



# BILAN

Printemps du Hockey Féminin 2022



## Introduction

La féminisation du hockey étant l'un de ses objectifs principaux, la Fédération Française de hockey souhaite ainsi promouvoir depuis 4 ans l'organisation d'évènements spécifiques dédiés à cette thématique.

Effectivement, en 2015, la journée du hockey féminin était organisée le 8 mars, lors de la journée internationale des droits des femmes. Cette journée s'est transformée en semaine entre 2016 et 2018 puis en Printemps en 2019.

Durant 3 mois, du 20 mars au 21 juin, les Clubs, Ligues et Comités Départementaux sont invités à mettre en avant le hockey féminin dans toutes ses dimensions. Cette période a pour objectif de fédérer l'ensemble des actions mises en place par les clubs, les comités départementaux et les ligues régionales ayant comme but une meilleure représentation des femmes dans nos structures. L'objectif est également de faire davantage connaître l'univers du hockey et de présenter ses différentes facettes aux jeunes filles afin de les inciter à pratiquer, arbitrer, entraîner et s'engager dans l'un des 144 clubs de hockey français.

Il s'agit d'une occasion unique de regrouper les femmes et filles autour de moments festifs et des valeurs du hockey : l'authenticité, le fair-play, le respect et la convivialité.

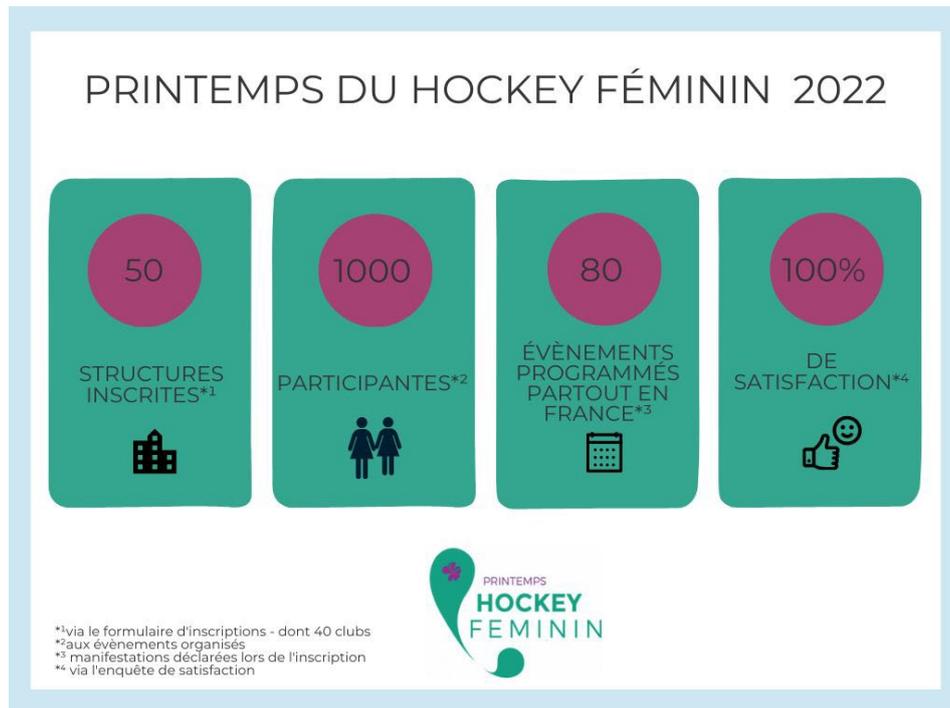
En 2022, la FFH comptait

- 4582 licences féminines, 3230 licenciées et un taux de féminisation de 28,61%
- 13,6% d'éducatrices fédérales
- 14% d'officielles
- 42,80% de femmes dans le bureau et au sein du Comité Directeur / 21,40% de femmes au sein des commissions, 57,14% au siège fédéral,
- 17,74% de femmes dans les bureaux des ligues, 24,76% dans les bureaux des comités et 25,57% dans les bureaux des clubs (% minimum car évalué uniquement sur les postes de Présidente / secrétaire / trésorière déclarés sur l'intranet fédéral)

Conformément aux ambitions du [plan de féminisation](#) nous souhaitons à travers l'organisation d'un tel évènement :

- recruter et fidéliser les féminines,
- féminiser l'encadrement,
- encourager des vocations d'officielles,
- faciliter l'engagement des femmes dans les fonctions bénévoles et dirigeantes du hockey,
- accroître le niveau sportif des athlètes féminines de haut niveau.

## Bilan



## Carte de France des évènements



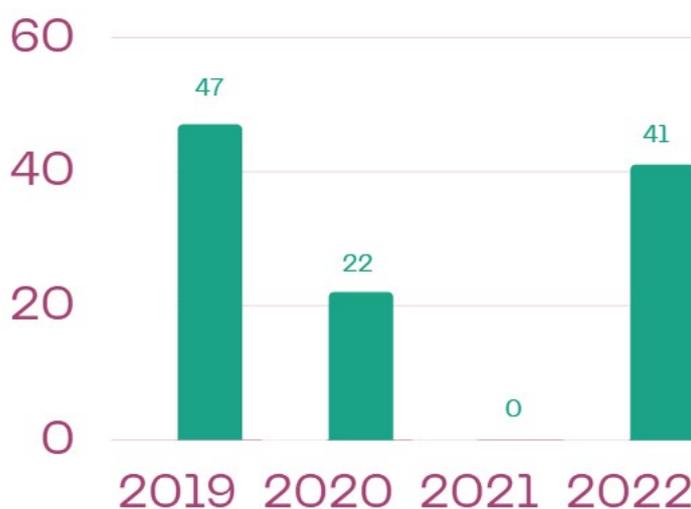
-  Structures ayant communiqué sur les évènements effectivement mis en place à la FFH
-  Structures inscrites mais n'ayant pas communiqué sur leurs évènements

## Comparaison par rapport à la première édition pré-covid du Printemps en 2019 :



La comparaison des deux cartes nous permet de voir une répartition quasi similaire des évènements sur l'ensemble du territoire avec une concentration en Hauts-de France et Ile de France ainsi qu'en AURA et Aquitaine mais également un grand vide dans le nord-est du pays. Cette répartition s'explique notamment par la répartition inégale des clubs de Hockey sur le territoire.

## Évolution du nombre de structures participantes :



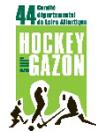
On constate une très légère hausse du nombre d'inscriptions sur l'édition 2022 comparée à celle de 2019. Les éditions de 2020 et 2021 sont en large baisse due à la période de COVID 19.

# Structures inscrites sur l'édition 2022

## 1. Ligues



## 2. Comités



## 3. Clubs



## En chiffres

- **Structures**

- Nombres de structures inscrites : **49 dont 39 clubs**
- Pourcentage de structures inscrites : **33%**
- Nombre de structures inscrites qui ont déclaré organiser des évènements : **29**
- o Hauts de France : **5**
- o IDF : **6**
- o Bretagne : **2**
- o AURA : **8**
- o NA : **3**
- o PDL : **1**
- o Centre Val de Loire : **2**
- o Normandie : **1**
- o Occitanie : **1**
- Pourcentage de structures participantes (ayant déclaré la réalisation d'un évènement) : **59%** (parmi les inscrits) – soit **20%** de la totalité des structures
- Nombre de structures inscrites mais qui n'ont pas organisées d'évènements : **5**
- Nombre de structures non inscrites mais qui ont organisées des évènements : **1**

- **Evènements**

- Nombre d'évènements programmés : **81**
- Nombre d'évènements déclarés et réalisés : **49**
- o Hauts de France : **10**
- o IDF : **9**
- o Bretagne : **5**
- o AURA : **7**
- o PACA : **2**
- o NA : **6**
- o PDL : **1**
- o Centre Val de Loire : **2**
- o Normandie : **4**
- o Occitanie : **3**
- Nature des évènements :
- o amène ta copine : **15**
- o tournois : **3**
- o entraînements féminin : **6**
- o journées hockey féminin : **4**
- o séances découvertes / initiations/portes ouvertes : **15**
- o stages : **1**
- o autres : **5**
- Evènements programmés et non réalisés : **32**

- **Licences**

- Nombre prévisionnel de nouvelles licenciées : **50**
- Nombre de pass hockey enregistrés : **216**

- **Avis global**

- Pourcentage de structures soutenant la mise en place du PHF : **100%**
- Pourcentage de structures pensant que le printemps est la période idéale pour promouvoir le hockey féminin : **59%**

## Nature des évènements



Divers types d'évènements ont été organisés pour cette édition 2022 : journées portes ouvertes, journées d'initiations, stages, amène ta copine, amène ta maman, tournois, matchs, entraînements féminins...

Même si certains clubs ont su diversifier leurs évènements, la majorité des clubs ont organisé des journées type « amène ta copine ». On constate que toutes les actions concernent le développement des licenciées et qu'aucune action de développement autour des encadrantes, officielles et dirigeantes n'a été réalisée. Un accompagnement des structures dans la mise en place d'actions autour de ces autres objectifs de féminisation sera nécessaire pour la prochaine édition.

Plusieurs clubs ont évoqué la difficulté de faire venir du monde, notamment dû au covid.

## Communication

Cette année la Fédération a reconduit les éléments de communication proposés depuis plusieurs années :

- mise à disposition d'outils de communication dématérialisés en ligne
- mise à disposition d'un kit de communication en ajoutant une nouveauté : le gymbag - au total, 6615 goodies ont été distribués

Une attention particulière a été portée à l'éco-responsabilité des goodies, notamment concernant la matière et la provenance. Ce kit de communication a été apprécié, la majorité des structures ont trouvé satisfaisante la gestion, quantité et le type de goodies distribué. Cependant, contrairement aux années précédentes, la distribution n'a pu se faire sur un évènement (AG, TND). Nous avons donc opté pour des envois via les ligues ou directement via des déplacements de l'équipe fédérale. Si cette organisation a permis de limiter les envois à chaque structure et donc les coûts financiers, cela a été compliqué, long et non fructueux. Certaines organisations ne sont pas allées chercher les goodies auprès des ligues, d'autres ne les ont pas récupérés/eu à temps ou ont eu des difficultés à les récupérer. Certaines structures ont également exprimé un manque de renouvellement des goodies distribués et un manque de quantité.

Recommandation pour la prochaine édition : adapter les quantités à la taille et aux actions des structures

1 banderole



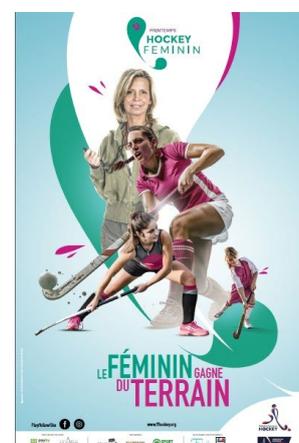
5 totebags



30 gymbags



Flyers



100 bracelets Satin



Affiches

Quelques structures ont également produit des affiches de communication, initiative que nous encourageons.



Plusieurs articles de presse sont également parus.



### Béthune Hockey Club conjugue aussi sa discipline au féminin

Durant tout le mois, le club béthunois (BHC) propose une découverte du hockey sur gazon pour une meilleure représentation des femmes dans ce sport.



Plusieurs structures ont exploité certains réseaux pour promouvoir et partager leurs actions. Cependant, on constate une communication non systématique en aval et en amont des actions, nécessitant plus de mobilisation et visibilité.

La communication entre la Fédération et ses structures s'est majoritairement faite par échanges de mail, notamment à la fin de l'édition. Très peu de structures ont remontées leurs actions à la FFH. Ainsi, il a fallu un travail pour aller chercher les informations, et ¼ des structures inscrites n'ont jamais répondu aux relances sur leurs actions.

## Actions mises en place par la FFH

- [Vidéo de lancement](#) : annonce et présentation de la démarche
- [Mise en œuvre et lancement plan de féminisation](#) : action de communication
- [Portraits de femmes suivant le parcours dirigeante en lien avec l'association Femix'Sports via un podcast](#)
- [Relais actions \(partage hebdo\)](#)
- [Un club une histoire : version féminisation](#)
- [Webinaire féminisation x CSN sur les règles liées à la féminisation](#)
- [Venue de NGE Mixité lors d'un stage de préparation de l'EDF A Dames autour de l'égalité hommes/femmes](#)
- [Finales Cambrai : formation arbitrage + désignation d'un maximum d'officielles féminines + initiations](#)
- [Série Sport en France "dans ma fédé" illustrant les 5 piliers du plan de féminisation](#)

## Statistiques

- Évolution du nombre de licences féminines et du taux de féminisation de la FFH – 2018/2022



- Evolution du taux de féminisation des clubs inscrits depuis plusieurs éditions

SGHC - inscrit PHF depuis 2016

- 21/22 : 36,66% de féminines
- 20/21 : 36,57%
- 19/20 : 37,36%
- 18/19 : 37,66%

FCL - inscrit depuis 2016 (pause en 2020)

- 21/22 : 32,70% de féminines
- 20/21 : 29,15%
- 19/20 : 27,06%
- 18/19 : 29,02%

TOURS - inscrit depuis 2016

- 21/22 : 45,24%
- 20/21 : 43,24%
- 19/20 : 39,58%
- 18/19 : 40%

AUCH - inscrit depuis 2018

- 21/22 : 31,25%
- 20/21 : 32,35%
- 19/20 : 32%

PORDIC - inscrit depuis 2018

- 21/22 : 44,44%
- 20/21 : 50%
- 19/20 : 51,85%
- 18/19 : 45,45%

- Services civiques féminisation 21/22 et le taux de féminisation associé aux clubs

- Caen : 3 (29,86% de féminisation)
- Cambrai : 2 (32,24% de féminisation)
- Stade : 2 (28,81% de féminisation)
- SGHC : 2 (36,66%)
- Carquefou (34,31% de féminisation)
- Villa Primerose (38,24% de féminisation)
- HCN (22,14% de féminisation)
- FCL (32,70% de féminisation)
- HCSM (16,90% de féminisation)
- Barentin (19,46% de féminisation)
- Douai (27% de féminisation)
- Cauchois (22,99% de féminisation)
- Chartres (16,13% de féminisation)

## Conclusion

Voici les points clefs que nous retenons de cette édition du PHF 2022 :

- Le PHF est un outil phare de développement, au service de la féminisation,
- Le PHF est un évènement majeur de promotion de la féminisation du hockey,
- La FFH souhaite à travers cet évènement être au service des clubs pour les aider dans leur développement. Cela passe notamment par la distribution de goodies et la mise à disposition d'outils de communication dématérialisés,
- La FFH reste à l'écoute de ses clubs pour améliorer les prochaines éditions,
- La FFH, accompagnée des comités et ligues, doit continuer à mobiliser encore plus les clubs afin d'atteindre d'ici 2024 au moins 50% de participation,
- La FFH souhaite accompagner les ligues et les comités pour ouvrir le champ d'action aux arbitres, dirigeantes et encadrantes,
- L'objectif à long terme : ne plus avoir besoin du PHF et créer l'envie de mettre en place des actions de féminisation tout au long de la saison.

