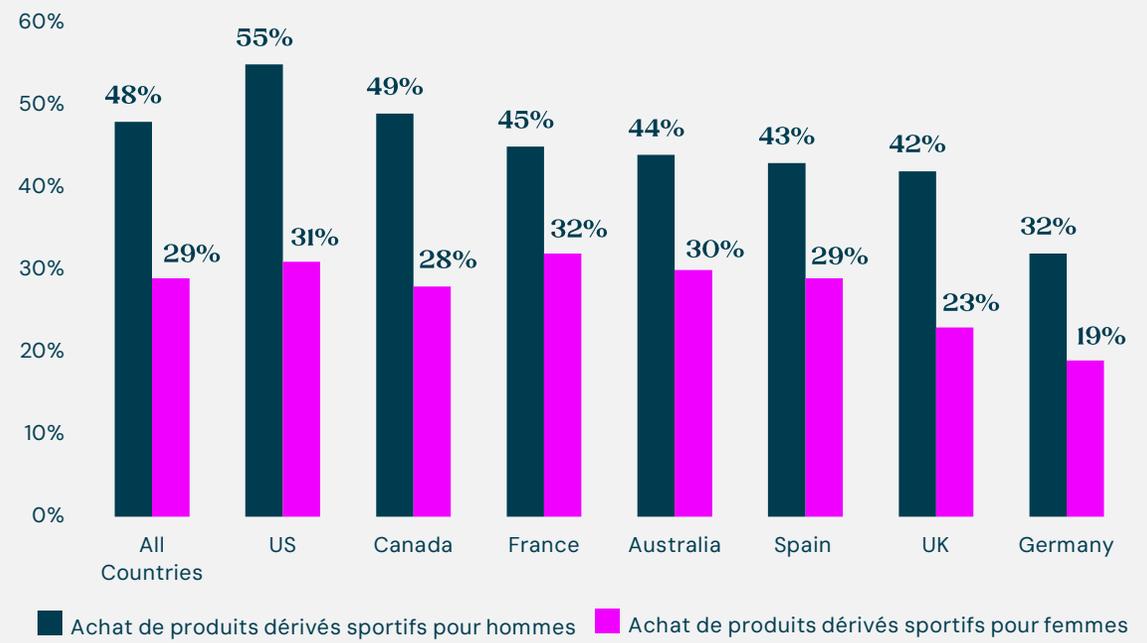
79 %

des personnes interrogées ont déclaré qu'elles achèteraient plus de produits dérivés de sports féminins si elles le pouvaient<sup>1</sup>

£3,3md

Valeur du marché des produits dérivés de sports féminins aux États-Unis<sup>1</sup>

## Pourcentage de fans ayant acheté des produits dérivés sportifs au cours des trois dernières années



Source : Rep Her, Revealing the Unmet Demand for Women's Sports Merchandise, 2024

# LES FANS DE RUGBY FÉMININ DÉPENSENT PLUS EN PRODUITS DÉRIVÉS ET RECHERCHENT PLUS DE CHOIX

Si seulement 9 % des fans de rugby féminin achètent actuellement des produits dérivés, ces achats sont très lucratifs, avec une dépense moyenne de 16 % supérieure aux fans de rugby masculin. Cela met en évidence une opportunité commerciale évidente d'augmenter les revenus en convertissant davantage de fans en acheteurs grâce à des améliorations stratégiques en matière de prix, de qualité et de gamme de produits.

État des lieux	Opportunité de revenus	Principaux leviers de croissance
<p><b>9 %</b></p> <p>des fans de rugby féminin achètent actuellement des produits dérivés liés au rugby féminin<sup>1</sup></p>	<p>Les fans de rugby féminin dépensent plus<sup>2</sup></p> <p>Parmi les fans de rugby féminin qui achètent des produits dérivés, ils dépensent :</p>	<p>Les trois principaux facteurs qui inciteraient davantage de fans à acheter des produits dérivés liés au rugby<sup>3</sup>:</p>
<p><b>15 %</b></p> <p></p> <p>Les États-Unis ont la plus grande proportion de fans de rugby féminin qui achètent des produits dérivés<sup>1</sup></p>	<p><b>+16 % plus</b></p> <p>que les fans de rugby masculin</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1.</b> Des prix plus abordables 33 % pour les fans de rugby féminin (contre 38 % pour les fans de rugby masculin)</li> <li><b>2.</b> Des produits dérivés de meilleure qualité 20 % pour les fans de rugby féminin (contre 18 % pour les fans de rugby masculin)</li> <li><b>3.</b> Une plus grande variété de styles et de produits 19 % pour les fans de rugby féminin (contre 18 % pour les fans de rugby masculin)</li> </ol>

Sources : GWI 2025 Women's Rugby Fan Survey : (1) Q : Quelle forme prend votre engagement envers le rugby à XV ? (Acheter des produits dérivés) (2) Q : Combien dépensez-vous généralement par an en produits dérivés liés au rugby à XV ? (3) Q : Qu'est-ce qui vous inciterait à dépenser davantage en produits dérivés liés au rugby à XV ?

# COMMENT LE SPORT FÉMININ COMBLE LE FOSSÉ EN MATIÈRE DE PROUITS DÉRIVÉS

La demande est là. Les marques doivent repenser leur approche, collaborer avec les athlètes d'une manière nouvelle et créative, et élargir leur offre pour tirer profit de ce marché inexploité.

## Togethxr: Everyone Watches Women's Sport

Togethxr, la marque lifestyle et entreprise médiatique axée sur le sport féminin, a enregistré un chiffre d'affaires de **6 millions de dollars** grâce à sa gamme de produits dérivés « Everyone Watches Women's Sports » (Tout le monde regarde le sport féminin) en 2024, qui comprenait la vente de **20 000** articles (t-shirts, sacs fourre-tout et sweats à capuche) en trois jours à la fin du tournoi de basket-ball féminin de la NCAA.<sup>1</sup>



## WNBA : Stratégie produits dérivés et ventes

La WNBA a enregistré une augmentation de **601 %** de ses ventes de produits dérivés au cours de la saison 2024. Cette hausse s'explique par:

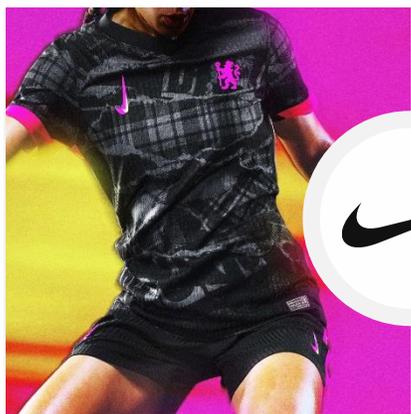
- L'élargissement de la gamme de produits dérivés au-delà de maillots traditionnels pour inclure des tenues de sport et décontractés tendance et des accessoires
- Des produits dérivés axés sur les joueuses, tels que des collections signature pour les joueuses vedettes, tirant parti de l'engouement des fans
- Des produits dérivés qui soutiennent des initiatives et des causes sociales et culturelles, dont les bénéfices sont reversés à des organisations connexes



## Nike : Together We Rise

La campagne « **Together We Rise** » de Nike pour la saison 2024/25 a présenté une modification frappante du logo emblématique « Swoosh » de Nike sur les troisièmes tenues de plusieurs clubs de football, dont Liverpool, Chelsea et Tottenham Hotspur<sup>3</sup>.

Dans cette campagne, le Swoosh a été tourné de 90 degrés à la verticale et doublé, **afin de reconnaître l'ascension rapide, la croissance et l'accélération du football féminin.**



## Coupe du monde de football FIFA 2023 : Mary Earps & Nike

Avant la Coupe du monde féminine 2023, Nike a décidé de ne pas commercialiser le maillot de la gardienne de but anglaise Mary Earps, ce qui a suscité une vive réaction de la part des fans. Une pétition sur Change.org a recueilli plus de **150 000** signatures. Sous la pression, Nike a finalement commercialisé un nombre limité de maillots, qui se sont vendus en quelques minutes, démontrant ainsi l'énorme demande<sup>4</sup>.



# CONCLUSION : COMMUNAUTÉ DE FANS, CROISSANCE FINANCIÈRE ET PERSPECTIVES D'AVENIR

# RAPPEL : LE PLAN POUR LA CROISSANCE

Pour exploiter pleinement le potentiel commercial du rugby féminin, la collaboration est essentielle – entre World Rugby, les fédérations, les sponsors, les diffuseurs et les joueuses. Une approche coordonnée et à long terme est nécessaire, où tout le monde œuvre vers le même objectif : accroître la visibilité.

Une étude récente de Parity a révélé que près de la moitié des spectateurs de sport des générations Z et Y sont plus enclins à acheter un produit d'une marque qui sponsorise une athlète féminine (46 %) ou une équipe féminine (46 %). Les marques cherchant à attirer un public plus jeune devraient privilégier des partenariats avec des athlètes féminines, investir pour stimuler la croissance et placer ces femmes au centre de leurs stratégies commerciales, de leurs campagnes et de leurs activations<sup>1</sup>.

## LEVIERS DE CROISSANCE CLÉS

1

### RENDRE RUGBY FÉMININ INCONTOURNABLE

La visibilité reste le principal obstacle à l'engagement des fans, notamment dans le rugby féminin, où 32 % des fans citent la faible visibilité comme un obstacle à leur engagement envers le rugby féminin (contre 17 % pour le rugby masculin).

La prochaine vague de croissance dépendra de la facilité avec laquelle ce sport pourra être découvert et suivi, grâce à des contrats de diffusion élargis, une plus grande visibilité sur les plateformes numériques et des expériences en direct plus nombreuses et plus accessibles.

2

### DONNER AUX JOUEUSES LES MOYENS DE SE RACONTER

Les fans de rugby féminin sont plus influencés par la visibilité des joueuses que les fans du rugby masculin (40 % contre 33 %).

Aux États-Unis, ce chiffre atteint 43 %, les fans affirmant que la visibilité accrue des joueuses a stimulé leur engagement envers ce sport.

Les marques et les plateformes devraient se concentrer sur des contenus générés par les joueuses, aidant les athlètes à développer leur propre profil afin de fidéliser un public jeune, connecté et diversifié.

3

### OFFRIR AUX FANS D'AVANTAGE D'OPPORTUNITÉS DE VOIR LES STARS DU SPORT

Les tournois internationaux constituent un tremplin pour la croissance nationale. Ils offrent une plateforme mondiale pour mettre en valeur le sport et susciter l'intérêt, mais la croissance durable dépend de la capacité à convertir ces pics d'intérêt en un engagement soutenu tout au long de l'année.

Pour créer des liens et consolider la passion des nouveaux fans, les moments forts doivent être suivis d'une mise en récit, d'une visibilité et d'une signalisation claire vers les compétitions nationales.

4

### CONTINUER À ÉTOFFER LES PARCOURS DE DÉVELOPPEMENT

Les fans de rugby féminin ont plus de chances d'avoir joué eux-mêmes au rugby (31 % contre 25 % des fans de rugby masculin), ce qui montre un lien plus fort entre la pratique et le suivi de ce sport.

C'est particulièrement vrai en Amérique du Nord, où beaucoup de fans sont des joueurs.ses actuels.les ou anciens.nes.

Une structure de compétition diversifiée – des écoles aux groupes amateurs, élargit la base de joueurs et développe la passion dès le plus jeune âge.

5

### ADOPTER LA COMMUNAUTÉ DE FANS FLUIDES - ET COMPRENDRE LES DIFFÉRENCES AVEC L'ENGAGEMENT TRADITIONNEL

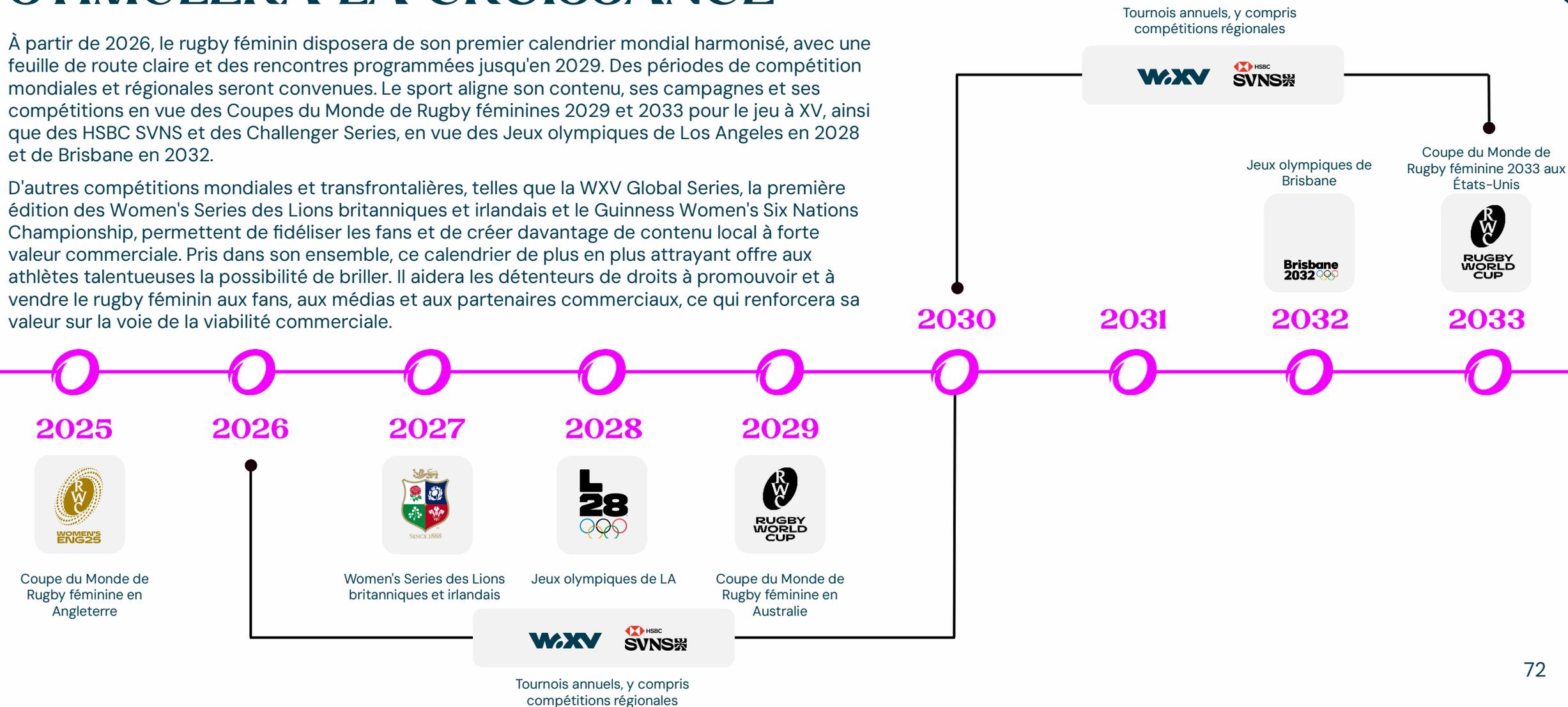
41 % des fans de rugby féminin ne soutiennent pas encore de club national, ce qui révèle une base de fans ouverte, curieuse et susceptible de s'élargir.

De nouvelles compétitions internationales viennent enrichir le calendrier mondial, tandis que les compétitions nationales continuent d'évoluer. En coopérant, en façonnant et en adaptant le produit rugby à l'échelle mondiale et sur les marchés nationaux, les détenteurs de droits et les diffuseurs peuvent élargir l'accès à ce sport dans le monde entier. Le rugby féminin peut conquérir de nouveaux publics, fidéliser ses fans et assurer sa croissance future.

# UN CALENDRIER MONDIAL CLAIR STIMULERA LA CROISSANCE

À partir de 2026, le rugby féminin disposera de son premier calendrier mondial harmonisé, avec une feuille de route claire et des rencontres programmées jusqu'en 2029. Des périodes de compétition mondiales et régionales seront convenues. Le sport aligne son contenu, ses campagnes et ses compétitions en vue des Coupes du Monde de Rugby féminines 2029 et 2033 pour le jeu à XV, ainsi que des HSBC SVNS et des Challenger Series, en vue des Jeux olympiques de Los Angeles en 2028 et de Brisbane en 2032.

D'autres compétitions mondiales et transfrontalières, telles que la WXV Global Series, la première édition des Women's Series des Lions britanniques et irlandais et le Guinness Women's Six Nations Championship, permettent de fidéliser les fans et de créer davantage de contenu local à forte valeur commerciale. Pris dans son ensemble, ce calendrier de plus en plus attrayant offre aux athlètes talentueuses la possibilité de briller. Il aidera les détenteurs de droits à promouvoir et à vendre le rugby féminin aux fans, aux médias et aux partenaires commerciaux, ce qui renforcera sa valeur sur la voie de la viabilité commerciale.



## EN CONCLUSION

L'essor rapide de l'engouement pour le rugby féminin n'est pas seulement un changement culturel, **c'est aussi une opportunité commerciale qui pourrait définir l'avenir de ce sport.** Cet engouement mondial ouvre la voie à un avenir plus durable et plus inclusif pour le rugby. La Coupe du Monde de Rugby féminine England 2025 sera un tournant historique pour ce sport, mais pour exploiter pleinement ce potentiel, il faudra plus qu'un simple élan : **il faudra de la collaboration, des investissements et de l'audace.**

L'économie mondiale reste incertaine et le sport est soumis à des pressions financières constantes. Pour beaucoup, la tentation est de se concentrer sur ce qui est établi et rentable. Mais les faits sont clairs : le rugby féminin n'est pas un coût – **c'est un investissement dans la croissance à long terme et la diversité de ce sport.** Le financement stratégique et l'innovation génèrent déjà des retours importants en termes de fidélité des fans et d'engagement de la communauté, et nous sommes convaincus que sa véritable valeur commerciale sera reconnue à terme.

Ce rapport montre la valeur qui se développe dans le rugby féminin. Il reste encore beaucoup à faire, mais si nous voulons saisir cette opportunité, nous devons nous engager en faveur de modèles sportifs et commerciaux qui considèrent le rugby féminin comme un pilier central, et non secondaire, de ce sport. **Le rugby féminin peut devenir un fleuron de l'innovation et de la viabilité financière dans le sport mondial.**



# ANNEXE

# CE RAPPORT COMPREND DES DONNEES PROVENANT DE DIVERSES SOURCES:

## Enquête World Rugby auprès des fans 2025

4 000

personnes ont été interrogées sur le sport féminin, le rugby féminin et le rugby masculin au Japon, Afrique du Sud, Australie, France, Canada, États-Unis et Royaume-Uni.



574



558



561



560



553



558



562

### Définitions de l'audience

- Fan de rugby :** Un fan de rugby à XV féminin, de rugby à 7 féminin, de rugby-fauteuil féminin, de rugby à XV masculin, de rugby à 7 masculin ou de rugby-fauteuil masculin (N=3 515)
- Fans de rugby féminin :** Un fan de rugby à XV féminin, de rugby à 7 féminin, ou de rugby-fauteuil féminin (N=2 400)
- Fans de rugby masculin :** Un fan de rugby à XV masculin, de rugby à 7 masculin ou de rugby-fauteuil masculin (N=3 370)
- Fan de sports féminin :** Fan de tous les sports/uniquement des sports féminins, à l'exception du rugby (N=411).

## World Rugby données & connaissances

### Analyse des réseaux sociaux (Domo) :

- Tendances du type de contenu
- Analyse des contenus les plus populaires sur le rugby masculin par rapport aux contenus sur le rugby féminin
- Comparaisons d'une année sur l'autre

### Fréquentation et vente de billets :

- Rapports sur le tournoi RWC 2021
- Rapports sur la RWC 2025
- Rapports sur le tournoi RWC 2023
- Rapports sur le tournoi WXV

### Google Analytics :

- Analyse du site web et appli RWC
- Analyse RugbyPass Editorial
- Analyse RugbyPassTV

## Données accessibles au public

Nous avons examiné 40 rapports internationaux afin d'identifier les informations et les tendances les plus pertinentes, pour mieux contextualiser la situation actuelle et la trajectoire de croissance du rugby féminin.

En outre, nous avons analysé les données accessibles au public concernant la fréquentation, les chiffres d'audience et l'engagement du public pour les principales compétitions de rugby féminin, telles que le Guinness Women's Six Nations et le Premiership Women's Rugby.

Enfin, nous avons examiné le nombre d'abonnés aux comptes officiels et de joueuses sur les réseaux sociaux afin de mieux comprendre l'empreinte numérique et l'intérêt des fans pour ce sport.

# SOURCES :

## L'écosystème World Rugby

(1) World Rugby Data, World Rugby SROI Report (2023)

## Un moment historique en marche

- (1) World Rugby Owned Data, RWC2021 Post Tournament Report (avril-23)
- (2) RWC, Données billetterie RWC25, lien [ici](#) (mai-25)
- (3) RWC, Record Breaking Tickets Sold for RWC25, lien [ici](#) (déc-24)
- (4) GWI x World Rugby Survey, Selon vous, quel sera l'impact de la Coupe du Monde de Rugby 2025 (Angleterre) sur votre intérêt et votre engagement pour ce sport après le tournoi ? (avril 25)

## Une nouvelle ère : RWC 21

(1) World Rugby Owned Data, RWC2021 Post Tournament Report (Fan Data avril 2023)

## Une célébration mondiale du rugby à 7

(1) World Rugby Owned Data, SVNS Season Summary (juil-24)

## Accroître la compétitivité, la portée et l'impact du rugby féminin : WXV

- (1) World Rugby Owned Data, WXV Audience Highlights - 2024 Partner Report (oct-24)
- (2) World Rugby Owned Data, World Rugby WXV Performance Insights

## Accroître la portée, l'engagement et le potentiel de revenus : le Tournoi féminin des Six Nations

(1) Six Nations, Revealed: Fixtures for Guinness Women's Six Nations 2025, lien [ici](#) (sept-24)

## Attirer une nouvelle génération de jeunes fans en augmentant la visibilité Pwr

- (1) LinkedIn, Premiership Women's Rugby - LinkedIn, lien [ici](#) (mars-25)
- (2) LinkedIn, Paul Morgan - LinkedIn, lien [ici](#) (mars-25)
- (3) YGS Premiership Women's Rugby, YGS Premiership Women's Rugby Wave 1 January Update (jan-24)

## La fréquentation mondiale continue de battre des records

(1) World Rugby Owned Data, RWC25 (juil-05)

## Le panorama des compétitions croît aussi à l'échelle mondiale

- (1) GWI x World Rugby Survey, Parmi les compétitions féminines de rugby suivantes, lesquelles connaissez-vous ? (avril 25)
- (2) GWI x World Rugby Survey, Parmi les compétitions suivantes, lesquelles vous intéressent ? (avril 25)
- (3) Celtic Challenge, Celtic Challenge Players Called Up to Women's Six Nations Squads, lien [ici](#) (mars-25)

## La communauté de fans du rugby féminin croît rapidement

(1) GWI x World Rugby Survey, Comment diriez-vous que votre engagement envers le rugby à XV a évolué au cours des quatre dernières années ? Par exemple, regarder, suivre ou assister à des matchs de rugby féminin. (avril 25)

## Près de la moitié des fans sont devenus fans au cours des 1 à 2 dernières années

(1) GWI x World Rugby Survey, Depuis combien de temps êtes-vous fan de rugby à XV masculin/féminin ? (avril 25)

## Comprendre les fans de rugby féminin : Qui sont-ils ?

- (1) GWI x World Rugby Survey, Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux votre profil professionnel ? (avril 25)
- (2) GWI x World Rugby Survey, Quel âge avez-vous ? (avril 25)
- (3) GWI x World Rugby Survey, Êtes-vous parent ou tuteur d'un enfant de moins de 18 ans ? (avril 25)
- (4) World Rugby Owned Data, RWC21 Fan Experience Report (déc-22)

## Les fans de rugby féminin reflètent les tendances générales de l'audience des sports féminins

- (1) IMG, IMG - Endeavor Analytics - Women's Sports Review, lien [ici](#) (mars-24)
- (2) Wasserman, Wasserman - The New Economy of Sports, lien [ici](#) (août-23)
- (3) UEFA, Championnat d'Europe féminin de football 2022, lien [ici](#) (juil-23)
- (4) Women's Sport Trust, Team GB female athletes dominate on social media in Paris as Games are dubbed the first 'Tik Tok Olympics', lien [ici](#) (oct-24)

## Près de la moitié des fans de rugby féminin ont commencé leur parcours de fan en suivant le jeu masculin.

(1) GWI x World Rugby Survey, Étiez-vous fan du rugby à XV masculin et féminin dès le début ? (avril 25)

## Les grands événements sont un point d'entrée essentiel pour les nouveaux fans

- (1) GWI x World Rugby Survey, Qu'est-ce qui vous motive à suivre le rugby à XV féminin ? (avril 25)
- (2) World Rugby Owned Data, RWC2021 Post Tournament Report (Fan Data avril 2023) (avril-23)
- (3) UEFA, Championnat d'Europe féminin de football 2022, lien [ici](#) (juil-23)
- (4) ECB, More than 16m tune in to The Hundred as competition welcomes new fans to cricket, lien [ici](#) (août-21)
- (5) The Ticketing Business, The Hundred appeals to more families, women and children in 2022, lien [ici](#) (sept-22)
- (6) Facebook, Facebook - Matildas's Social Media, lien [ici](#) (déc-24)

## Une excellente expérience de jour de match, et non le prix, est un facteur motivant clé pour les fans

(1) GWI x World Rugby Survey, Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous assistez à des matchs de rugby à XV ? (Avril 25)

# SOURCES :

## Quand le rugby féminin est facile à trouver, il est facile à aimer

- (1) GWI x World Rugby Survey, Quand vous repensez à votre première expérience de rugby à XV, sur quel canal l'avez-vous vécue ? (avril 25)
- (1) GWI x World Rugby Survey, Quelle est la principale raison qui vous a poussé à devenir fan du rugby à XV féminin/masculin ? (avril 25)

## L'accessibilité est le principal facteur d'engagement des fans de rugby féminin

- (1) GWI x World Rugby Survey, Quelles sont les principales raisons pour lesquelles votre engagement envers le rugby à XV féminin/masculin s'est accru au fil du temps ? (avril 25)

## Les fans de sport féminin s'intéressent à bien plus que le jeu sur le terrain

- (1) GWI x World Rugby Survey, Qu'est-ce qui vous motive à suivre le rugby à XV féminin ? Veuillez sélectionner toutes les réponses pertinentes (avril-25)
- (2) YGS Premiership Women's Rugby, YGS Premiership Women's Rugby Wave 1 January Update (jan-24)

## L'opportunité : Acquérir de nouveaux fans au-delà de ceux qui pratiquent ce sport

- (1) GWI x World Rugby Survey, Pratiquez-vous vous-même le rugby à XV ? (avril 25)

## Les fans pensent que leur intérêt va grandir, mais ils ont besoin d'occasions

- (1) GWI x World Rugby Survey, Pensez-vous que votre intérêt pour le rugby à XV va s'accroître à l'avenir ? (avril 25)
- (1) GWI x World Rugby Survey, Si votre engagement et votre intérêt pour le rugby féminin devaient s'accroître, comment voyez-vous cette évolution ? (avril 25)

## Les fans de rugby féminin affirment que la culture est la principale raison pour laquelle ils le préfèrent

- (1) GWI x World Rugby Survey, Pourquoi préférez-vous le rugby à XV féminin au rugby à XV masculin ? (avril 25)
- (2) GWI x World Rugby Survey, Pourquoi préférez-vous le rugby à XV masculin au rugby à XV féminin ? (avril 25)
- (3) GWI x World Rugby Survey, Pourquoi préférez-vous le rugby à 7 féminin au rugby à 7 masculin ? (avril 25)
- (4) GWI x World Rugby Survey, Pourquoi préférez-vous le rugby à 7 masculin au rugby à 7 féminin ? (avril 25)

## Les fans de rugby féminin redéfinissent la loyauté traditionnelle envers les clubs

- (1) SportsLab, The Fluid Fan is Here (Feb-20), lien [ici](#)
- (2) GWI x World Rugby Survey, Soutenez-vous un club national de rugby à XV féminin ? (avril 25)
- (3) GWI x World Rugby Survey, Soutenez-vous un club national de rugby à XV masculin ? (avril 25)

## Le rugby féminin se développe grâce à la mise en récit sociale

- (1) Domo, Les 50 premières publications par engagement dans : RWC 21 (1st oct 2022 – 19 nov 2022), RWC 23 (1 sept 2023 – 4 nov 2023), WXV (6 oct 2023 – 18 jan 2025), PNC (27 fév 2024 – 12 nov 2024). 200 publications les plus populaires analysées en fonction de l'engagement total, lien [ici](#) (janv-25)
- (2) GWI x World Rugby Survey, Quel type de contenu sur le rugby à XV appréciez-vous et/ou aimeriez-vous voir davantage ? Veuillez sélectionner toutes les réponses pertinentes (avril-25)

## Wallaroos : Développer l'audience et la notoriété

- (1) Rugby Australia Data Sources – mai 2025

## Les fans de rugby féminin s'engagent moins fréquemment que les fans de rugby masculin

- (1) GWI x World Rugby Survey, Quelle est la fréquence de votre engagement envers... ? Le rugby à XV féminin / rugby à XV masculin (avril 25)

## L'opportunité d'engagement avec la diffusion

- (1) GWI x World Rugby Survey, Quelle forme prend votre engagement envers le rugby à XV ? (avril 25)

## La visibilité est la clé de la croissance

- (1) GWI x World Rugby Survey, Quels sont, le cas échéant, les obstacles qui freinent votre engagement envers le rugby à XV féminin/masculin ? (avril 25)

## Les athlètes féminines sont le moteur de la croissance du sport féminin

- (1) Parity x Survey Monkey, Parity x SurveyMonkey – 2024 Fan Survey, lien [ici](#) (mai-24)

## Avec des superstars générationnelles stimulant la croissance des sports individuels

- (1) WNBA, WNBA Delivers Record-Setting 2024 Season, lien [ici](#) (sept-24)
- (2) ESPN, Caitlin Clark's Fever debut most-watched WNBA game since 2001, lien [ici](#) (mai-24)
- (3) The Score, Fever jersey sales up 1,193%, attendance up 265% since drafting Clark, lien [ici](#) (juil-24)
- (4) Sportico, 'Caitlin Clark Effect' Hits Bottom Line in Indiana Fever Finance Report, lien [ici](#) (août-24)
- (5) Relo Metrics, WNBA Teams Generated Record \$136 Million in Sponsor Media Value for Brands as Social Media Engagement Soars, According to New Report from Relo Metrics, lien [ici](#) (oct-24)

# SOURCE :

## Et la présence de ces superstars féminines sur les réseaux sociaux croît

- (1) Sponsor United x Women in Sport, Women in Sports Marketing Partnerships Across North America 2024–25, SponsorUnited WIS Report 2024–25 (fév-25)
- (2) Women's Sport Trust, Women's Sport Trust Visibility Report – 2024 in Review (fév-25)
- (3) Women's Sport Trust, Visibility Uncovered October 2024 Update – The Summer of Sport – Total Video Views between 19th July & 18th August, [lien ici](#) (oct-24)

## La superstar du rugby – Ilona Maher

- (1) Sky Sports, Ilona Maher : Women's rugby is changing – please keep coming out and supporting Premiership Women's Rugby, [lien ici](#) (mars-25)
- (2) RugbyPass, Beast Beauty Brains Bear: The Ilona Maher effect in action at Bristol, [lien ici](#) (déc-24)
- (3) Forbes, Ilona Maher's Post-Olympic Breakout Fame—Sports Illustrated Swimsuit Model And Social Media Stardom—Explained, [lien ici](#) (août-24)

## Les bristol bears et l'effet ilona maher

- (1) Bristol Bears,
- (2) World Rugby Analysis, World Rugby social followers analysis (mars-25)

## Et dans l'ensemble du rugby, les joueuses continuent de se constituer un public

- (1) Analyse de World Rugby, nombre d'abonnés sur Instagram et TikTok (mai 2025)
- (2) GWI x World Rugby Survey, Quelles sont les principales raisons pour lesquelles votre engagement envers le rugby à XV féminin/masculin a augmenté au fil du temps ? (Avril 25)

## Penina Pasifika – Une mise en récit forte stimule la croissance de l'audience

- (1) World Rugby Analysis, World Rugby & Penina Pasifika: Analysis of Penina Pasifika Social Media Performance (mars-25)

## La valeur rapide et croissante du sport féminin

- (1) Deloitte Women's Sport Revenue Report (Mar-25), [lien ici](#)
- (2) Sportcal (Aug-22), [lien ici](#)
- (3) UEFA (déc-24), [lien ici](#)
- (4) SportsPro (août-23), [lien ici](#)
- (5) ESPN (May-25), [lien ici](#)
- (6) BBC (jan-23), [lien ici](#)
- (7) ESPN (mai-25), [lien ici](#)

## Amérique du nord : Le marché leader du sport féminin

- (1) Angel City (Jul-24), [lien ici](#)
- (2) Forbes (Jun-25), [lien ici](#)
- (3) SportsPro, (Jun-25), [lien ici](#)
- (4) Zoomph, [lien ici](#)
- (5) Sports Business Journal (juin-25), [lien ici](#)
- (6) PWHL (avr-24), [lien ici](#)
- (7) PWHL (juin-25), [lien ici](#)
- (8) HS&E, [lien ici](#)

## L'opportunité pour les marques dans le rugby féminin

- (1) GWI Sports Survey, Si une marque ou un produit sponsorise votre ligue ou équipe sportive préférée, laquelle de ces actions êtes-vous susceptible d'entreprendre ? (mars-25)
- (2) GWI x World Rugby Survey, Sur une échelle de 1 à 5, où « 1 » signifie « Pas du tout d'accord » et « 5 » signifie « Tout à fait d'accord », dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes concernant le rugby féminin ? Les marques ont un rôle authentique à jouer dans... (Avril 25)
- (3) IMG, IMG – Endeavor Analytics – Women's Sports Review, [lien ici](#) (mars-24)

## Et les fans de rugby féminin s'alignent sur des perceptions plus larges

- (1) IMG, IMG – Endeavor Analytics – Women's Sports Review, [lien ici](#) (mars-24)
- (2) Wasserman, Her Love Of The Game. A Global Overview of Female Fans of Sports Report – Oct 2024, [lien ici](#)
- (3) Parity x Survey Monkey, From Moment to Mainstream Report, (mai-24)

## Dans le marché des produits dérivés, l'intérêt commercial des investissements dans le sport féminin est démontré

- (1) Klarna x Rep Her, Klarna announces Rep Her initiative addressing gender-based disparities in women's sports merchandise accessibility, [lien ici](#) (juin-24)

## Les fans de rugby féminin dépensent plus en produits dérivés

- (1) GWI x World Rugby Survey, Quelle forme prend votre engagement envers le rugby à XV ? (Avril 25)
- (2) GWI x World Rugby Survey, Combien dépensez-vous généralement par an en produits dérivés liés au rugby à XV ? (Avril 25)
- (3) GWI x World Rugby Survey, Qu'est-ce qui vous inciterait à dépenser davantage en produits dérivés liés au rugby à XV ? (Avril 25)

## Comment le sport féminin comble le fossé en matière de merchandising

- (1) Sportico, 'Everyone Watches Women's Sports' Apparel Hits \$6m in Revenue, [lien ici](#) (fév-25)
- (2) WNBA, WNBA Delivers Record-Setting 2024 Season, (sept-24)
- (3) Nike, Nike Football's new Third Club Kits celebrate the ascendancy of women's sport, [lien ici](#) (août-24)
- (4) BBC Sport, Mary Earps: Nike will sell 'limited quantities' of England World Cup goalkeeper shirts, [lien ici](#) (août-24)