

UN PLAN POUR LA CROISSANCE

[illegible]

SOMMAIRE

01	Résumé	4
02	Compétitions mondiales	11
03	La communauté des fans du rugby féminin	
	Un engouement croissant	26
	La démographie des fans	30
	À la découverte de l'origine des fans	36
	Que veulent les fans et comment ils expriment leur passion	44
	L'impact des athlètes féminines : influence, croissance et lien direct avec les fans	57
04	Les opportunités commerciales du sport féminin	66
05	Conclusion	78
06	Annexe	82

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 sur le secteur du sport.

Termes clés et définitions :

Analyse de données :

Hausse ou baisse en % : 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 %.

Réseaux sociaux :

Portée : nombre total d'utilisateurs uniques qui ont vu un contenu sur les réseaux sociaux.

Impressions : nombre de fois qu'un contenu est affiché à l'écran, qu'il ait été cliqué ou non.

Engagements : nombre total d'interactions (likes, commentaires, partages, etc.) des utilisateurs avec un contenu sur les réseaux sociaux ou les plateformes numériques.

Vues : nombre de fois qu'un contenu vidéo est lu ou visionné en ligne.

Abonnés : 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.

Médias acquis :

Mentions en ligne : 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.

Numérique, Web & Appli :

Utilisateurs : nombre d'individus uniques qui ont visité une plateforme numérique (site web ou application) au cours d'une période donnée.

Sessions : nombre total de visites sur un site internet ou une application, y compris les visites répétées du même utilisateur. Reflète la fréquence d'engagement.

Base de fans :

Fans de rugby masculin : ce terme désigne les fans de rugby masculin et non les fans masculins de rugby.

Fans de rugby féminin : ce terme désigne les fans de rugby féminin et non les fans féminins de rugby.

Acquisition : processus consistant à attirer et à engager des personnes qui découvrent un sport, afin de les convertir en fans pour la première fois.

Diffusion :

Heures de visionnage : 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.

Audience de diffusion : nombre de personnes qui ont regardé un événement sportif télévisé ou diffusé en streaming.

Audience cumulée de diffusion : cumul des audiences moyennes sur plusieurs diffusions ou matchs.

Téléspectateurs en direct : nombre de personnes qui ont regardé l'événement en temps réel lors de sa diffusion, plutôt qu'en rediffusion ou à la demande.

Audience de diffusion moyenne : 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.

Valeur de diffusion : valeur commerciale estimée de la visibilité générée par la diffusion.

Expérience le jour du match :

Acheteurs de billets RWC 2025 : personnes ayant acheté des billets pour les matchs de la Coupe du Monde de Rugby féminin 2025 et ayant répondu à l'enquête post-événement. Cela concerne uniquement l'acheteur principal du billet et n'inclut pas les personnes accompagnantes figurant sur la même réservation.

Note moyenne de l'expérience vécue dans l'enceinte du stade : 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 attribuée sur 10.

Indice de recommandation (Net Promoter Score) : un indicateur de fidélité client qui mesure la propension des personnes à recommander leur expérience à d'autres. Noté sur 100.

Enquête auprès des fans :

Enquête World Rugby auprès des fans 2025 : 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.

RÉSUMÉ

01

INTRODUCTION

Lorsque nous avons publié le « Plan pour la croissance » en août 2025, s'appuyant sur des données, des informations sur les fans et une analyse commerciale, le rapport initial se concentrait sur la manière d'élaborer une stratégie à long terme afin de tirer parti de la croissance rapide de ce sport. **Les conclusions présentaient un argumentaire convaincant** : le rugby féminin disposait d'un potentiel mondial inexploité et les bases d'une croissance durable étaient solidement en place.

Depuis lors, ce sport a franchi une étape décisive. **La Coupe du Monde de Rugby féminine England 2025 s'est avérée être un moment déterminant pour ce sport.** Elle a fait tomber tous les records en matière de fréquentation, d'audience télévisée et de recettes commerciales. Un public plus jeune et plus diversifié est en train de redéfinir ce sport. Ces fans ne se contentent pas de regarder – ils sont profondément engagés et influents.

Parallèlement à cette deuxième édition du Plan pour la croissance, World Rugby a également publié le Rapport d'impact de la Coupe du Monde de Rugby féminine 2025 et le Rapport d'impact mondial « Impact beyond 2025 », qui soulignent l'impact positif significatif sur les plans économique, social et sportif.

Collectivement, ces rapports reflètent tous un sport en pleine accélération, propulsé par les données et les analyses, renforcé par les investissements et porté par une communauté mondiale croissante de fans, de joueuses et de partenaires.

Avec les prochains Jeux olympiques de Los Angeles et les Coupes du Monde de Rugby féminines en 2029 (Australie) et 2033 (États-Unis), **le rugby féminin représente l'une des opportunités les plus dynamiques du sport mondial.** Alors que nous nous tournons vers l'avenir, libérer tout le potentiel du rugby féminin exigera une attention stratégique constante, des investissements soutenus et un engagement collectif.



Sally Horrox

Directrice du rugby
féminin
World Rugby

LA DYNAMIQUE INARRÊTABLE DU RUGBY FÉMININ

ENGAGER

1,1 milliard d'impressions sur les réseaux sociaux – la deuxième Coupe du monde de rugby (masculine ou féminine) ayant suscité le plus d'engagement

7,5 m sessions sur internet et applis : l'audience en ligne la plus importante jamais enregistrée pour une RWC

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

Ilona Maher, USA Rugby, athlète olympique, lauréate ESPY Award

REGARDER

147 m d'heures de visionnage à l'échelle mondiale pour la Coupe du Monde de Rugby féminine 2025, soit une augmentation de **336 %** par rapport à la Coupe du Monde de Rugby féminine 2021 (disputée en 2022)

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



ACTION

444 465 billets vendus pour la Coupe du Monde de Rugby féminine 2025

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



LE RUGBY FÉMININ ACCUEILLE UNE NOUVELLE VAGUE DE FANS :

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 conversations 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'elles 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 47 % des fans citent la couverture médiatique comme un facteur clé de leur intérêt (contre 39 % pour le rugby masculin) 39 % des fans de rugby féminin ont déclaré que la visibilité accrue des joueuses avait encouragé leur engagement envers le rugby féminin	31 % des fans de rugby féminin souhaitent suivre ce sport en raison de leur intérêt pour les grands tournois et les événements prestigieux 44 % des spectateurs de la Coupe du Monde de Rugby féminine 2025 n'avaient jamais assisté à un match de rugby féminin.	73 % des fans de rugby féminin estiment que les marques ont un rôle authentique à jouer dans la promotion du rugby féminin 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)
La participation encourage la passion	31 %	Les fans de rugby féminin sont plus susceptibles d'avoir pratiqué eux-mêmes ce sport que les fans de rugby masculin (31 % contre 25 %). 

Rappel contextuel : Fans de rugby féminin : ce terme désigne les fans de rugby féminin et **non** les fans féminins de rugby.

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 commerciaux, 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 sportifs 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.

LEVIER DE CROISSANCE CLÉS

1

RENDRE LE 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 dans 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 / joueuses ancien.nes ou actuel.les.

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

S'APPUYER SUR 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 féminine 2025 (Angleterre) a été le plus grand tournoi de l'histoire de ce sport, battant tous les records précédents, avec notamment 444 465 billets vendus, 1,1 milliard d'impressions sur les réseaux sociaux et plus de 147 millions d'heures de visionnage à l'échelle mondiale
- La RWC 2025 s'est appuyée sur le succès de la Coupe du Monde de Rugby féminine 2021 (disputée en 2022), qui avait également pulvérisé les records précédents, avec 150 000 spectateurs présents et plus de 9 millions de téléspectateurs à travers le monde
- Au cours de la saison 2024/25, la HSBC SVNS Series (rugby à 7) a connu une croissance continue en termes d'audience télévisuelle et de portée sur les réseaux sociaux, avec notamment plus de 488 000 nouveaux abonnés sur les comptes @svnsseries
- 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 matches à guichets fermés et une audience télévisée record pour l'édition 2025.
- 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



130+

Fédérations membres



7,3 m

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



39 m

Abonnés de réseaux sociaux sur
tous les canaux sociaux de
World Rugby
(Fev 2026)



£6,7md

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



£1,2 md

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

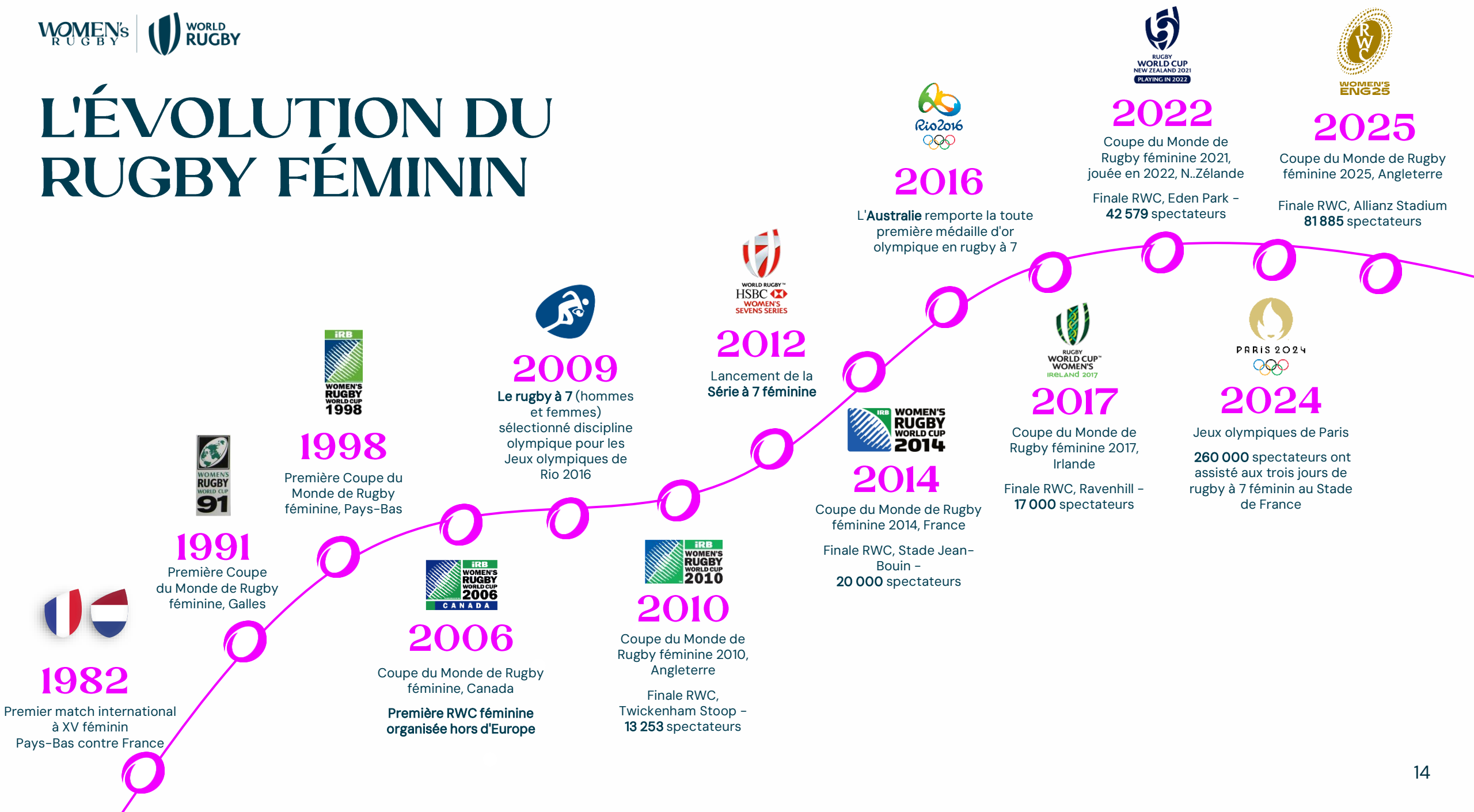


25

Partenaires commerciaux
de World Rugby



L'ÉVOLUTION DU RUGBY FÉMININ



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

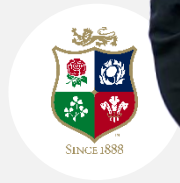


LE PANORAMA DES COMPÉTITIONS

Internationales



Régionales



Nationales



UN MOMENT HISTORIQUE

Coupe du Monde de Rugby féminine 2025

La Coupe du Monde de Rugby féminine 2025 a redéfini les limites du possible dans le rugby féminin, établissant de nouveaux records en matière de fréquentation, d'audience, d'engagement numérique et d'impact commercial.

Organisée à une échelle sans précédent, la RWC 2025 a marqué un tournant historique, accélérant la croissance de ce sport et libérant son potentiel commercial durable à long terme.

Attirant une affluence record...

TOTAL
BILLETS VENDUS

444 000

+196 % / RWC 2021

TOTAL de BILLETS
DISPONIBLES VENDUS

92 %

78 % pour RWC 2021

Offrant une portée mondiale à grande échelle sur les plateformes numériques et audiovisuelles...

TOTAL MONDIAL
DES HEURES DE VISIONNAGE

147,8 m

+336 % / RWC 2021

IMPRESSIONS
RÉSEAUX SOCIAUX

1,1 md

+118 % / RWC 2021



Une valeur commerciale tout au long du tournoi...

PARTENAIRES
COMMERCIAUX

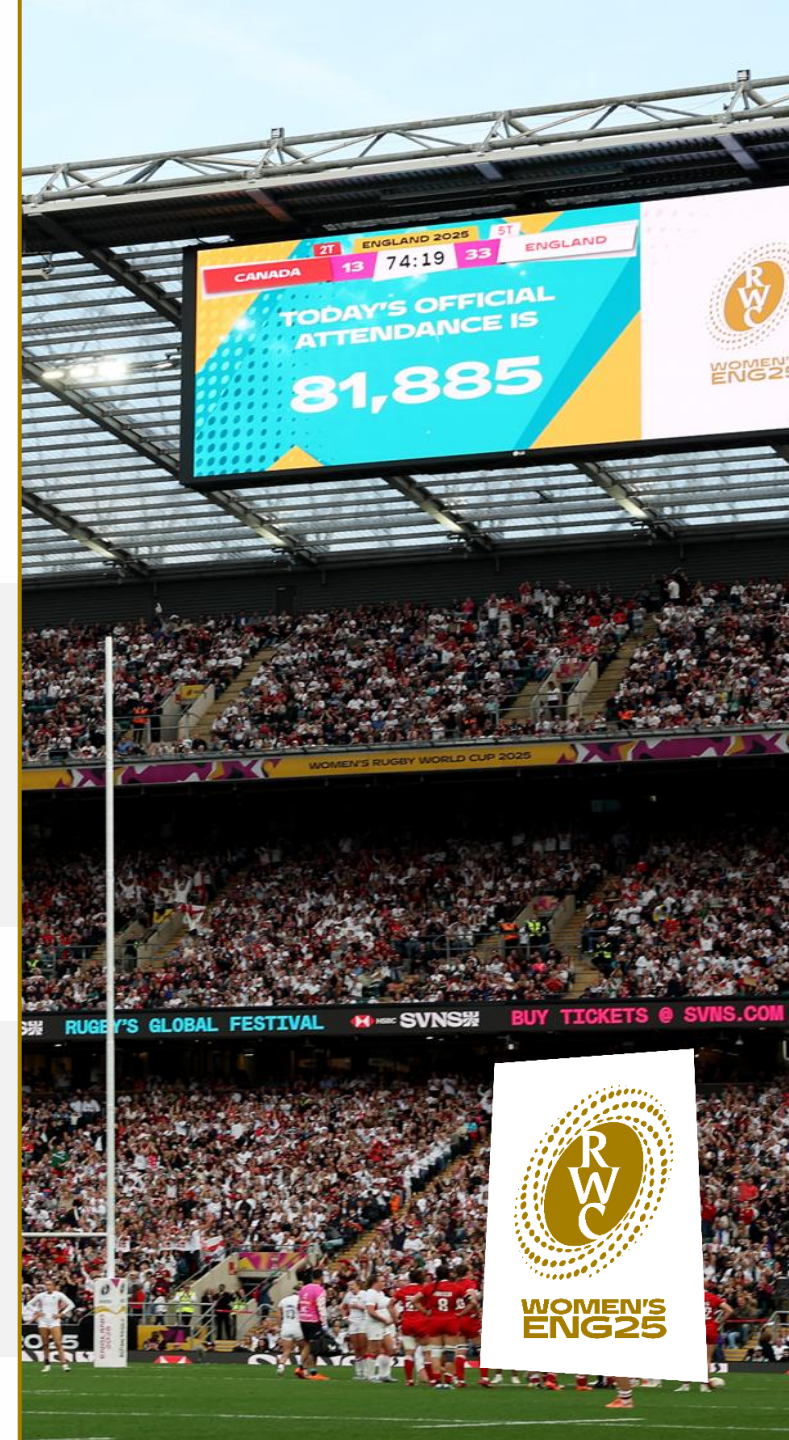
24

le plus grand programme commercial jamais mis en place pour une Coupe du Monde de Rugby féminine

IMPACT ÉCONOMIQUE TOTAL
GÉNÉRÉ POUR LES VILLES HÔTES

£294 m

grâce à un financement public de 14 millions de livres sterling



ET SUR LE TERRAIN LE JEU A PRIS DE L'AMPLEUR



32

MATCHS

6

SEMAINES

8

STADES

16

ÉQUIPES

736

JOUEUSES &
PERSONNEL

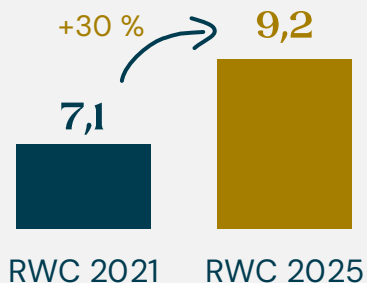
388

MATCHS INTERNATIONAUX
DISPUTÉS PAR LES ÉQUIPES ENTRE
2022 ET 2025 EN VUE DE LA
COUPE DU MONDE DE RUGBY 2025

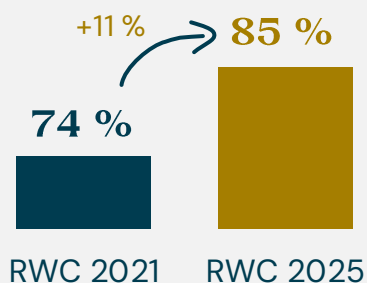
51

JOUEUSES DE LA RWC 2025
ONT ÉGALEMENT PARTICIPÉ
AUX JEUX OLYMPIQUES DE
PARIS 2024

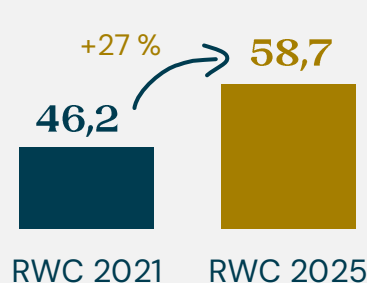
ESSAIS EN MOYENNE
PAR MATCH



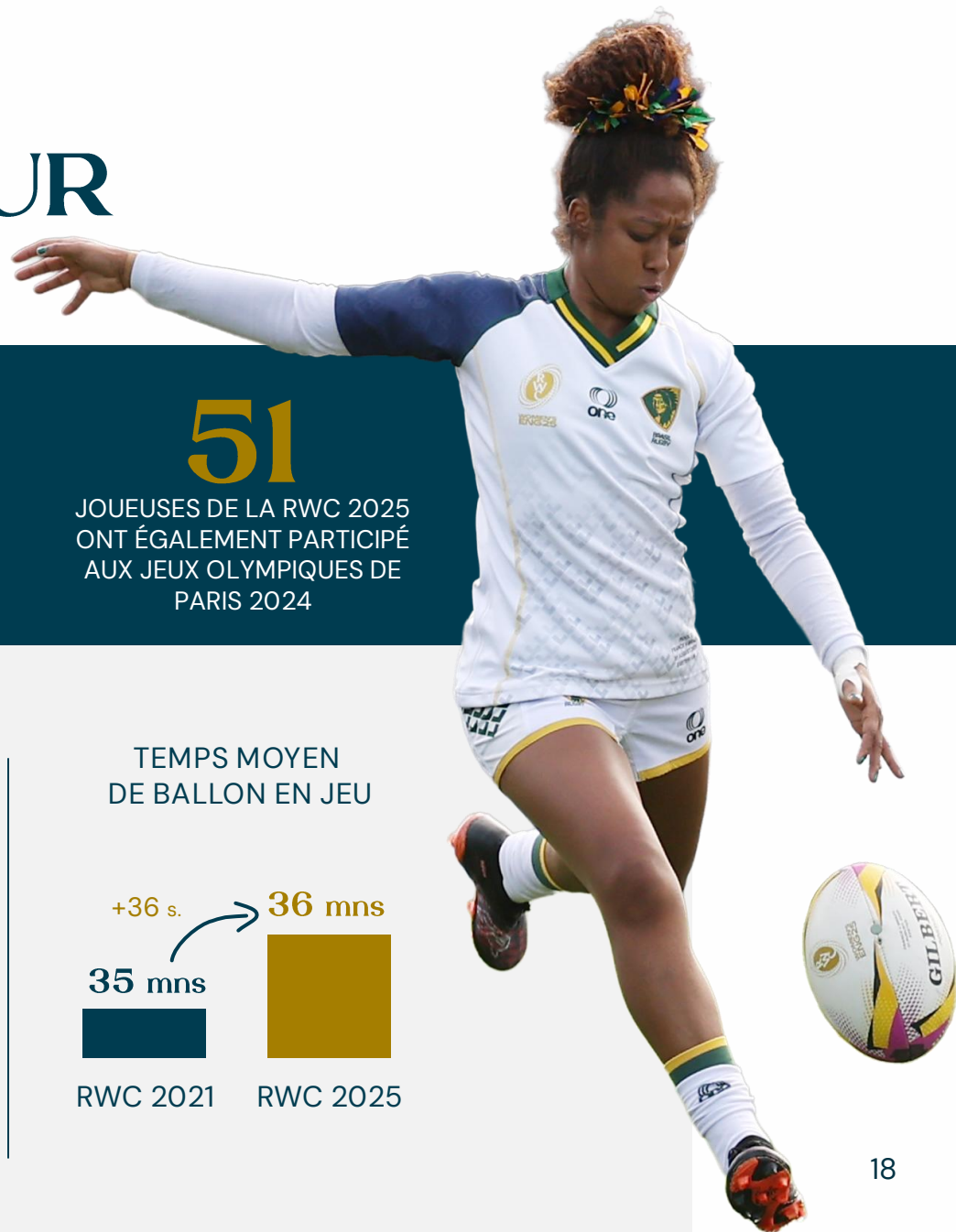
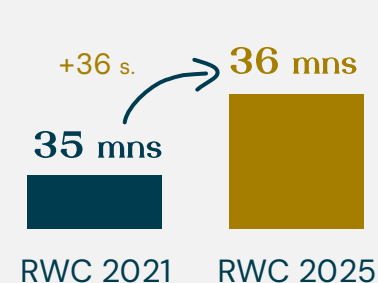
TAUX DE TIRS DE
PÉNALITÉ RÉUSSIS



POINTS MARQUÉS
PAR MATCH



TEMPS MOYEN
DE BALLON EN JEU



L'AVÈNEMENT D'UNE NOUVELLE ÈRE

Coupe du Monde de Rugby féminine 2021, jouée en 2022

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 D'AFFLUENCE AU TOURNOI

UN PUBLIC DIFFÉRENT POUR LES MATCHS DE RUGBY

RECORD D'AFFLUENCE POUR UN MATCH FÉMININ EN SOLO

RECORD DE VUES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

LE RUGBY FÉMININ VIRAL SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

AUDIENCE TÉLÉVISUELLE IMPORTANTE

150 000

+434 % / 2017

59 %

DE FEMMES PARMI LES ACHETEURS DE BILLETS

42 500

SPECTATEURS DE LA FINALE

166 m

+269 % / 2017

25 m

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

17,6 m

AUDIENCE DE DIFFUSION

UNE CÉLÉBRATION MONDIALE DU RUGBY À 7

HSBC SVNS

La Série 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. 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 2024/25...

HEURES DE VISIONNAGE MONDIAL

35 m

/ 22 m
EN 2023/24

CROISSANCE DES ABONNÉS SUIVANT DES JOUEUSES EN 2024/25

1,1 m

FRÉQUENTATION TOTALE DE LA SÉRIE

440 000

AVEC 111 000 POUR HONG KONG, L'ÉVÉNEMENT LE PLUS FRÉQUENTÉ

VUES de VIDÉOS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

1,3 md



SUCCÈS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

AUGMENTATION DES ABONNÉS EN 2024/25 SUR LES CANAUX MONDIAUX @SVNSSERIES

+488 000

Outre les contenus mettant en avant l'intensité et la qualité de la compétition lors du HSBC SVNS, les publications les plus populaires ont également mis l'accent sur le côté ludique et divertissant des événements, trouvant un écho auprès des fans du monde entier. Les images des coulisses et les expériences sous un angle unique figuraient parmi les thèmes les plus appréciés.



3,7 m
VUES

251 000
ENGAGEMENTS



1,6 m
VUES

176 000
ENGAGEMENTS

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



WXV → WXV Global Series

Le WXV a été lancé et joué en 2023 et 2024 afin de contribuer à relever le niveau et d'accélérer le développement du rugby féminin d'élite. La compétition a offert aux 18 fédérations participantes un parcours structuré vers la qualification pour la RWC 2025 et plus de compétition que jamais. Dans le cadre d'un calendrier mondial repensé pour le jeu féminin, la WXV Global Series sera lancée en 2026 comme une nouvelle série internationale à long terme. Avec plus de 100 rencontres prévues entre 2026 et 2028, cette série trace une voie claire et cohérente vers la Coupe du Monde de Rugby féminine de 2029.

La WXV Global Series introduit un nouveau format réunissant les 18 meilleures équipes nationales du monde, offrant certitude de rencontres, une compétition plus significative et un alignement des calendriers, ce qui favorise la performance à long terme et la viabilité commerciale du rugby féminin.

Cette compétition contribuera également à créer de nouvelles opportunités narratives, à renforcer la diffusion télévisée et l'engagement sur les réseaux sociaux, et à approfondir le lien avec les fans sur l'ensemble des marchés.

WXV
GLOBAL SERIES

WXV EN 2024...

IMPRESSIONS SUR LES
RÉSEAUX SOCIAUX

53 m

+310 % / 2023¹

HEURES DE DIFFUSION
REGARDÉES

2,2 m

TF1 (FRANCE) A ENREGISTRÉ LE
PLUS GRAND NOMBRE D'HEURES
REGARDÉES 795 000¹

ENGAGEMENTS SUR LES
RÉSEAUX SOCIAUX

1,8 m

+480 % / 2023¹

MENTIONS EN
LIGNE

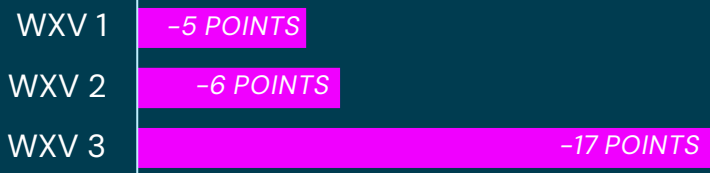
30 000

+76 % / 2023¹

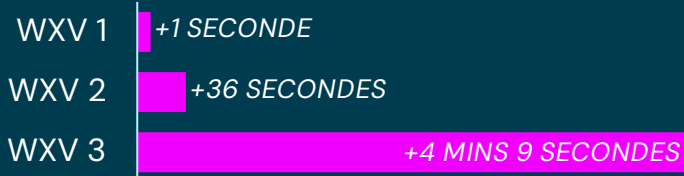
LE WXV A EU UN IMPACT DIRECT SUR LE PRODUIT SUR LE TERRAIN

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

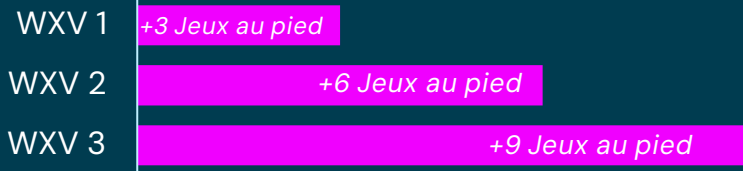
Réduction des écarts entre les scores
Écart moyen entre les scores en 2023 et en 2024²



Temps de jeu effectif croissant
2023 vs 2024 : temps moyen de ballon en jeu²



Amélioration des compétences techniques,
par ex. jeu au pied par match
Coups de pied par match en moyenne 2023 / 2024²



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 Tournoi féminin des Six Nations hors du calendrier du tournoi masculin afin de donner au tournoi féminin une place à part entière dans le calendrier du rugby.

Ce changement a transformé la capacité du tournoi féminin 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 plus large de Six Nations Rugby a également vu l'introduction de compétitions et de plateformes jeunes et de 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

151 000 21 186

AFFLUENCE CUMULÉE DES JOURS
DE MATCHS DU TOURNOI¹

NOUVEAU RECORD
D'AFFLUENCE AU
RUGBY FÉMININ POUR
LA WELSH RUGBY
UNION
PAYS DE GALLES contre
ANGLETERRE, PRINCIPALITY
STADIUM

Diffusion 2025

18,2 m

AUDIENCE TÉLÉVISUELLE
MONDIALE EN 2025
(+8 % / 2024)

Engagement numérique 2025

173,8 m

IMPRESSIONS

125,8 m

VIDÉO VUES

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 2028-29, l'avenir s'annonce prometteur pour le rugby féminin en Angleterre.



Augmentation de l'audience des jours du match

+93 %

HAUSSE DE LA FRÉQUENTATION MOYENNE APRÈS 8 JOURNÉES DE LA SAISON 2025/26 PAR RAPPORT À 2024/25

+183 %

HAUSSE DE LA FRÉQUENTATION LORS DE LA PREMIÈRE JOURNÉE DE LA SAISON 2025/26 PAR RAPPORT À LA SAISON 2024/25

Audience audiovisuelle en hausse

337 000 +275 %

AUDIENCE MAXIMALE POUR LE MATCH HARLEQUINS CONTRE BRISTOL EN DÉCEMBRE 2025

Nouveau record d'audience pour la deuxième fois en décembre

HAUSSE EN MOYENNE DE L'AUDIENCE APRÈS 8 JOURNÉES DE LA SAISON 2025/26 PAR RAPPORT À LA SAISON 2024/25

Audience numérique en hausse

+265 % +675 %

CROISSANCE DU NOMBRE D'ABONNÉS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX EN 2025

CROISSANCE DE LA BASE DE DONNÉES PRIMAIRE PWR EN 2025

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 rebattus sans cesse, à mesure que la demande pour le rugby féminin en tant que produit en direct s'accroît.

La finale de la Coupe du Monde de Rugby féminine 2025, qui a opposé l'Angleterre au Canada, a établi un nouveau record mondial d'affluence pour une manifestation de rugby féminin.

Elle a surpassé les tournois précédents, s'appuyant sur les records établis auparavant, notamment lors de la première journée du tournoi de rugby à 7 des Jeux olympiques de Paris 2024

La RWC 2025 a compté sept rencontres ayant attiré plus de

20 000 +

82 000

66 000

58 000

43 000

28 000

15 000

15 000

7 000



ANGLETERRE contre CANADA
SEPTEMBRE 2025



JOUR 1 - JEUX OLYMPIQUES
JUILLET 2024



ANGLETERRE contre FRANCE
AVRIL 2024



NOUVELLE-ZÉLANDE contre ANGLETERRE
NOVEMBRE 2022



FRANCE contre ANGLETERRE
AVRIL 2024



MADAGASCAR contre CAMEROUN
MAI 2023



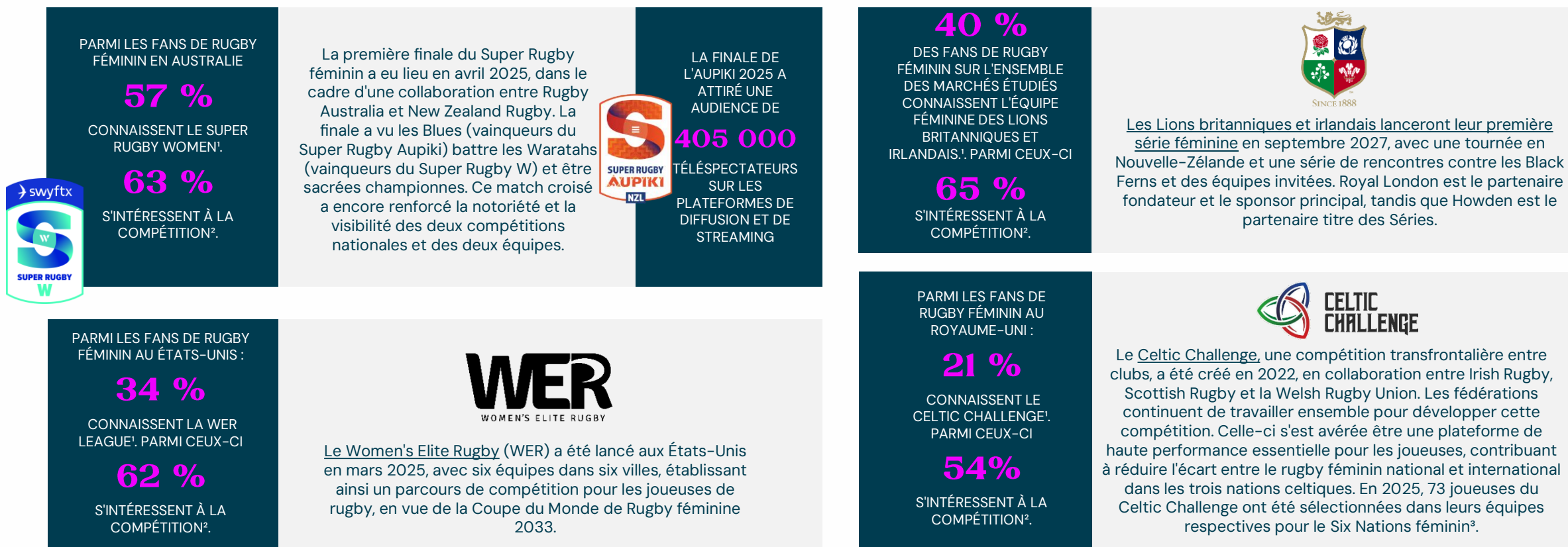
ÉTATS-UNIS contre FIDJI
JUILLET 2025



AUSTRALIE contre NOUVELLE-ZÉLANDE
JUN 2023

LE PANORAMA DES COMPÉTITIONS S'ACCROÎT AUSSI À L'ÉCHELLE MONDIALE

La possibilité pour les femmes de pratiquer régulièrement le rugby de haute performance en compétition est essentielle pour le succès futur 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 parcours 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.



LA COMMUNAUTÉ DES 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 renforcé 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
- Parallèlement, la Coupe du Monde de Rugby féminine 2025 a également attiré un public de rugby bien établi, **72 %** des spectateurs étant fans depuis plus de 3 ans, ce qui démontre la capacité du tournoi à fidéliser une base de fans établie tout en attirant un nouveau public.
- L'engagement s'étend à la fréquentation des matchs en direct, à l'activité sur les réseaux sociaux, à l'audience télévisée et à 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 COMMUNAUTE DE FANS DU RUGBY FÉMININ CONNAIT UNE CROISSANCE RAPIDE

La dynamique derrière le rugby féminin est indéniable. 65 % des fans de rugby féminin ont renforcé 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 renforcé 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



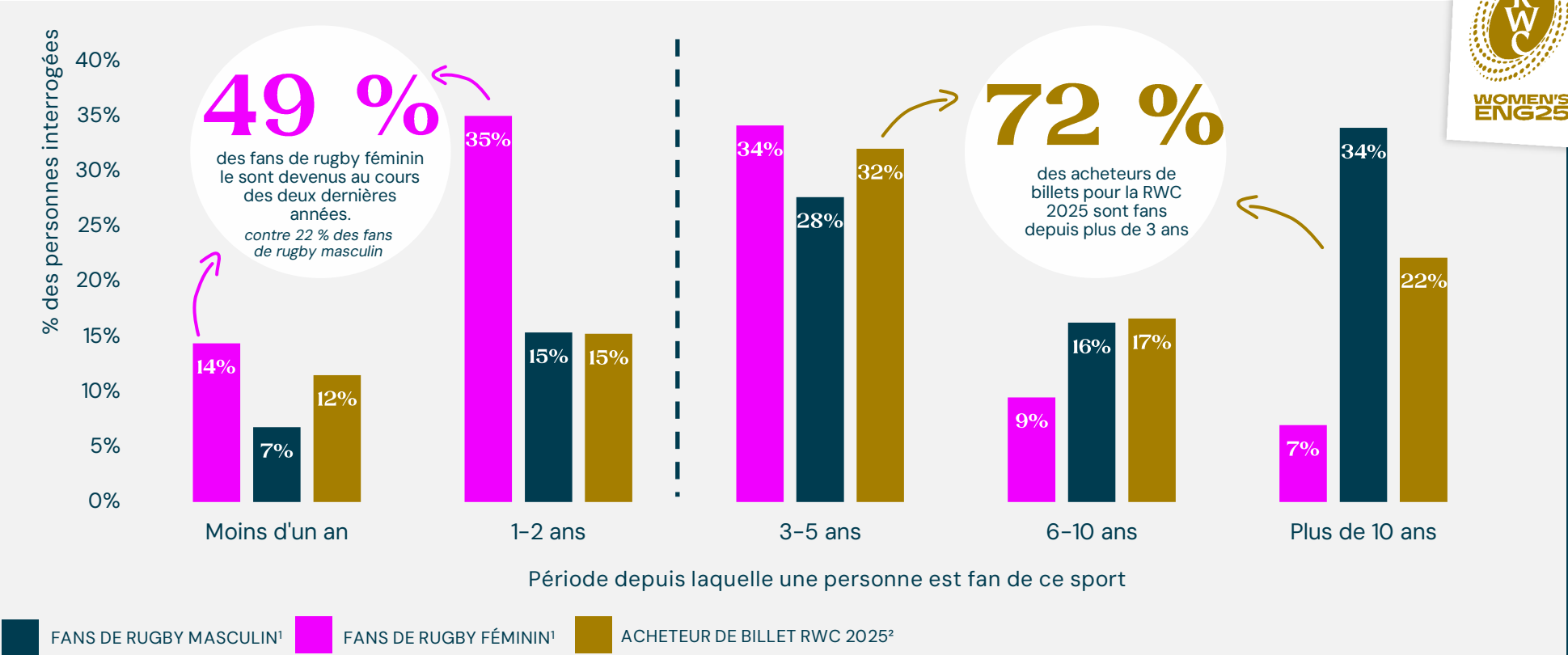
69 %

des fans américains

ont déclaré avoir renforcé leur engagement envers le rugby féminin

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

Près de la moitié des tous les fans de rugby féminin sont devenus fans au cours des deux dernières années, soit deux fois plus que chez les fans de rugby masculin, ce qui souligne la rapidité avec laquelle le public s'est élargi, le Japon et l'Afrique du Sud affichant les plus fortes hausses du nombre de fans. Toutefois, les données relatives aux acheteurs de billets pour la Coupe du Monde de Rugby féminine 2025 indiquent que la fréquentation a été tirée par une base de supporters plus établie, soutenue par un marché du rugby féminin et des grands événements déjà bien développés, où la notoriété de ce sport est élevée.



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

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

Source : (1) GWI 2025 Women's Rugby Fan Survey. Q : Depuis combien de temps êtes-vous fan de rugby à XV masculin/féminin ? (2) Enquête sur l'expérience des jours de match de la RWC 2025 Q : Depuis combien de temps êtes-vous fan de rugby féminin ?

LA COMMUNAUTÉ DES FANS DU RUGBY FÉMININ : PROFIL DÉMOGRAPHIQUE DES FANS

POINTS SAILLANTS

Le rugby féminin redéfinit l'expérience du match et attire une nouvelle génération de fans. Grâce à son ambiance familiale et à ses valeurs inclusives, ce jeu s'adresse à 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 spectateurs.

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.
- Lors de la RWC 2025, 15 % des spectateurs assistaient à leur tout premier match de rugby et 44 % assistaient à un match de rugby féminin pour la première fois. Cela montre que 29 % des spectateurs n'avaient auparavant assisté qu'à des matchs de rugby masculin, ce qui souligne l'efficacité du tournoi pour convertir les amateurs de rugby masculin au rugby féminin.

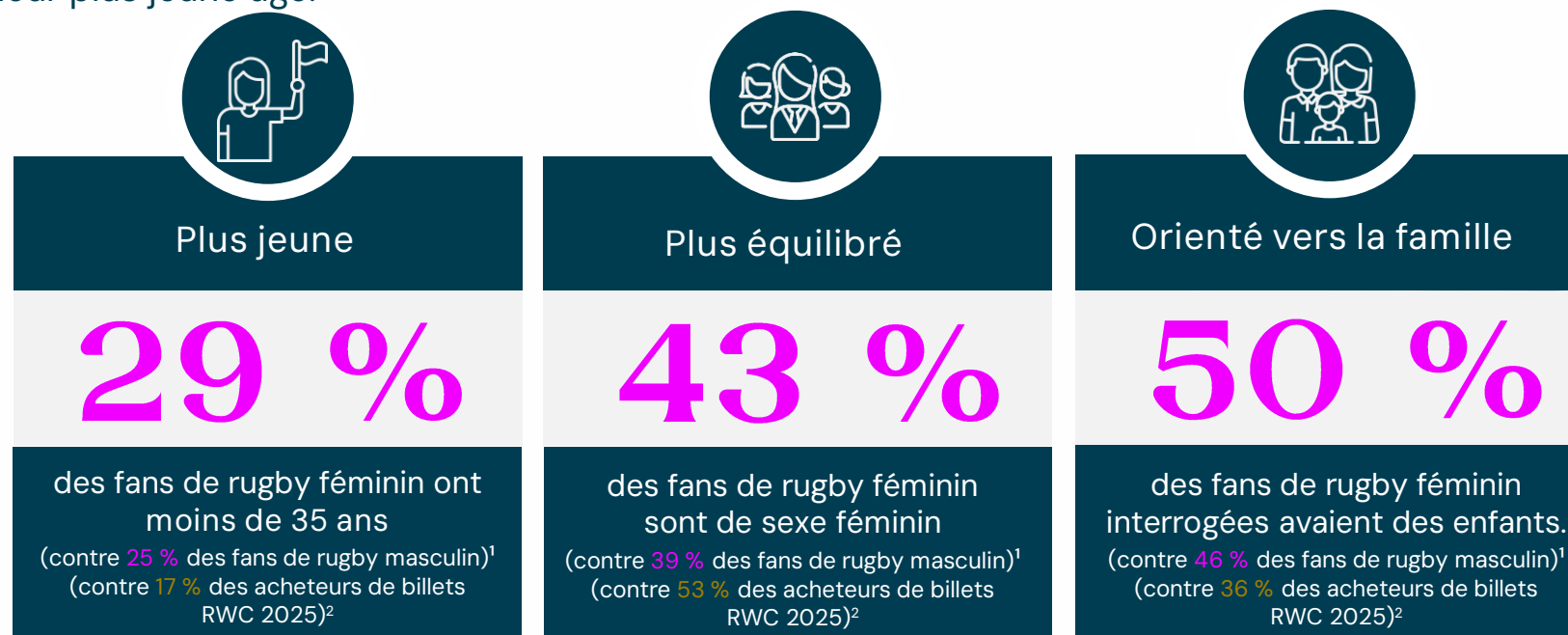
Pourquoi c'est important

- 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 plus jeune et plus féminin. Grâce à une offre familiale, le rugby féminin devient de plus en plus pertinent pour les publics modernes. Cela se reflète lors d'événements majeurs tels que la Coupe du Monde de Rugby féminine 2025, où plus de la moitié des acheteurs de billets étaient des femmes. 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.



REMARQUE

Le terme « fan de rugby féminin » désigne un public large et multi-marché, tandis que les données sur les acheteurs de billets concernent spécifiquement les acheteurs de la Coupe du Monde de Rugby féminine 2025. Ces deux éléments doivent être considérés comme complémentaires, et non comme directement comparables.

COMPRENDRE LES FANS DE RUGBY FÉMININ :

Le public de la Coupe du Monde de Rugby féminine 2025

La Coupe du Monde de Rugby féminine 2025 a attiré à la fois une nouvelle génération de fans et les amateurs de rugby de longue date. Il est important de noter que près de la moitié des spectateurs découvraient le rugby féminin pour la première fois, et que 15 % d'entre eux assistaient à un événement de rugby pour la première fois de leur vie, ce qui démontre la capacité des grands événements à toucher et à convertir de nouveaux publics. Parallèlement, 20 % des spectateurs étaient accompagnés d'enfants, ce qui montre que, même si le public s'élargit, il existe toujours une solide base de spectateurs familiaux.

Avec qui les acheteurs de billets ont-ils assisté aux matchs ?

Famille 51%

Partenaire 49%

Amis 26%

20%

des spectateurs de la RWC 2025 interrogés étaient accompagnés d'enfants de moins de 18 ans

RWC 2025 – attirer de nouveaux fans vers ce sport

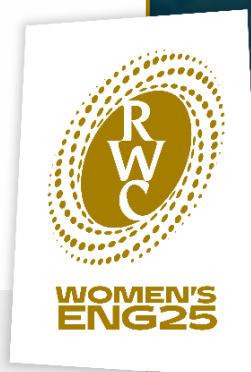
44 % 15 %

ASSISTAIENT À UN MATCH DE RUGBY FÉMININ POUR LA PREMIÈRE FOIS

ASSISTAIENT À UN MATCH DE RUGBY POUR LA PREMIÈRE FOIS

9,5

PROBABILITÉ TO REVENIR AU RUGBY FÉMININ (9,5 FANS SUR 10)



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 masculin¹



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 masculins²



Orienté vers la famille

41 %

des billets achetés pour The Hundred (cricket, RU) en 2025 l'ont été par des familles⁴



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 étroitement lié à l'essor de la popularité du rugby féminin

48 %

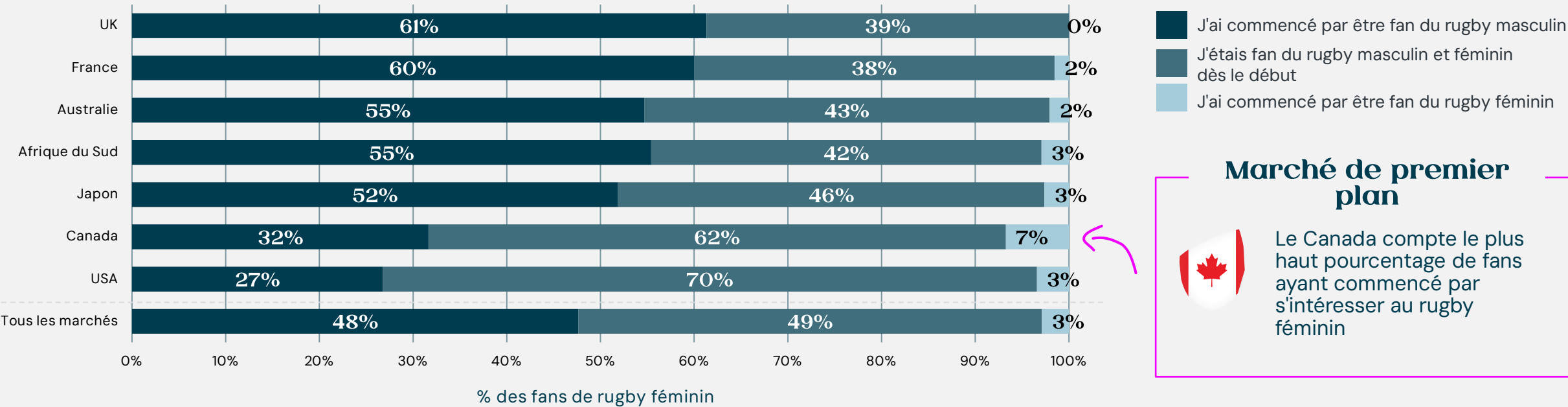
des fans de rugby féminin ont commencé leur parcours en tant que fans du rugby masculin, cette tendance étant particulièrement forte sur les marchés traditionnels du rugby tels que le Royaume-Uni et la France.

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.



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

POINTS SAILLANTS

Le rugby féminin séduit de nouveaux fans grâce aux plus grands événements de ce sport, 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.
- 44 % des spectateurs de la RWC 2025 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. Cela se traduit par une forte intention de revenir : lors de la RWC 2025, les supporters ont attribué à leur expérience une note moyenne de 8,9 sur 10, et 88 % d'entre eux prévoient d'assister à nouveau à des matchs de rugby féminin à l'avenir
- 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 renforcent l'intérêt et la visibilité du rugby féminin à l'échelle mondiale, alors que les championnats nationaux peinent parfois à s'imposer durablement. Ces événements amplifient la couverture médiatique, attirent de nouveaux publics et favorisent des changements structurels, notamment en encourageant la pratique de ce sport.

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 médiatisés¹

Principaux marchés motivés par les grands événements¹

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) Enquête sur l'expérience des jours de match de la RWC 2025 Q : Avant la RWC 2025, aviez-vous déjà assisté à un match de rugby féminin ? Q : Comment comptez-vous suivre le rugby à l'avenir ? (en assistant aux matchs) (3) UEFA European Women's Championship 2022 (4) ECB (5) Rapport d'impact RWC 2025

+Le Net Promoter Score (NPS) est un indicateur de fidélité client qui mesure la propension des personnes à recommander une marque, un produit ou un service à d'autres

GRANDS ÉVÉNEMENTS SPORTIFS FÉMININS

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



44 %

des spectateurs de la Coupe du Monde de Rugby féminine 2025 n'avaient jamais assisté à un match de rugby féminin².



40 %

des spectateurs assistaient à leur premier match de football féminin en direct, et **29 %** découvraient leur premier match international lors de l'EURO féminin 2022³

THE HUNDRED

57 %

des téléspectateurs de The Hundred n'avaient regardé aucun autre match de cricket de l'ECB en direct en 2021⁴

Les expériences formidables favorisent la fidélisation

8/10

Note moyenne attribuée par les spectateurs de la RWC 2025⁵

+84

Indice de recommandation⁺ (NPS) note des spectateurs de la RWC 2025⁵ +25 % / RWC 2021

94 %

des spectateurs qui n'avaient jamais assisté à un match de rugby féminin auparavant ont l'intention de suivre ce sport à l'avenir²



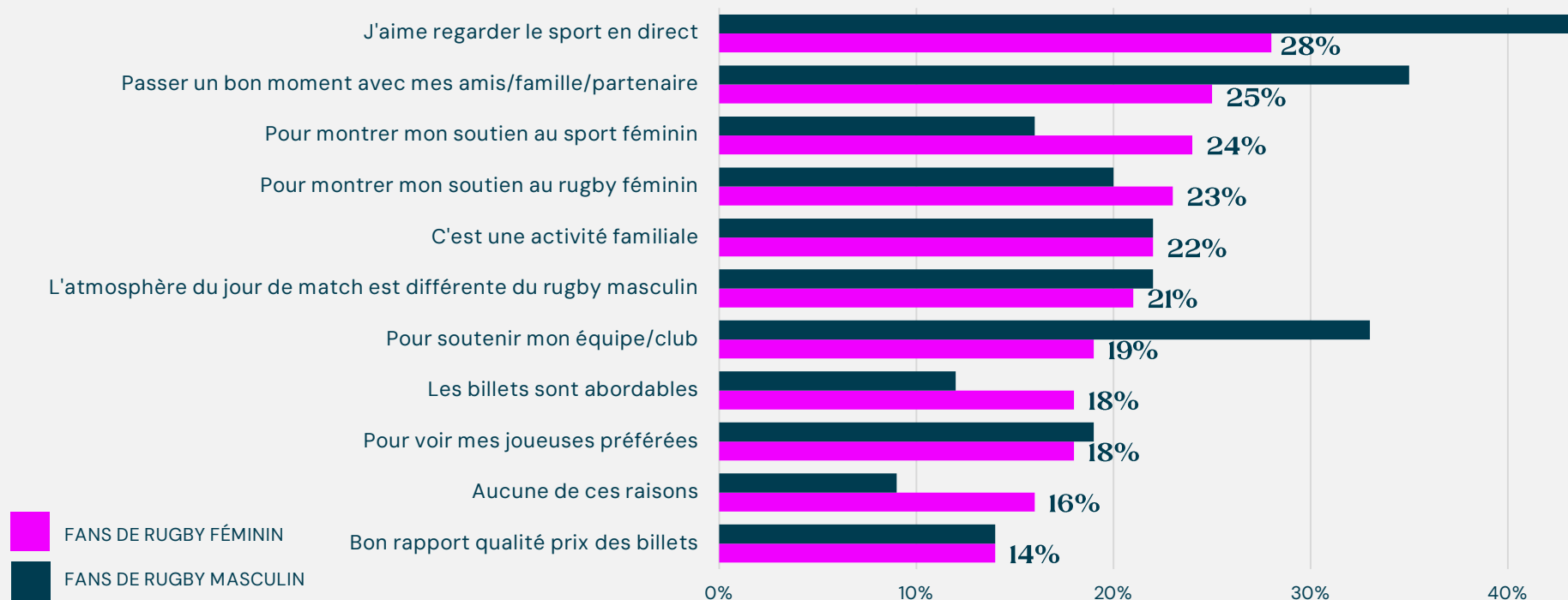
WOMEN'S ENG25

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

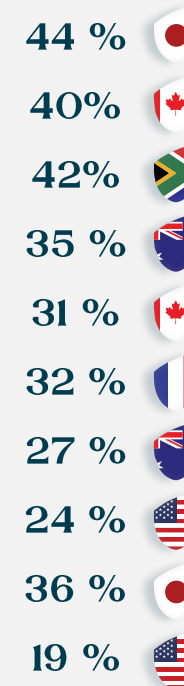
Les fans de rugby féminin assistent aux matchs pour des raisons plus variées que les fans de rugby masculin. Alors que les fans de rugby masculin sont principalement motivés par leur amour du sport en direct, des sorties divertissantes et leur fidélité à leur équipe, les fans du rugby féminin ont des 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



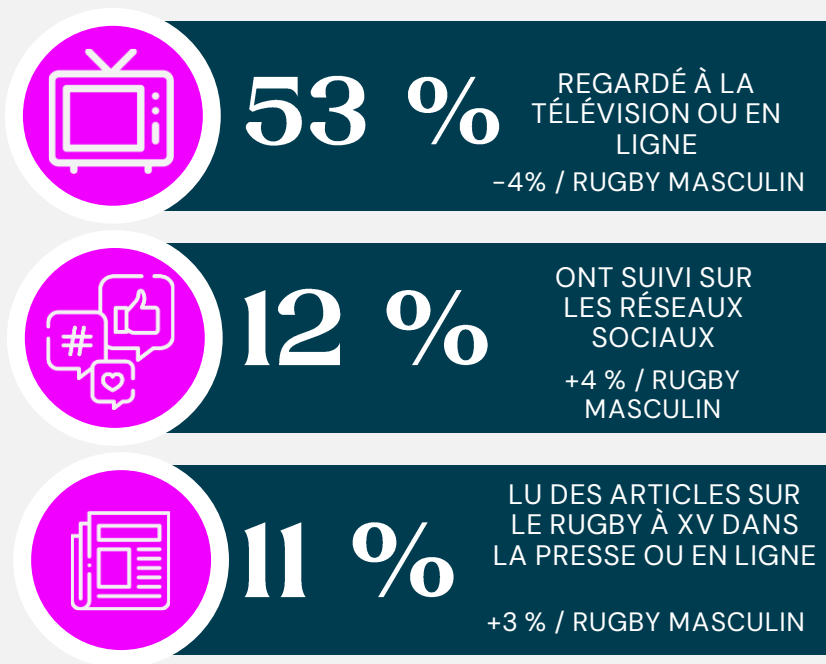
Principale raison de la participation (%)



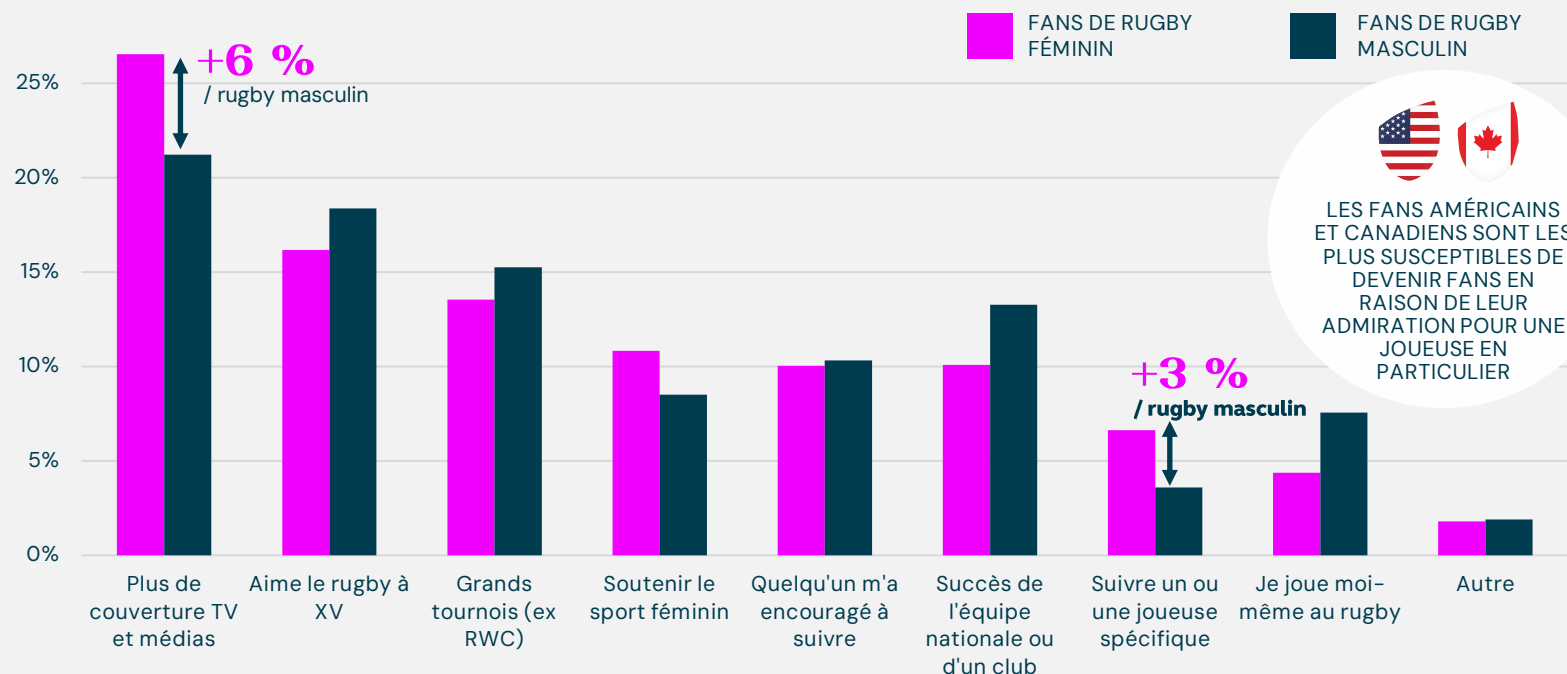
QUAND LE RUGBY FÉMININ EST FACILE À TROUVER, IL EST FACILE À AIMER

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 féminin¹

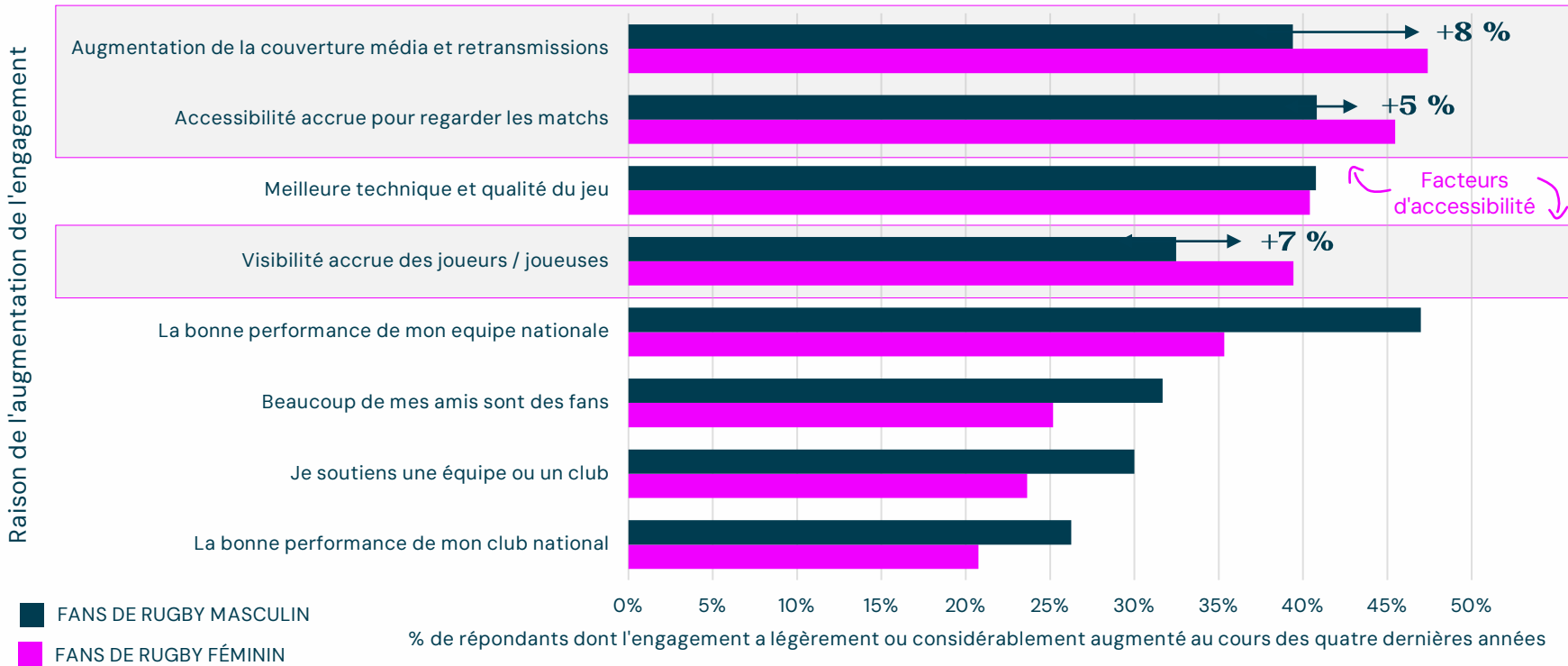


Principale raison pour laquelle les fans sont devenus fans de rugby à XV²



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 des fans 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



51 % 50 % 50 % 49 % 38 %

Accessibilité accrue pour regarder les matchs



60 % 44 %

Rugby masculin

Mon équipe nationale obtient de bons résultats



67 % 52 % 43 % 52 %

Augmentation de la couverture médiatique et des retransmissions

Accessibilité accrue pour regarder les matchs



42 %

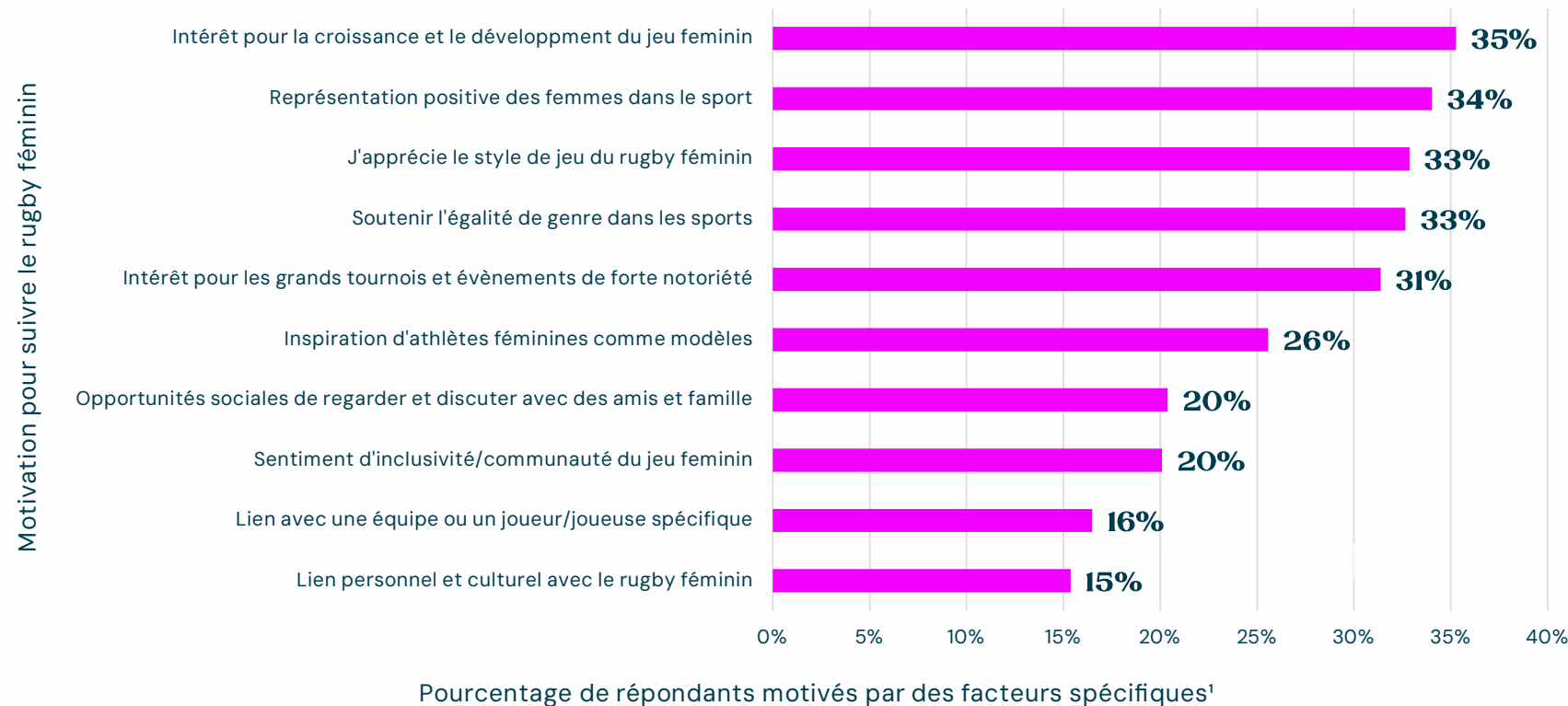
Meilleure technique et qualité du jeu sur le terrain



49 % 38 %

LES 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, une image positive et le développement de ce sport, sont des facteurs déterminants 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.



Fluctuations du marché

 **40 %** ↑

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

 **22 %** ↑

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)¹



Principale raison de suivre la PWR

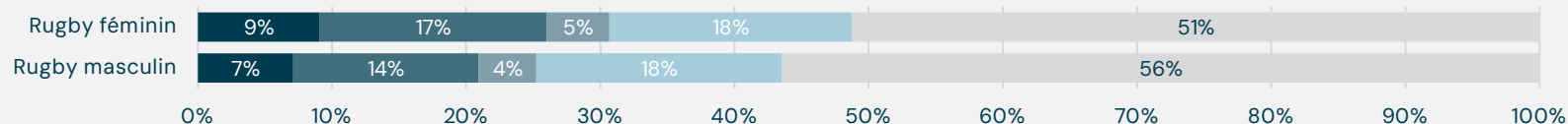
61 %

des fans du Premiership Women's Rugby suivent cette compétition pour soutenir le développement du sport féminin²

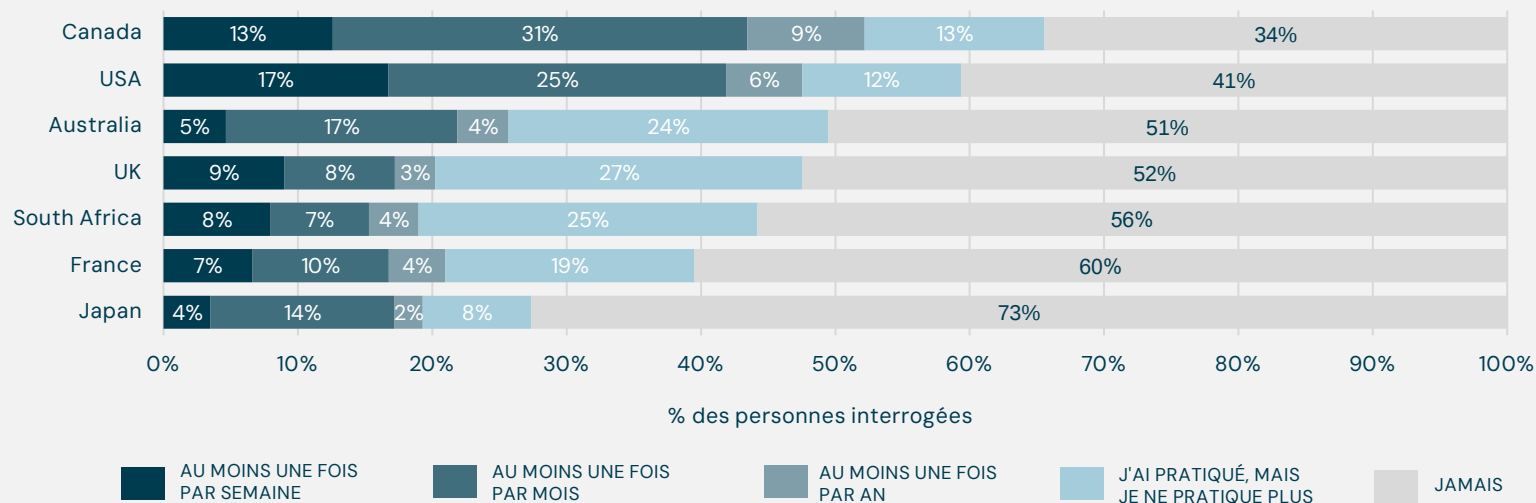
L'OPPORTUNITÉ : ACQUÉRIR DE NOUVEAUX FANS AU-DELÀ DE CEUX QUI PRATIQUENT CE SPORT

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.

LA COMMUNAUTÉ DES FANS DU RUGBY FÉMININ : QUE VEULENT LES FANS ET COMMENT ILS EXPRIMENT LEUR PASSION

POINTS SAILLANTS

À la rencontre des fans actuels de rugby féminin : accès, témoignages et changements 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 grands tournois contribuent à lever les obstacles, avec 53% des acheteurs de billets pour la Coupe du Monde de Rugby féminine 2025 déclarant n'avoir rencontré aucun obstacle pour s'impliquer davantage

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
- La communication sociale de la Coupe du Monde de Rugby féminine 2025 s'est attachée à incarner les valeurs du rugby, à mettre en avant la personnalité des joueuses et à raconter des histoires culturellement pertinentes qui allaient au-delà du terrain – et les fans l'ont adoptée : le tournoi a été la deuxième RWC (masculine ou féminine) la plus suivie sur les réseaux sociaux de l'histoire, et la RWC féminine la plus suivie

Pourquoi c'est important

- La communauté des fans du rugby féminin est **motivée par la pertinence et la proximité émotionnelle**, et pas seulement 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'IMPLIQUER

Plus de la moitié des fans de rugby féminin pensent que leur intérêt pour ce sport va grandir 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

41 %

2

Assister à plus

de matchs en personne

25 %

3

Suivre davantage

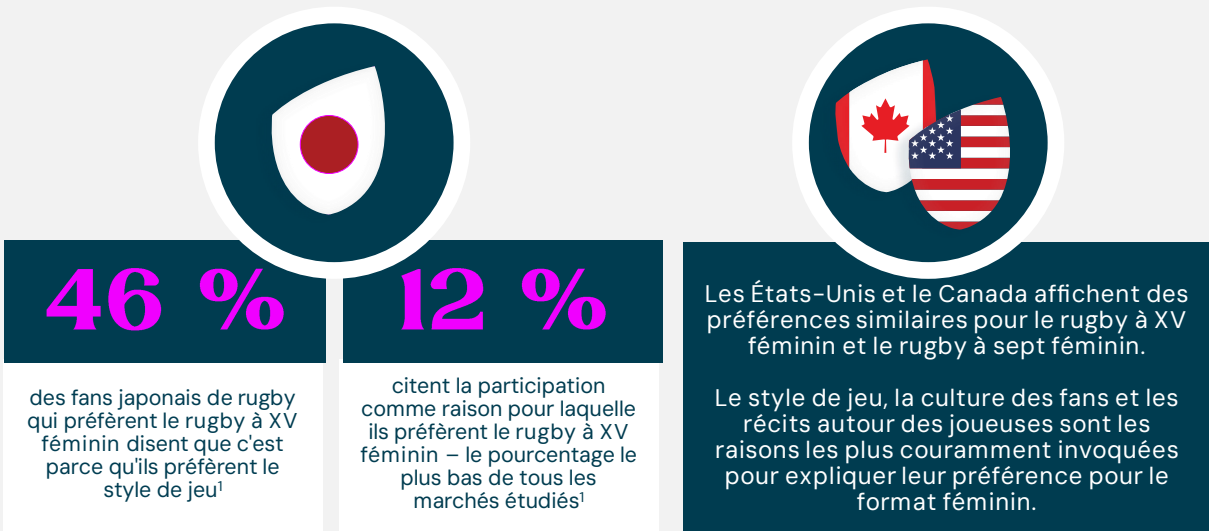
sur les réseaux sociaux

23 %

DEUX FOIS PLUS DE FANS DE RUGBY FÉMININ AFFIRMENT QUE LA CULTURE DES FANS EST LA PRINCIPALE RAISON POUR LAQUELLE ILS LE PRÉFÈRENT 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



Comparaison globale dans le rugby à XV :

Raison	Préfère le jeu féminin¹ (%)	Préfère le jeu masculin¹ (%)
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 %
Les joueurs, les personnalités et les récits sont 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 7³ (%)	Préfère le jeu masculin à 7⁴ (%)
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 évolution¹. Cela se traduit par un soutien qui va au-delà de la loyauté envers un seul club, plus commun 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

Les fans de rugby féminin sont plus nombreux que les fans de rugby masculin à n'avoir jamais soutenu un club national, ce qui reflète leur cheminement au cours du temps et le stade actuel de développement des compétitions nationales d'élite

Aucun club soutenu²

41 % 35 %

FANS DE RUGBY FÉMININ

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 soutenus²

25 % 23 %

FANS DE RUGBY FÉMININ

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

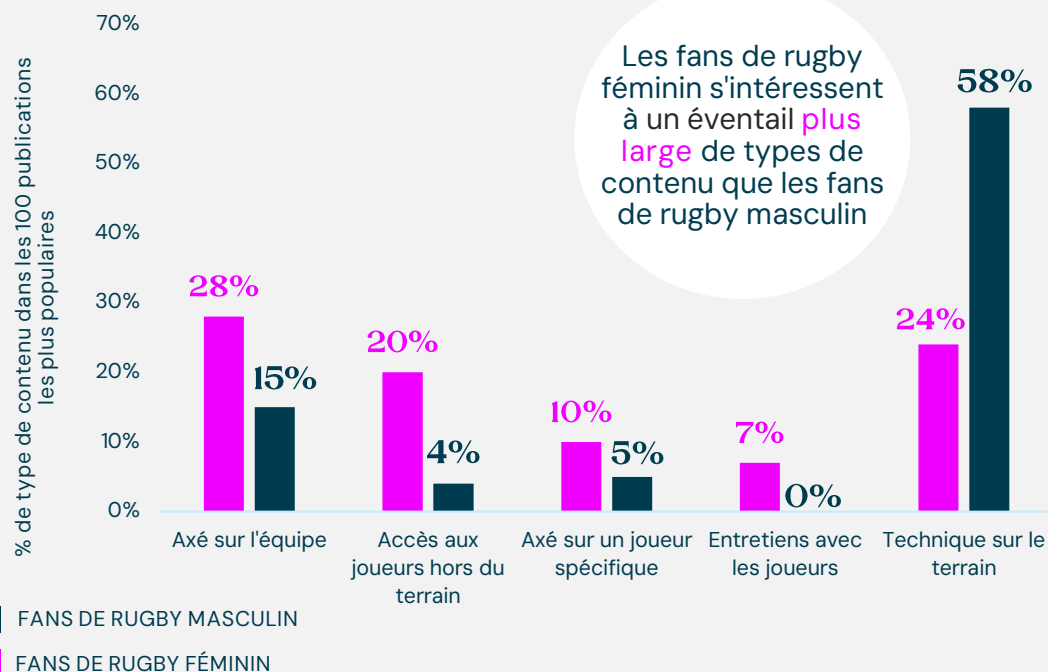


En Australie, un nombre de fans similaires de fans soutiennent un seul club (25 %) ou plusieurs clubs (22 %)

LE RUGBY FÉMININ SE DÉVELOPPE GRÂCE À LA MISE EN RÉCIT SOCIAL

Les fans de rugby féminin s'intéressent à un contenu très varié, allant d'anecdotes hors du terrain aux portraits de 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'engagement¹



Lorsqu'on leur pose la question, les fans de rugby féminin disent apprécier et/ou souhaite voir davantage de contenus liés au récit, impressions des joueuses et à la communauté²

Documentaires

29 %

Contenu dans les coulisses

26 %

En Australie, ce chiffre atteint 32 %

Contenu axé sur les joueuses

24 %

Culture des fans et histoires de la communauté

21 %

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

ET LE RÉCIT SOCIAL ÉTAIT AU CŒUR DE

la Coupe du Monde de Rugby féminine 2025

Les réseaux sociaux ont joué un rôle extrêmement important dans la manière dont les fans ont découvert, vécu et créé du lien avec la Coupe du Monde de Rugby féminine 2025. La stratégie sur les réseaux sociaux visait à incarner les valeurs du rugby, à mettre en avant la personnalité des joueuses et à raconter des histoires culturellement pertinentes qui allaient au-delà du terrain, donnant ainsi aux fans des raisons de s'intéresser, de suivre et de partager.



Personnifier l'esprit du rugby sur les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux ont donné vie aux valeurs et à la personnalité du rugby, recréant l'ambiance d'un clubhouse de rugby dans un espace numérique. Le contenu a été conçu pour être inclusif et accueillant – mettant en avant la joie, l'émotion, l'humour et le respect – aidant ainsi les nouveaux fans à comprendre non seulement comment se joue le rugby, mais aussi ce que ce sport représente.

Créer un effet de star

La RWC 2025 a accéléré l'essor de la mise en récit menée par les joueuses, transformant les athlètes en personnalités. En offrant accès, information et authenticité, le contenu sur les réseaux sociaux a créé des liens émotionnels avec les joueuses, stimulant l'engouement à travers les visages et les histoires, et pas seulement les équipes ou les résultats.

Pertinence culturelle

Le tournoi s'est inscrit dans un débat culturel plus large, en s'appuyant sur la culture populaire, l'influence, l'humour, l'identité locale et les tendances sociales. En mêlant des moments de rugby à des références culturelles familières, le contenu sur les réseaux sociaux a donné au rugby féminin un caractère actuel, facile à partager et ancré dans la vie quotidienne, élargissant ainsi son audience bien au-delà du public traditionnel du rugby.



SUR TOUS LES CANAUX DE WORLD RUGBY

1,1 mb
IMPRESSIONS

853 m
VUES de VIDÉOS

31,1 m
ENGAGEMENTS

+512 000
NOUVEAUX ABONNÉS



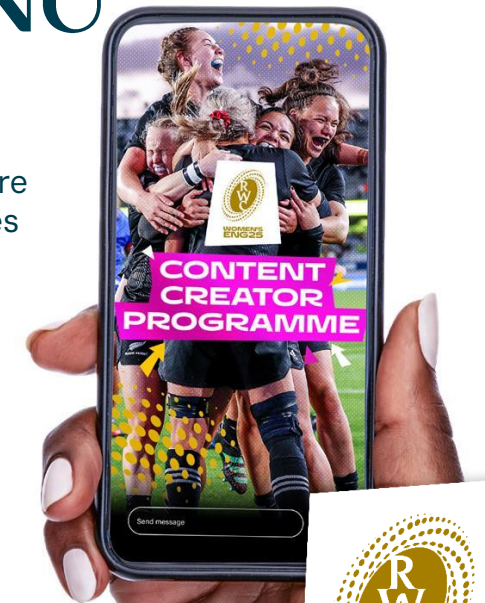
PROGRAMME DE CRÉATEUR DE CONTENU

Coupe du Monde de Rugby féminine 2025

Initiative stratégique de World Rugby visant à renforcer la visibilité et la portée mondiales de la RWC 2025

Le programme des créateurs de contenu de la Coupe du Monde de Rugby féminine 2025 a été mis en place pour contribuer à faire de cette édition la plus grande Coupe du Monde de Rugby féminine jamais organisée, en offrant aux créateurs de contenu intégrés un accès privilégié aux coulisses des équipes et aux moments clés. Travaillant en étroite collaboration avec les équipes participantes et bénéficiant d'une accréditation dédiée au rôle de producteur de contenu, ces créateurs ont été intégrés au sein des équipes et tout au long du tournoi. Il en a résulté un contenu axé sur les réseaux sociaux qui a rapproché les fans de la compétition, élargi la portée, touché de nouveaux publics et amplifié les récits menés par les joueuses.

Aux côtés des producteurs de contenu des équipes participantes déjà en place, plusieurs créateurs ont rejoint le programme à l'issue d'un processus mondial de candidature lancé en janvier 2025 et comprenant un programme virtuel d'apprentissage et de développement en amont de la RWC 2025. Le programme a reçu plus de 800 candidatures provenant de 34 pays, ce qui témoigne de l'intérêt mondial pour travailler sur le tournoi.



PUBLICATIONS LES PLUS PERFORMANTES SUR #RWC25

4,1m
VUES

#RWC25 Résultats du programme

10	418	31 m	29 m	1,2 m
CRÉATEURS DE CONTENU (Ceux recrutés via le processus de candidature mondial)	PUBLICATIONS CRÉÉES	IMPRESSIONS	VIDÉO VUES	ENGAGEMENTS

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

Sur une période de 18 mois entre 2023 et 2025, Rugby Australia a mis en place une stratégie ciblée visant à accroître la notoriété et la visibilité des Wallaroos, afin d'élargir leur public et de renforcer leur présence à l'approche de la Coupe du Monde de Rugby féminine 2025 et en tant que hôtes de la Coupe du Monde de Rugby féminine 2029. Parallèlement à l'évolution de son programme de haute performance féminine – illustré par un titre remporté lors du WVM2 en 2024 – accroître la visibilité et la couverture médiatique de l'équipe et de ses joueuses auprès d'un public de plus en plus nombreux est devenu un axe stratégique majeur.

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



Au cours de ces 18 mois, grâce à cette approche ciblée, les réseaux sociaux des Wallaroos ont enregistré...

985 %

Augmentation des abonnés sur les réseaux sociaux

623 %

Augmentation des engagements sur les réseaux sociaux

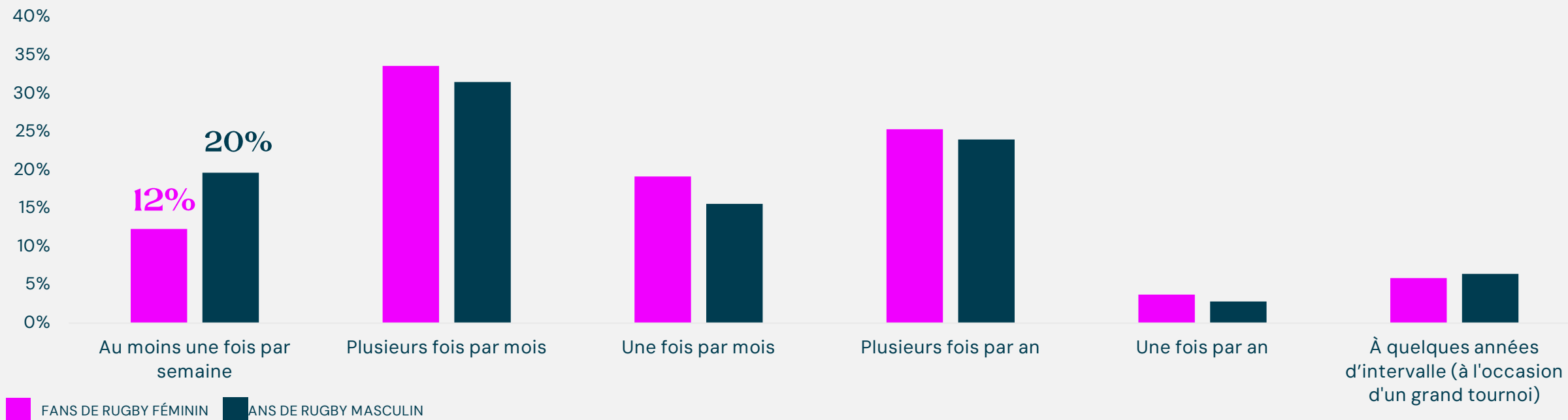
3 700 %

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 l'interaction la plus courante pour les fans avec 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 celle qui regarde 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 3 principales voies d'interaction des fans avec 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'impliquent 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'impliquent 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



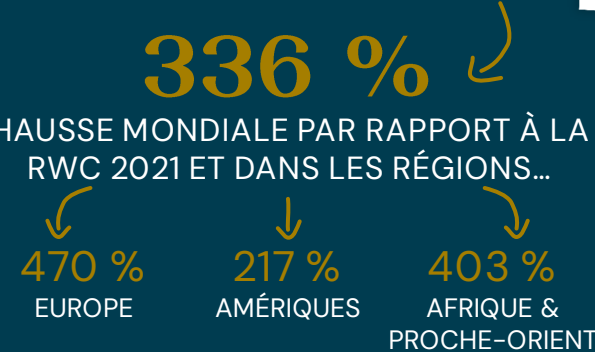
En Afrique du Sud, **37 %** des personnes interrogées s'impliquent via les réseaux sociaux, le % le plus élevé de tous les marchés, contre seulement **17 %** des fans en France



LA VISIBILITÉ DES DIFFUSIONS A PERMIS UNE CROISSANCE RECORD

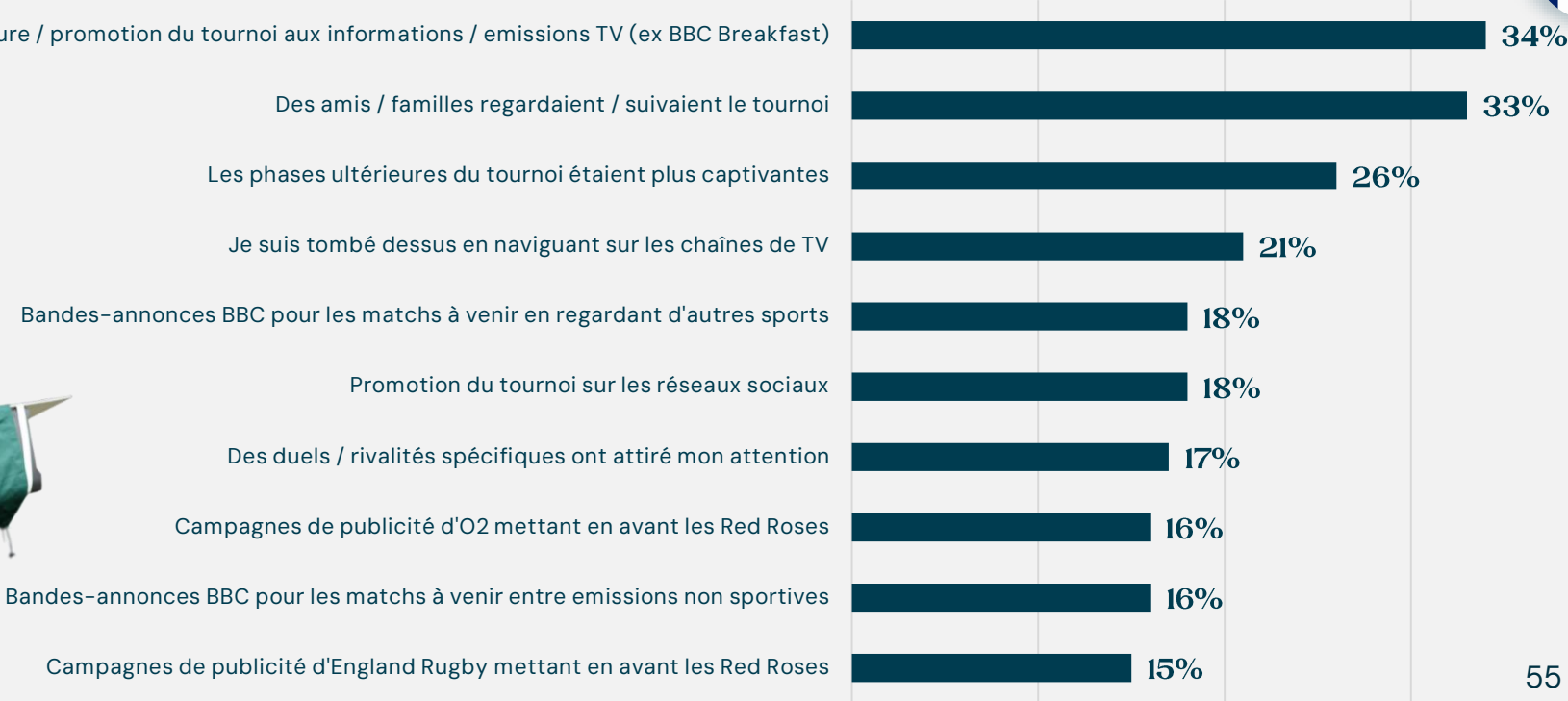
Coupe du Monde de Rugby féminine 2025

La RWC 2025 a été l'édition féminine la plus regardée de tous les temps et a propulsé la visibilité et la notoriété mondiales de ce sport à des sommets sans précédent, démontrant ainsi ce qui se passe lorsque le rugby féminin est visible, accessible et facile à suivre. La diffusion sur des chaînes gratuites a élargi l'accès à l'événement et au sport, le public britannique ayant regardé 57 millions d'heures de programmes télévisés de la BBC, ce qui a contribué à attirer et à convertir de nouveaux publics à grande échelle.



Facteurs déterminants pour les nouveaux téléspectateurs de la RWC 2025 au Royaume-Uni²

Parmi les nouveaux spectateurs du rugby féminin

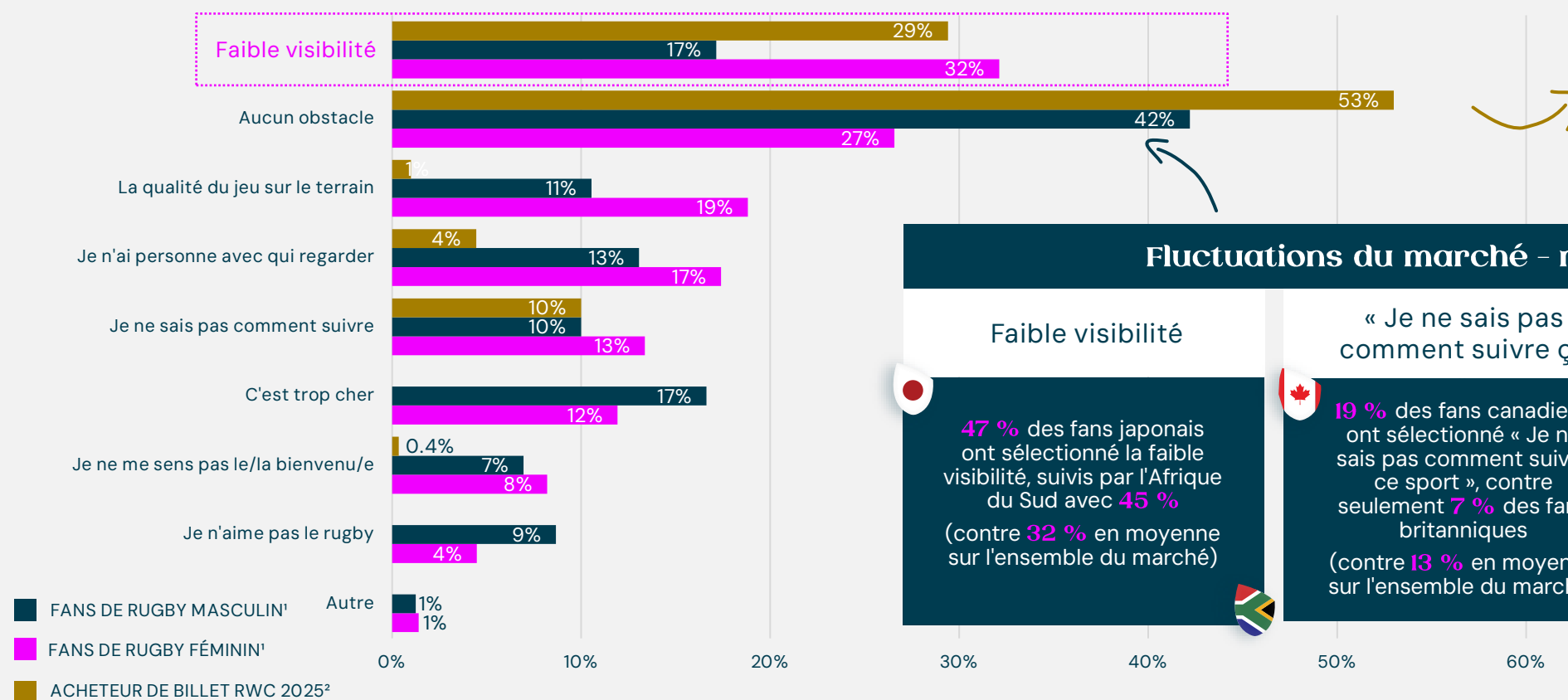


Source : (1) *Rapport d'impact RWC 2025*
(2) *Women's Sport Trust: More Than A Moment*

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 – la problématique est bien moindre dans le rugby masculin. Des parcours limités et moins accessibles créent des frictions qui limitent la découverte. Ce fossé dans la visibilité reflète des obstacles systémiques plus vastes freinant la croissance. Il est toutefois encourageant de constater que plus de la moitié des acheteurs de billets pour la RWC 2025 ont déclaré ne rencontrer aucun obstacle, ce qui souligne la capacité des grands tournois à faire tomber ces barrières et à susciter un engouement plus profond.

Obstacles à l'engagement envers le rugby féminin



53 %

des acheteurs de billets pour la RWC 2025 ont déclaré ne rencontrer aucun obstacle à un engagement plus fort

(contre 27 % des fans de rugby masculin)



Fluctuations du marché – rugby féminin

Faible visibilité

47 % des fans japonais ont sélectionné la faible visibilité, suivis par l'Afrique du Sud avec 45 % (contre 32 % en moyenne sur l'ensemble du marché)

« Je ne sais pas comment suivre ça »

19 % des fans canadiens ont sélectionné « Je ne sais pas comment suivre ce sport », contre seulement 7 % des fans britanniques (contre 13 % en moyenne sur l'ensemble du marché)

Qualité du jeu sur le terrain

21 % des fans américains et canadiens ont sélectionné « la qualité du jeu sur le terrain », contre seulement 16 % des fans japonais (contre 19 % en moyenne sur l'ensemble du marché)

LA COMMUNAUTÉ DES FANS DU RUGBY FÉMININ : L'IMPACT DES ATHLÈTES FÉMININES – INFLUENCE ET RAPPORT 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** plus susceptibles¹ d'acheter un produit recommandé par une athlète féminine que par tout autre type d'influenceur.
- **57 %** des consommateurs pensent¹ 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

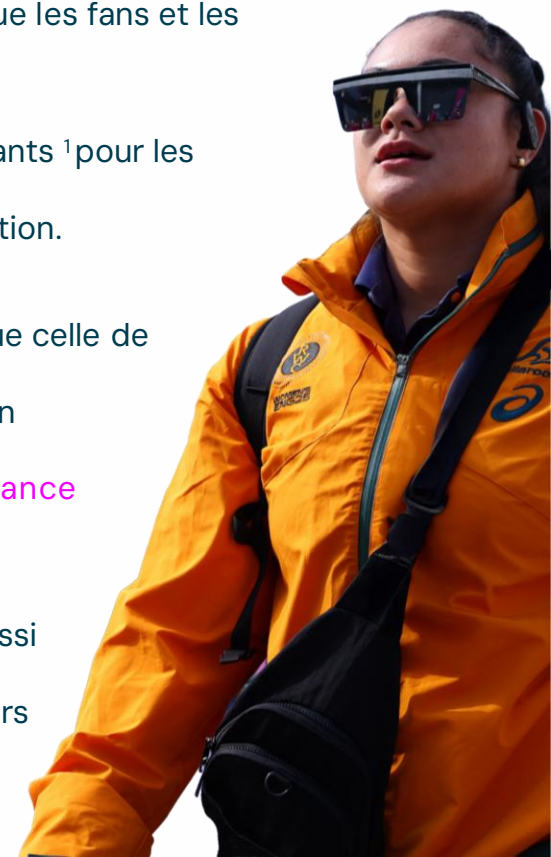
- Pas moins de **88 %** des personnes interrogées considèrent les athlètes féminines professionnelles comme des modèles puissants¹ pour les jeunes femmes, ce qui renforce leur pertinence culturelle et sociale au sens large.
- Leur impact va bien au-delà du sport, façonnant les perceptions, les comportements 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 sportifs mondiaux², 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.
- L'impact était évident lors de la RWC 2025, où le suivi des abonnés sur les réseaux sociaux de 50 joueuses a révélé une **croissance moyenne de +40 %**

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...

2,8 x

plus susceptibles d'acheter un produit recommandé par une athlète féminine que par tout autre type d'influenceur¹

88 %

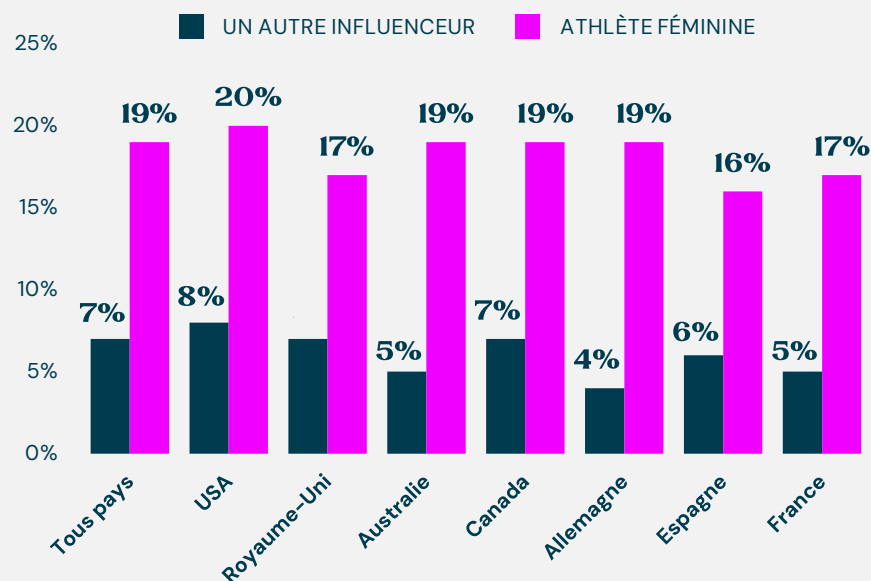
des personnes considèrent les athlètes féminines professionnelles comme des modèles puissants pour les jeunes femmes¹

57 %

des consommateurs pensent que les athlètes féminines croient sincèrement aux produits qu'elles promeuvent (14 % de plus que pour les athlètes masculins)¹

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

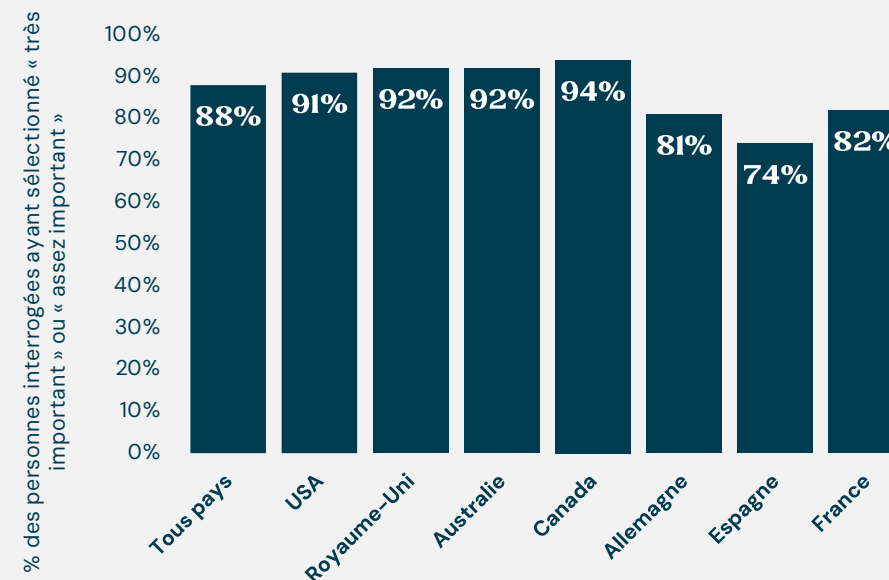
Êtes-vous plus susceptible d'acheter un produit promu par une athlète féminine ou par un autre type d'influenceur ?



Graphiques reproduits avec l'autorisation de Parity - From Moment to Mainstream, 2024

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

Selon vous, quel est l'impact des athlètes féminines professionnelles en tant que modèles pour les jeunes femmes ?



Graphiques reproduits avec l'autorisation de Parity - From Moment to Mainstream, 2024

AVEC DES SUPERSTARS DE LEUR GÉNÉRATION STIMULANT LA CROISSANCE DE LEUR SPORT

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

17 000

Clark a considérablement augmenté la fréquentation des matchs des Fever. La moyenne en 2024 était supérieure à celle du chiffre équivalent pour les Indiana Pacers¹ de la NBA.

2,1 m

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 2002.²

Ventes de maillots des Indiana Fever

+1193 %

L'intérêt pour Clark s'est traduit par une augmentation significative de la demande pour les maillots des Indiana Fever³.

Augmentation de la fréquentation par rapport à l'année précédente

+265 %

La croissance de la fréquentation des Indiana Fever a entraîné une forte augmentation des recettes de billetterie⁴.

Valeur de diffusion des matchs des Indiana Fever

45 %

Les Indiana Fever contribuent de manière disproportionnée à la valeur totale de diffusion de la WNBA⁵.

LA SUPERSTAR DU RUGBY

L'impact d'Ikona Maher

Ikona 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 grandir, 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, Ikona 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.¹

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



La notoriété d'Ikona 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 ans².

Partenariats de marque

Ikona 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 internationales de rugby de premier plan.

L'ORÉAL



Coppertone



PAULA'S CHOICE SKINCARE



CASE STUDY

Pendant les Jeux olympiques de Paris 2024, le charisme et l'humour d'Ikona dans les coulisses ont captivé le public, faisant passer le nombre de ses abonnés Instagram de³

580 000 à 2 m

41 %

des abonnés d'Ikona sur les réseaux sociaux ont moins de 35 ans⁶

Cette dynamique s'est poursuivie lors de la RWC 2025, avec encore

+267 000

nouveaux abonnés de réseaux sociaux sur tous les canaux sociaux d'Ikona



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)⁴

73 %

des détenteurs de billets étaient des primo-acheteurs du CPKC Stadium au Kansas⁵

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 Premiership Women's Rugby, entraînant une forte augmentation de l'engagement des fans, des records d'affluence et une croissance des réseaux sociaux.

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



Outre un public nouveau et diversifié...

+363 %

Croissance des abonnés sur Instagram
(de 22 000 en novembre 2024 à 102 000 en mars 2025)¹

+3000 %

Croissance des abonnés sur Tiktok
(de 1 800 à 58 000)¹

9 238

Les fans qui ont assisté au premier match d'Ikona pour les Bristol Bears (janvier 2025)
Un nouveau record d'affluence pour un match individuel de la PWR¹

X 3

La proportion des 25 - 34 ans ayant acheté des billets a triplé par rapport à l'année précédente¹

102 000

Le plus grand nombre d'abonnés sur Instagram d'un club de rugby féminin national, au niveau mondial²

2 000

Nouveaux comptes créés sur le site internet du club dans la semaine où Ikona a signé¹

155,9 M

Impressions sur les publications acquises des réseaux sociaux mentionnant la signature d'Ikona¹

5 483

Affluence moyenne à Ashton Gate pour la saison 2024-25. Plus du double de la croissance d'une année sur l'autre¹

2/3

Les acheteurs de billets étaient des femmes, une hausse de 26 % par rapport aux saisons précédentes¹

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



433 000

KATELYN VAHA'AKOLO
@katelynvahaakolo¹



307 000

RUBY TUI
@rubytui¹



217 000

ELLIE KILDUNNE
@elliekilldunne¹



204 000

CHARLOTTE CASLICK
@charlottecaslick¹



138 000

MADDISON LEVI
@madi.levi¹

39 %

des fans de rugby féminin ont déclaré que la visibilité accrue des joueuses avait stimulé leur engagement envers le rugby féminin²

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.

LES MOMENTS CLÉS ACCÉLÈRENT LA CROISSANCE DE LA NOTORIÉTÉ DES JOUEUSES

Les moments marquants constituent des catalyseurs pour la croissance à long terme de la notoriété des joueuses, contribuant ainsi à transformer de nouveaux publics en fans fidèles, tant pour les joueuses que pour le rugby féminin. Pour la première fois dans l'histoire d'une Coupe du Monde de Rugby, les joueuses ont pu partager des contenus liés aux matchs sur leurs propres réseaux sociaux, renforçant ainsi la visibilité du rugby féminin et de ses athlètes. Le contenu généré par les joueuses a rencontré un vif succès sur des plateformes telles que TikTok, intégrant les athlètes dans les fils d'actualité des fans et prolongeant la croissance de leur notoriété bien au-delà du tournoi lui-même. Cette dynamique a été soutenue par des collaborations ciblées et stratégiques entre les chaînes du tournoi et les joueuses.

270 m

VUES DES CONTENUS SOCIAUX
CRÉÉS PAR LES JOUEUSES

sur 50 joueuses évaluées¹

12,1 m

NOMBRE TOTAL D'ABONNÉS DES
JOUEUSES APRÈS LE TOURNOI

sur 50 joueuses évaluées¹

+621 %

CROISSANCE DU NOMBRE TOTAL
D'ABONNÉS DES RED ROSES

in 2025²



HANNAH
BOTTERMAN

332 %

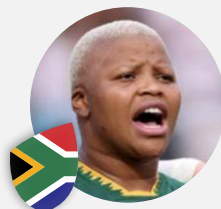
AUGMENTATION
DES ABONNÉS¹



ANNA
MCGANN

297 %

AUGMENTATION
DES ABONNÉS¹



ASEZA
HELE

244 %

AUGMENTATION
DES ABONNÉS¹



JULIA
SCHELL

234 %

AUGMENTATION
DES ABONNÉS¹



WOMEN'S
ENG25

ELLIE KILDUNNE³

+114 000

Deuxième plus forte
augmentation du
nombre d'abonnés
parmi les joueuses de
la RWC 2025



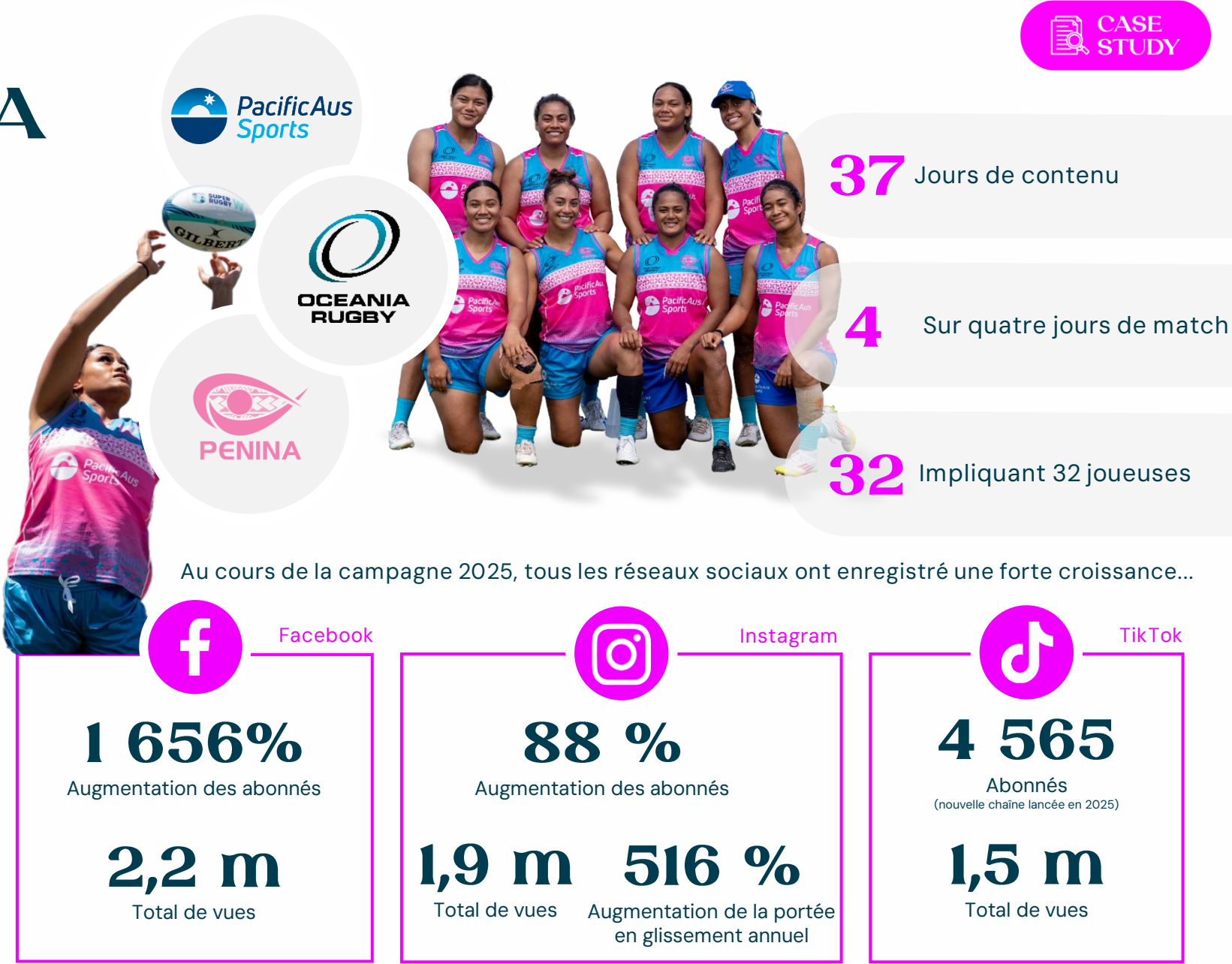
PENINA PASIFIKA

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.



LES OPPORTUNITÉS COMMERCIALES DU SPORT FÉMININ

04

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 au 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 sport féminin connaît une croissance 4,5 fois plus rapide que le sport masculin, selon une analyse de McKinsey & Company²
- 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 se produira 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.

Redéfinir l'hospitalité

- RWC Experiences a introduit une approche audacieuse et innovante des expériences d'hospitalité les jours de match, générant plus de 4,5 millions £ de ventes

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.
- La RWC 2025 a démontré le potentiel commercial des produits dérivés du rugby féminin, générant plus de 1,1 million £ de ventes

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



£100 m

Recettes globales prévues pour les clubs de la Women's Super League (football, Angleterre) pour la saison 2025/26³

£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 2022¹

4,5 x

L'analyse de McKinsey & Company montre qu'entre 2022 et 2025, les revenus générés par les sports féminins ont augmenté 4,5 fois plus vite que ceux des sports masculins²



17,4 m

Audience maximale au Royaume-Uni

pour l'Euro féminin UEFA 2022 (football)⁴



412 m

Audience mondiale des retransmissions en direct

pour l'Euro féminin UEFA 2025 (football)⁵



54 m

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)⁶



£465 m

Valeur totale

des cinq franchises vendues lors de la première édition de la Women's Premier League (cricket, Inde, 2023)⁸



£418 m

Recettes générées

Coupe du monde féminine de football 2023 en Australie et en Nouvelle-Zélande (football)⁷

AMÉRIQUE DU NORD : LE MARCHÉ LEADER DU SPORT FÉMININ



£1,48 md

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 £**¹. Le contrat de droits médiatiques de la ligue pour la période 2024-2027 s'élève à **44 m £** par an²

- L'Angel City FC occupe la première place avec une valeur estimée à **208 millions £**, 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 Longoria³



£298 m

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 £**⁴ pour les 13 équipes de la ligue.

- En 2019, le New York Liberty aurait été racheté pour **7 à 10 millions £**
- 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 partenariats⁵



92 003

Fréquentation des matchs

Record mondial de fréquentation pour un événement sportif féminin : Nebraska Volleyball Day ((États-Unis, 2023⁶). L'événement a généré :

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



1,2 m

Fans au cours des deux premières saisons⁸

Lancée en 2023 avec le soutien du Mark Walter Group, la Professional Women's Hockey League (PWHL) s'est rapidement imposée comme l'une des entités sportives féminines à la croissance la plus rapide en Amérique du Nord. Cette ligue composée de six équipes, active aux États-Unis et au Canada, s'est élargie pour la saison 2025/26 avec de nouvelles franchises à Seattle et à Vancouver.

En 2024, la PWHL a établi un nouveau record mondial d'affluence pour un match de hockey sur glace féminin avec **21.105⁷** spectateurs.

Entre les saisons 2024 et 2025, la ligue et les équipes ont enregistré⁸ :

- **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 Lululemon

Et en 2026, la fréquentation moyenne est en hausse de **18%** jusqu'à présent, après le mois le plus fort de l'histoire de la ligue en termes de fréquentation⁹.

32 %

croissance du marché du sport féminin aux États-Unis entre 2024 et 2025, 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 féminin¹⁰

67 %

des fans de sport féminin aux États-Unis déclarent soutenir les marques qui sponsorisent leurs athlètes ou équipes préférées¹¹



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 féminin¹

71 %

des fans de rugby féminin estiment que les marques ont un rôle authentique à jouer dans le financement du sport pour stimuler sa croissance¹

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 publics¹

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 masculin²

£5,36

Pour chaque livre sterling investie dans le sport féminin, les entreprises sponsors obtiennent en moyenne un retour sur investissement de £5,36³

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... Q : Si une marque ou un produit sponsorise votre ligue ou équipe sportive préférée, laquelle de ces actions êtes-vous susceptible d'entreprendre ? (2) IMG x Endeavor Analytics (janvier 2024)



LES FANS DE SPORT FÉMININ SONT PLUS RÉCEPTIFS AUX MARQUES



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

42 %

Considèrent la marque plus que ses concurrents, contre **36 %** des fans de sport masculin¹

9 %

Plus susceptibles d'avoir visité des espaces expérience ou des zones réservées aux fans lors d'événements sportifs²

40 %

Plus engagées envers la marque contre **34 %** des fans de sport masculin¹

16 %

Plus susceptibles de remarquer les expériences de marque/boutiques éphémères lors d'événements sportifs²

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 Australie³



REDÉFINIR L'HOSPITALITÉ DANS LE RUGBY FÉMININ

Coupe du Monde de Rugby féminine 2025

RWC Experiences a introduit une approche audacieuse et innovante des expériences d'hospitalité les jours de match en vue de la RWC 2025, allant de célébrations endiablées à des expériences de luxe haut de gamme et des forfaits de voyage. Mis en œuvre en partenariat par World Rugby et Sports Travel & Hospitality (STH), le programme a enregistré un nombre record de forfaits d'hospitalité achetés pour une Coupe du Monde de Rugby féminine.



£4,5 m

DE VENTES DANS
L'HOSPITALITÉ

13 420

NOMBRE RECORD DE
FORFAITS VENDUS

33

PAYS D'ORIGINE
DES CLIENTS

7 000+

INVITÉS ACCUEILLIS
LORS DE LA FINALE

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

Les produits dérivés sont tout naturellement adaptés au sport féminin, avec un public équilibré entre les sexes qui 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 masculin¹

x 9

Plus de choix de produits pour les ligues masculines majeures que pour les ligues féminines¹

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 G1¹

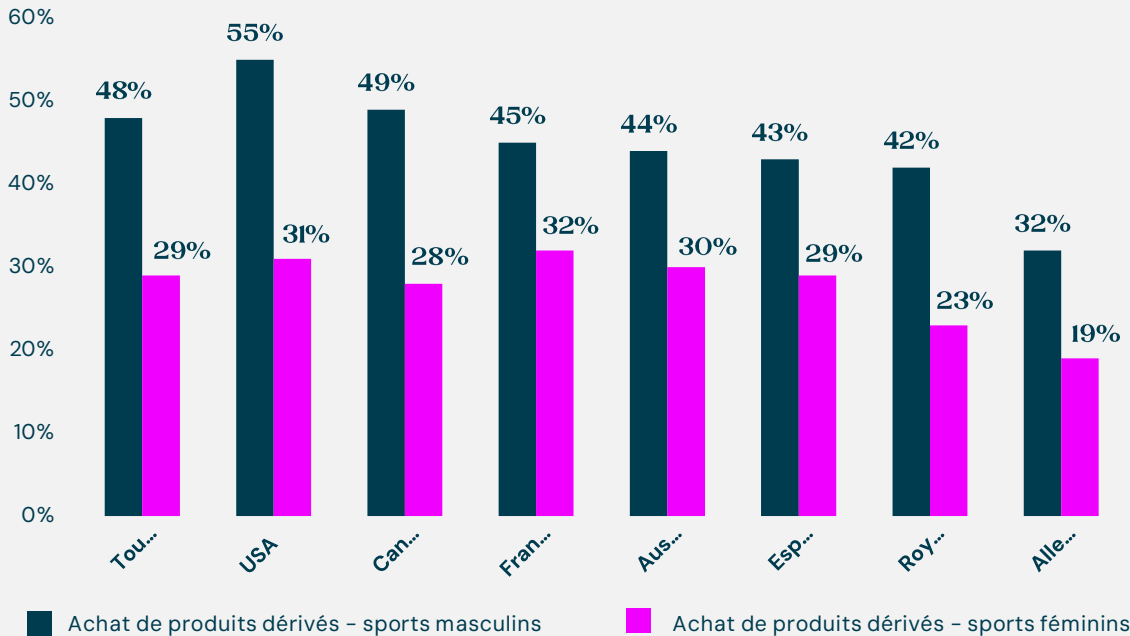
79 %

des personnes interrogées ont déclaré qu'elles achèteraient plus de produits dérivés de sports féminins si elles le pouvaient¹

£3,3 md

Valeur du marché des produits dérivés de sports féminins aux États-Unis¹

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



LES FANS DE RUGBY FÉMININ DÉPENSENT PLUS EN PRODUITS DÉRIVÉS ET RECHERCHENT DAVANTAGE 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 que les fans de rugby masculin. Cela met en évidence une opportunité commerciale claire 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

9 %

des fans de rugby féminin achètent actuellement des produits dérivés liés au rugby féminin¹

15 %

Les États-Unis ont la plus grande proportion de fans de rugby féminin qui achètent des produits dérivés¹



Opportunité de revenus

Les fans de rugby féminin dépensent plus² des fans de rugby féminin qui achètent des produits dérivés dépensent...

+16 %
plus

par rapport aux fans de rugby masculin

Principaux leviers de croissance

Les trois principaux facteurs qui inciteraient davantage de fans à acheter des produits dérivés liés au rugby³:

1.

Des prix plus abordables
33 % pour les fans de rugby féminin
(contre 38 % pour les fans de rugby masculin)

2.

Des produits dérivés de meilleure qualité
20 % pour les fans de rugby féminin
(contre 18 % pour les fans de rugby masculin)

3.

Une plus grande variété de styles et de produits
19 % pour les fans de rugby féminin
(contre 18 % pour les fans de rugby masculin)

LA DEMANDE DE PRODUITS DÉRIVÉS EN ACTION

Coupe du Monde de Rugby féminine 2025

En collaboration avec Fanatics, les produits dérivés de la RWC 2025 ont démontré le potentiel commercial des produits dérivés du rugby féminin lorsque visibilité, émotion et événement se conjuguent, générant plus de 1,1 million £ de ventes, principalement dans les stades tout au long du tournoi. Les ventes ont également été soutenues par les fanzones et les activations des partenaires, telles que la boutique éphémère « Style Of Our Own » de Mastercard sur Regent Street, à Londres.

Libérer le potentiel de dépenses supplémentaires en produits dérivés les jours de match..

Les achats de produits dérivés les jours de match montrent à quel point les fans sont prêts à investir dans leur expérience du match au-delà du coût de base de leur billet

23 %

des spectateurs ont dépensé plus de 10 £ en produits dérivés le jour du match *par personne âgée de plus de 18 ans*¹

27 %

des spectateurs ont dépensé plus de 10 £ en produits dérivés le jour du match *par personne âgée de moins de 18 ans*¹

£1 m+

des ventes de produits dérivés dans les stades²



Sources: (1) Enquête sur l'expérience des jours de match de la RWC 2025. Q : Le jour du match, combien avez-vous dépensé par personne âgée de moins de 18 ans / de plus de 18 ans ? (2) Rapport d'impact RWC 2025

L'INFLUENCE DES JOUEUSES STIMULE LA DEMANDE DE PRODUITS DÉRIVÉS

Le phénomène viral « Release the Fleece » d'Irish Rugby

Pendant la Coupe du Monde de Rugby féminine 2025, la joueuse irlandaise Anna McGann a publié une vidéo sur TikTok où elle portait une veste polaire fournie par l'équipe. Les fans ont immédiatement appelé la fédération irlandaise de rugby et son équipementier Canterbury à "release the fleece" (« sortez la polaire »). Ce qui n'était au départ qu'une simple publication sur les réseaux sociaux de la joueuse a rapidement pris de l'ampleur de manière organique et a suscité un engagement direct de la part des fans.

Canterbury a répondu à la demande des fans non seulement en commercialisant la polaire avant la date prévue, mais aussi en donnant à McGann et à ses coéquipières les moyens de continuer à nourrir la conversation de manière authentique, notamment en laissant McGann révéler la date de sortie de la polaire. Ce moment a mis en évidence l'influence des joueuses et le pouvoir d'un engagement viral, mené par les fans, pour stimuler la demande de produits dérivés.

La couverture sur les réseaux sociaux a conduit à...



LA VENTE COMPLÈTE
DE LA VESTE EN LIGNE EN

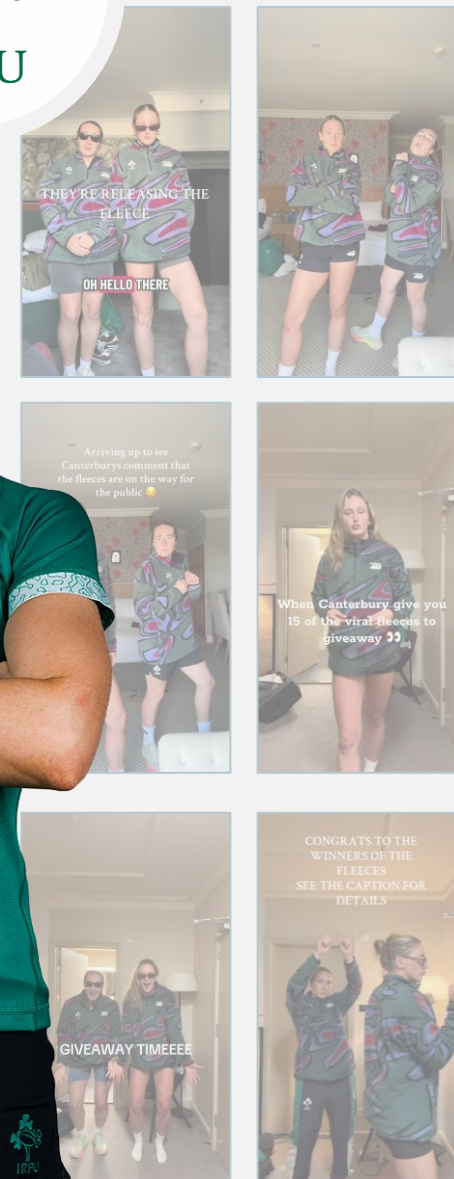
45
MINUTES

103 %
D'AUGMENTATION DU
NOMBRE DE SESSIONS SUR
LE SITE WEB DE
CANTERBURY

500 %
D'AUGMENTATION DU
NOMBRE DE VISITES SUR
LES PROFILS SOCIAUX DE
CANTERBURY

297 %
D'AUGMENTATION DU NOMBRE
D'ABONNÉS
SOCIAUX DE MCGANN
@annamcgann6

Source : Données IRFU



COMMENT LE SPORT FÉMININ COMBLE LE FOSSÉ EN MATIÈRE DE PRODUITS DÉRIVÉS

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

Togethxr : Everyone Watches Women's Sports

Togethxr, la marque lifestyle et entreprise médiatique axée sur le sport féminin, a enregistré un chiffre d'affaires de **6 millions de dollars US** 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.¹



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 2024.² Cette hausse s'explique par :

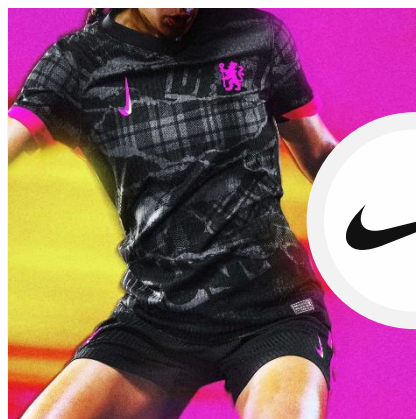
- L'élargissement de la gamme de produits dérivés au-delà des maillots traditionnels pour inclure des tenues de sport et décontractées tendance et des accessoires
- Des produits dérivés axés sur les joueuses, tels que des collections signature pour les joueuses vedettes, tirant parti de l'engouement 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 distinctive du logo emblématique « Swoosh » de Nike sur les troisièmes tenues de plusieurs clubs de football, dont Liverpool, Chelsea et Tottenham Hotspur³.

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 Mondial féminin 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 demande⁴.

CONCLUSION : COMMUNAUTÉ DES 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 sportifs 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 activations¹.

LEVIER DE CROISSANCE CLÉS

1

RENDRE LE 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 dans 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 notoriété afin de fidéliser un public jeune, connecté et diversifié.

3

OFFRIR AUX FANS D'AVANTAGE D'OCCASIONS 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.

Cela est particulièrement vrai en Amérique du Nord, où beaucoup de fans sont des joueurs / joueuses anciens ou actuels.

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

S'APPUYER SUR UNE COMMUNAUTÉ DE FANS FLUIDES – ET COMPRENDRE LES DIFFÉRENCES AVEC L'ENGAGEMENT TRADITIONNEL

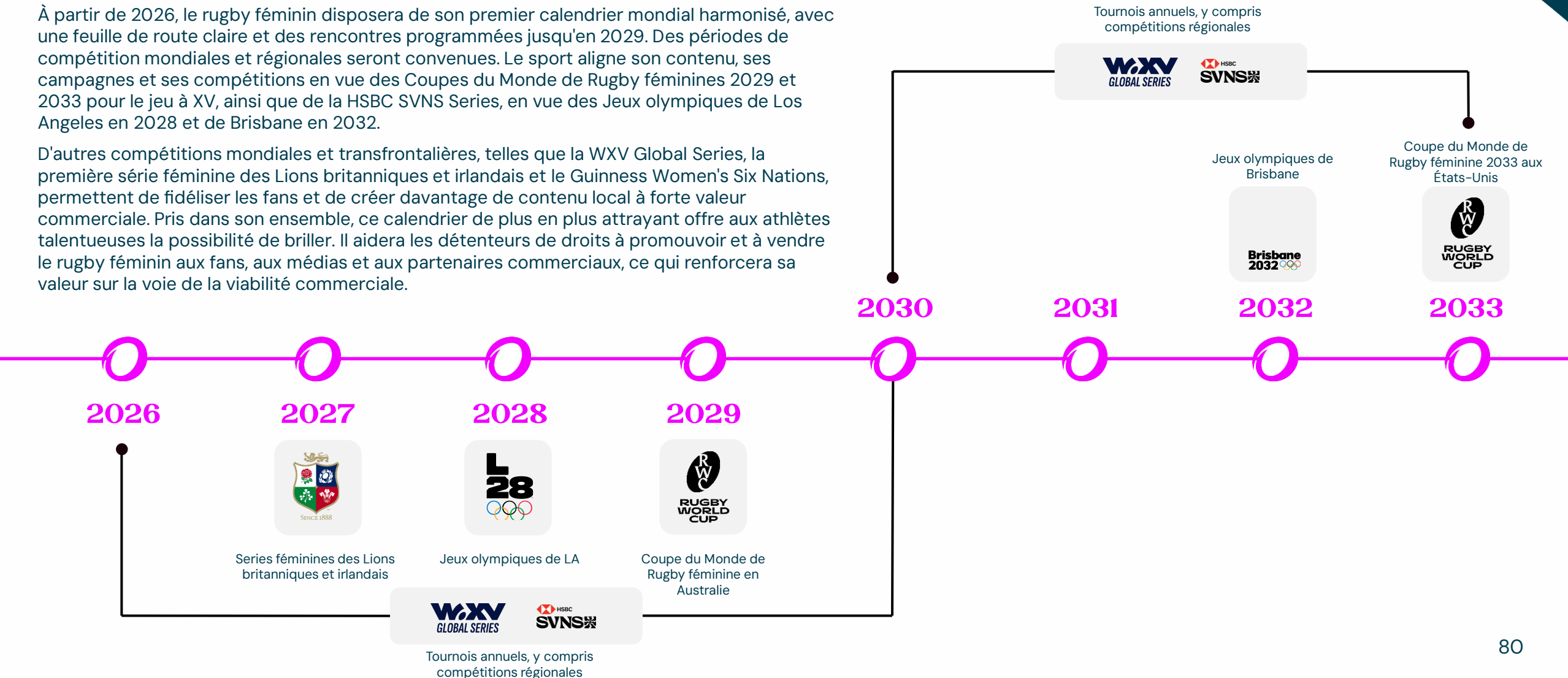
41 % des fans de rugby féminin ne soutiennent pas encore de club national, ce qui révèle une base de fans ouverte, curieuse et susceptible de s'élargir.

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.

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 de la HSBC SVNS 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 série féminine des Lions britanniques et irlandais et le Guinness Women's Six Nations, 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 peut 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 a été un tournant historique pour ce sport, mais pour exploiter pleinement ce potentiel, il faudra plus qu'une simple dynamique: **il faudra de la collaboration, des investissements et du courage**.

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 World Rugby est convaincue 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

06

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 à XV masculin, de rugby à 7 masculin ou de rugby-fauteuil (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)

Fan 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 data & insights

Social Media Analysis (Domo) :

Content Type trends

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 (YoY)

Fréquentation et vente de billets :

Rapports sur le tournoi RWC 2025

Rapports sur le tournoi RWC 2021

Rapports sur le tournoi RWC 2023

Rapports sur le tournoi WXV

Rapports sur le tournoi SVNS

Google analytics:

Analyse du site internet 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) Données World Rugby (jan 26) (2) World Rugby SROI Report (Oct-23) – lien ici
Un moment historique
(1) Rapport d'impact RWC 2025 – lien ici (fév 26) (2) Données World Rugby : Rapport post-tournoi RWC 2021 (avril 23) (3) Données World Rugby : Rapports sur le tournoi RWC 2025 (nov 26)
Et sur le terrain le jeu a pris de l'ampleur
(1) Rapport d'impact RWC 2025 – lien ici (fév 26) (2) Données World Rugby (jan 26)
L'avènement d'une nouvelle ère : RWC 2021
(1) Données World Rugby : Rapport post-tournoi RWC 2021 (avril 23)
Une célébration mondiale du rugby à 7
(1) World Rugby Owned Data: SVNS season Summary (juillet 2025)
Accroître la compétitivité, la portée et l'impact du rugby féminin – le WXV
(1) Données World Rugby : WXV Audience Highlights – 2024 Partner Report (Oct-24) (2) Données World Rugby : World Rugby WXV Performance Insights
Accroître la portée, l'engagement et le potentiel de revenus – le Tournoi féminin des Six Nations
(1) Six Nations : Big year for women's rugby to include new U21 competition – lien ici (jan 26) (2) Six Nations Data
Attirer une nouvelle génération de jeunes fans en augmentant la visibilité – PWR
(1) PWR Owned Data (fév 26)
La fréquentation mondiale continue de battre des records
(1) Données World Rugby (jan 26)
Le panorama des compétitions s'accroît 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 en croissance rapide
(1) GWI x World Rugby Survey : Comment diriez-vous que votre engagement dans 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) (2) Enquête sur l'expérience des jours de match de la RWC 2025 : Depuis combien de temps êtes-vous fan de rugby à XV masculin/féminin ? (Nov 25)
Comprendre les fans de rugby féminin : qui sont-ils ?
(1) GWI x World Rugby Survey : Laquelle des options suivantes correspond le mieux à votre sexe ? ; Quel âge avez-vous ? ; Êtes-vous parent ou tuteur d'un enfant de moins de 18 ans ? (avril 25) (2) Enquête sur l'expérience des jours de match de la RWC 2025 : Veuillez indiquer la tranche d'âge à laquelle vous appartenez ; Mon identité de genre est... ; Étiez-vous accompagné d'enfants de moins de 18 ans ? (nov 25)
Comprendre les fans de rugby féminin : les spectateurs de la RWC 2025
(1) Enquête sur l'expérience des jours de match de la RWC 2025 : Avec qui y êtes-vous allé(e) ? ; Avant la RWC 2025, aviez-vous déjà assisté à un match de rugby féminin ? ; Avant la RWC 2025, aviez-vous déjà assisté à un match de rugby ? (nov 25) (2) Rapport d'impact RWC 2025 – lien ici (fév 26)
Les fans de rugby féminin reflètent les tendances générales de l'audience des sports féminins
(1) Wasserman: The New Economy of Sports – lien ici (aug-23) (1) IMG, Endeavor Analytics: Women's Sports Review, lien ici (mars-24) (3) YouGov: L'intérêt pour la WNBA n'a jamais été aussi fort, mais qui sont ces fans ? – lien ici (mai 24) (4) ECB: The Hundred passes 2.5m overall attendance in its first five years – lien ici (août 25)
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) Enquête sur l'expérience des jours de match de la RWC 2025 : Avant la RWC 2025, aviez-vous déjà assisté à un match de rugby féminin ? Comment comptez-vous suivre le rugby à l'avenir ? (en assistant aux matchs) (nov 25) (3) UEFA : Rapport du Championnat d'Europe féminin UEFA 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) Rapport d'impact RWC 2025 – lien ici (fév 26)
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 ? 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 a cru 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 ? (avril 25)
(2) 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 ? 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 ? Pourquoi préférez-vous le rugby à XV masculin au rugby à XV féminin ? Pourquoi préférez-vous le rugby à 7 féminin au rugby à 7 masculin ? 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- lien [ici](#) (fév 20)
(2) GWI x World Rugby Survey : Soutenez-vous un club national de rugby à XV féminin ? 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) Données World Rugby : Les 50 publications les plus populaires lors de la RWC 2021 (1st oct 2022 – 19 nov 2022), RWC 2023 (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 tout (jan 25)
(2) GWI x World Rugby Survey : Quel type de contenu sur le rugby à XV appréciez-vous et/ou aimeriez-vous voir davantage ? (avril 25)

Programme de créateur de contenu

(1) Rapport d'impact mondial Impact Beyond 2025 [World Rugby](#) – lien [ici](#) (fév 26)

Wallaroos : Développer l'audience et la notoriété

(1) Rugby Australia Data (mai 2025)

Les fans de rugby féminin s'impliquent 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 interaction avec le rugby à XV ? (avril 25)

La visibilité des diffusions a permis une croissance record

(1) Rapport d'impact RWC 2025 – lien [ici](#) (fév 26)
(2) Women's Sport Trust: More Than A Moment – lien [ici](#) (fév 26)

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)
(2) Enquête sur l'expérience des jours de match de la RWC 2025 : Quels sont les obstacles qui freinent votre engagement envers le rugby à XV féminin ? (Nov-25)

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

(1) Parity x Survey Monkey: From Moment to Mainstream- lien [ici](#) (mai 24)

Avec des superstars de leur génération stimulant la croissance de leur sport

(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 1193%, 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 – 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)
(4) USA Rugby : USA Women's Eagles fall short in exciting night from Kansas City – lien [ici](#) (mai 25)
(5) Données World Rugby
(6) Women's Sport Trust : The Summer of Sport How Women's Sport is Being Seen in 2025 (oct 25) lien [ici](#)

SOURCES :

Les Bristol Bears et l'effet Ilona Maher
(1) Bristol Bears Data (2) Données World Rugby : analyse des abonnés sociaux (mars 25)
Et dans l'ensemble du rugby, les joueuses continuent de se constituer un public
(1) Nombre d'abonnés sur Instagram et TikTok (jan 26) (2) GWI x World Rugby Survey : Quelles sont les principales raisons pour lesquelles votre engagement envers le rugby à XV féminin/masculin a cru au fil du temps ? (avril 25)
Et dans l'ensemble du rugby, les joueuses continuent de se constituer un public
(1) Nombre d'abonnés sur Instagram et TikTok (jan 26) (2) GWI x World Rugby Survey : Quelles sont les principales raisons pour lesquelles votre engagement envers le rugby à XV féminin/masculin a cru au fil du temps ? (avril 25)
Les moments clés accélèrent la croissance de la notoriété des joueuses
(1) Rapport d'impact RWC 2025 – lien ici (fév 26) (2) World Rugby social media analysis
Penina Pasifika – une mise en récit forte stimule la croissance de l'audience
(1) World Rugby & Penina Pasifika : Analysis of Penina Pasifika Social Media Performance (mars 25)
La valeur rapide et croissante du sport féminin
(1) Deloitte : Beyond the billion-dollar barrier : Charting the next phase of growth – lien ici (mars 25) (2) McKinsey & Company : Closing the monetization gap in women's sports : A \$2.5 billion opportunity – lien ici (août 25) (3) Deloitte: 2025 Annual Review of Football Finance – lien ici (juin 25) (4) Sportcal : Euro 2022 final brings record UK TV audience of 17.4m for BBC – lien ici (août 22) (5) UEFA : Women's EURO tournament summary highlights impact on Swiss economy – lien ici (déc 25) (6) SportsPro : Women's World Cup : 53.9m fans in China watch England defeat – lien ici (août 23) (7) ESPN : FIFA targets \$1bn revenue from 2027 Women's World Cup – lien ici (mai 25) (8) BBC : Women's Indian Premier League : T20 franchises sell for £465m – lien ici (jan 23)
Amérique du nord : Le marché leader du sport féminin
(1) Forbes : The NWSL's Most Valuable Teams 2025 – lien ici (juin 25) (2) Sports Business Journal : NWSL to get \$60m a year for domestic media rights – lien ici (sept 25) (3) Angel City : Willow Bay and Bob Iger to Become Angel City's New Controlling Owners – lien ici (juil 24) (4) Forbes : The World's Most Valuable Women's Sports Teams 2025 (déc 25) – lien ici (déc 25) (5) SportsPro : 'More than a mascot' – lien ici (juin 25) (6) Zoomph: The University of Nebraska Creates Historic Social Media Impact – lien ici (7) PWHL : Professional Women's Hockey League (PWHL) Sets World Record For Attendance – lien ici (avril 24) (8) PWHL : PWHL Celebrates Historic Second Season Of Growth – lien ici (juin 25) (9) PWHL: PWHL WEEKLY NOTEBOOK : JANV 12, 2026 – lien ici (jan 26) (10) Deloitte : Beyond the billion-dollar barrier : Charting the next phase of growth – lien ici (mars 25) (11) HS&E: &Now The Women's Sports Opportunity – lien ici (déc 24)

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 ? 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) (2) IMG x Endeavor Analytics : Women In Sport– lien ici (jan 24)
Et les fans de rugby féminin s'alignent sur des perceptions plus larges
(1) IMG x Endeavor Analytics : Women In Sport– lien ici (jan 24) (2) THE COLLECTIVE-TEAM : THE COLLECTIVE-TEAM ® Launches Research Proving that Women are Driving the Global Growth in Sports Fandom – lien ici (oct 24) (3) Parity x Survey Monkey : From Moment to Mainstream– lien ici (mai 24)
Redéfinir l'hospitalité dans le rugby féminin
(1) Données World Rugby (jan 26)
Dans le marché des produits dérivés, l'intérêt commercial des investissements dans le sport féminin est prouvé
(1) Klarna x Rep Her : Revealing The Unmet Demand for Women's Sports Merchandise – lien ici (juin 24)
Les fans de rugby féminin dépensent plus en produits dérivés
(1) GWI x World Rugby Survey : Quelle forme prend votre interaction avec le rugby à XV ? Combien dépensez-vous généralement par an en produits dérivés du rugby à XV ? Qu'est-ce qui vous inciterait à dépenser davantage en produits dérivés du rugby à XV ? (avril 25)
La demande de produits dérivés en action
(1) Enquête sur l'expérience des jours de match de la RWC 2025 : Le jour du match, combien avez-vous dépensé par personne âgée de moins de 18 ans / de plus de 18 ans ? (nov 25) (2) Rapport d'impact RWC 2025 – lien ici (fév 26)
L'influence des joueuses stimule la demande de produits dérivés
(1) IRFU Owned Data
Comment le sport féminin comble le fossé en matière de produits dérivés
(1) Sportico : 'Everyone Watches Women's Sports' Apparel Hits \$6m in Revenue – lien ici (fév 25) (2) WNBA : WNBA Delivers Record-Setting 2024 Season, lien ici (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)