



MÉMOIRE UNIVERSITAIRE DE RECHERCHE

Dans quelles mesures les organisateurs d'événements d'ultra-endurance mettent-ils en œuvre des stratégies spécifiques pour encourager l'inclusion des femmes, et quels sont les impacts perçus de ces stratégies sur les tendances de participation, les motivations, les perceptions et les freins rencontrés par les participantes ?

Étude réalisée par Maëlle MOKRANE

Master 2 en Management et Ingénierie des Événements

IAE Savoie Mont Blanc

Directrice de mémoire : Florence BESSON-REYNAUD

Année universitaire 2024-2025

Remerciements

Je tiens à exprimer ma plus sincère gratitude envers toutes les personnes qui ont, d'une manière ou d'une autre, contribué à la réalisation de ce mémoire. Leur soutien indéfectible, leurs précieux conseils et leur généreuse disponibilité ont été essentiels.

En premier lieu, j'adresse mes sincères remerciements à ma directrice de mémoire, Florence Besson-Reynaud, professeure des universités à l'IAE Savoie Mont Blanc. Sa disponibilité constante, ses retours constructifs et ses éclaircissements ont été déterminants pour l'orientation et l'amélioration de la qualité de ce travail. Je souhaite également remercier Benoît Mees, mon maître d'apprentissage. Sa confiance et l'opportunité qu'il m'a offerte de m'immerger dans l'univers de la Race Across Series Europe en tant que bénévole sur deux événements cette année ont été une expérience fondatrice et une source d'inspiration directe pour ce sujet de recherche.

Ma profonde gratitude s'étend à l'ensemble des membres de l'organisation de la Race Across Series Europe que j'ai eu le privilège de rencontrer. Leur accueil bienveillant et le temps qu'ils m'ont accordé pour les entretiens ont été cruciaux pour comprendre leurs stratégies d'inclusion.

Ce mémoire n'aurait pu être aussi riche sans la contribution de toutes les personnes qui ont partagé leur expérience et leur temps. Un immense merci aux représentants de diverses organisations, marques et médias qui ont accepté de participer aux entretiens qualitatifs. Cela inclut Arnaud Manzanini (fondateur et directeur de la Race Across Series Europe), Florian Laudillay (Responsable finance et stratégie RAS), Guillaume Martin, (Responsable marketing RAS) et Nathalie Monnier (Directrice de course Race Across Switzerland et de GRAAALPS ; pswcc.womenscycling), Marie-Françoise Potereau (vice-présidente de la Fédération Française de Cyclisme, en charge des plans "héritage" des grands événements, de l'accompagnement des jeunes dirigeants et de la représentation auprès des institutions), Katarina Zouechtiagh (de Femmes en Montagnes, une association et festival de films œuvrant à médiatiser les pratiques féminines de la montagne), Zoé Charef (d'Alpine Magazine, un média spécialisé), Perrine Lamat (de Wilma, une marque de textile responsable de vêtements de sport outdoor, conçue par des femmes, pour les femmes), Adrien Ozanon (Responsable communication de l'Ultra

Trail du Vercors), Yvan Thuayre (Directeur de la Desertus Bikus), Marie Sammons (Sport & Sustainability - Elite Athletes, Women in Trail, UTMB Group), Céline Prevost (Directrice commerciale UTMB Group) et Laurène Philippot (La Sportive Outdoor).

Mes remerciements vont également aux 74 participantes ultra-sportives qui ont pris le temps de répondre à mon questionnaire en ligne. Leur participation collective a constitué la pierre angulaire de cette étude.

Je suis aussi reconnaissante envers Christophe d'Alu (Savoie Mont Blanc Ultra Cycling), Avril Laheurte (gagnante femme de la Race Across France 2025), Myriam Piras (Directrice nationale WIN Sport School, Campus France). Leur disponibilité et leur action de relayer le questionnaire au sein de leurs réseaux et de leurs communautés ont été inestimables.

Un grand merci également aux administrateurs des nombreux groupes et forums spécialisés sur les réseaux sociaux (tels que Le Cyclisme au Féminin, Objectif Ultra-trail, Ultra-Trail du Mont-Blanc, Ultra Trail Cote d'Azur Mercantour, et d'autres), ainsi qu'à l'organisation de la Race Across Series Europe pour la diffusion de mon questionnaire auprès de leurs communautés. Leur soutien étendu a été crucial pour atteindre un échantillon diversifié et significatif.

Enfin, je remercie sincèrement toutes les personnes qui ont relu mon travail et m'ont permis d'affiner mon raisonnement. Un merci tout particulier à mes proches, dont le soutien inconditionnel a été une source de force inébranlable tout au long de ce projet.

Table des matières

1. Cadre théorique	10
1.1 Définition des concepts clés	10
1.2 L'essor des ultra-sports et la place des femmes.....	13
1.2.1 Caractéristiques des ultra-sports	13
1.2.2 Tendances générales de la participation féminine	13
1.2.3 Évolution des performances et des différences de sexe.....	16
1.3 L'ultra-cyclisme et l'ultra-trail : spécificités et contextes d'étude.....	16
1.4 Motivations et perceptions des femmes ultra-sportives	17
1.5 Freins et obstacles à l'inclusion féminine.....	18
1.6 Initiatives et stratégies d'inclusion	19
1.7 Synthèse et positionnement de la problématique	23
2. Approche empirique.....	24
2.1 Choix de l'approche.....	24
2.2 Stratégie de recherche	24
2.3 Collecte de données	25
2.3.1 Entretiens semi-directifs (pour les entités actrices de l'inclusion)	25
2.3.2 Questionnaire en ligne (pour les participantes ultra-sportives)	27
2.4 Échantillon et terrains d'étude	30
2.4.1 Événements étudiés.....	30
2.4.2 Profil des personnes interrogées (qualitatif) et sondées (quantitatif).....	30
2.5 Outils d'analyse des données.....	32
2.6 Limites de l'approche empirique.....	33
3. Résultats.....	35
3.1 Profil des participants et terrains d'étude	35
3.1.1 Caractéristiques des événements étudiés	35
3.1.2 Données des entretiens qualitatifs.....	36
3.1.3 Données du questionnaire quantitatif.....	37
3.2 Résultats qualitatifs : perspectives des acteurs clés	40
3.2.1 Vision, positionnement et objectifs.....	40
3.2.2 Stratégies et actions concrètes mises en place	43
3.2.3 Défis et freins à l'inclusion féminine	48
3.2.4 Perspectives et collaboration au sein de l'écosystème.....	49
3.3 Résultats quantitatifs : perceptions et motivations des participantes.....	51
3.3.1 Motivations et perceptions de l'ultra-endurance	51
3.3.2 Freins et obstacles rencontrés par les participantes	60
3.3.3 Attentes et suggestions des participantes	65
4. Discussion des résultats	69
4.1 De la vision à la gouvernance : quand les organisations créent une culture d'équité	69
4.2 Perceptions des participantes et limites de l'inclusion.....	70
Conclusion générale.....	72
Contributions et limites	73
Recommandations et perspectives.....	74

BIBLIOGRAPHIE	76
<i>Ouvrages</i>	76
<i>Articles scientifiques</i>	76
<i>Articles de presse</i>	77
<i>Sites web et blogs</i>	78

Table des tableaux

Tableau 1 - Guide d'entretien qualitatif.....	26
Tableau 2 - Questionnaire quantitatif.....	28
Tableau 3 - Synthèse des répondants aux entretiens qualitatifs.....	36

Table des figures

Figure 1 - Répartition des répondantes par tranche d'âge	37
Figure 2 - Ancienneté de pratique de l'ultra-endurance chez les répondantes	38
Figure 3 - Types d'ultra-endurance principalement pratiqués par les répondantes.....	39
Figure 4 - Participation aux Race Across Series Europe et UTMB World Series.....	39
Figure 5 - Score moyen des facteurs de motivations pour la pratique de l'ultra-endurance	52
Figure 6 - Répartition des scores d'importance pour chaque facteur de motivation.....	52
Figure 7 - Perception de l'intégration des femmes dans l'ultra-endurance.....	55
Figure 8 - Score moyen des perceptions des participantes concernant l'ultra-endurance	56
Figure 9 - Répartition des scores des perceptions des participantes concernant l'ultra-endurance.....	56
Figure 10 - Score moyen des freins et obstacles rencontrés par les participantes	60
Figure 11 - Répartition des scores pour les freins et obstacles rencontrés par les participantes.....	61
Figure 12 - Nombre de participantes ayant déjà renoncé à participer à un événement d'ultra-endurance à cause d'un frein	63

Le paysage sportif contemporain est marqué par un intérêt croissant pour les disciplines d'ultra-endurance, des épreuves qui exigent des capacités physiques et mentales exceptionnelles sur des distances et des durées extrêmes (Brymer & Schweitzer, 2013). Alors que ces défis étaient traditionnellement perçus comme un domaine masculin et souvent associés à des stéréotypes de genre limitants (Chuiton & Denecheau, 2020), la dernière décennie a été témoin d'une augmentation notable de la participation féminine. Malgré cette progression, une sous-représentation significative persiste, avec des taux d'inscription féminine demeurant faibles sur la plupart des événements, particulièrement sur les très longues distances. Cependant, cette réalité est en train d'être activement transformée : les organisateurs d'événements majeurs, à l'image de l'UTMB World Series avec par exemple ses politiques d'égalité des prix, démontrent une volonté concrète de briser ces barrières perçues. Cette évolution progressive de la démographie de ces événements (Ruest *et al.*, 2014 ; Lepers *et al.*, 2018) soulève des questions fondamentales sur l'inclusion, l'équité et les dynamiques de genre dans le sport d'ultra-endurance. Elle met en exergue l'importance des stratégies organisationnelles et de la visibilité médiatique pour encourager une participation plus large, en déconstruisant les mécanismes de discrimination et en valorisant l'accessibilité comme fondement d'une participation équitable (Zaffran, 2015).

Le présent mémoire se propose d'explorer en profondeur l'inclusion des femmes dans les événements d'ultra-sport, avec une attention particulière portée aux compétitions d'ultra-cyclisme et d'ultra-trail, notamment les Race Across Series et l'UTMB World Series.

Bien que la littérature scientifique ait commencé à documenter les tendances de participation féminine et les évolutions de performance dans divers ultra-sports (Ruest *et al.*, 2014 ; Lepers *et al.*, 2018 ; Lepers *et al.*, 2019 ; Corbi-Santamaría *et al.*, 2023), ainsi qu'à aborder les motivations individuelles et certains freins physiologiques ou sociétaux (Guex *et al.*, 2020 ; Delespierre-Mauppin, 2015), il existe une lacune théorique significative. Peu de recherches ont systématiquement examiné les initiatives concrètes et les stratégies d'inclusion spécifiquement mises en œuvre par les organisations d'événements d'ultra-sport. Une analyse documentaire réalisée en préalable à cette étude recense ces actions (telles que les quotas, les politiques de parentalité ou les efforts de communication ciblée). Elle a révélé l'existence et la diversité de stratégies organisationnelles justifiant d'autant plus la nécessité de les étudier. Comprendre ces mécanismes organisationnels et leur impact perçu sur les participantes est crucial pour affiner nos connaissances sur l'inclusion de genre dans les sports

aits d'ultra-endurance. En intégrant des concepts issus de la psychologie sociale tels que les stéréotypes sexués (Chalabaev & Clément-Guillotin, 2018), le sexisme positif (Dardenne *et al.*, 2018) et les politiques de gestion de la diversité (Tisserant & Leymarie, 2018), ce travail contribuera modestement à combler cette lacune. Des études récentes soulignent déjà l'importance de la "*bonne gouvernance*" et de la gestion des ressources humaines pour une transformation organisationnelle durable (Geeraert, 2022 ; Keyser-Verreault *et al.*, 2024), des principes qui peuvent être appliqués aux stratégies d'inclusion.

L'analyse des stratégies d'inclusion et des retours d'expérience des participantes peut fournir des informations précieuses aux organisateurs d'événements d'ultra-sport. En identifiant les bonnes pratiques et les freins spécifiques, ce travail peut contribuer à l'élaboration de politiques plus efficaces pour attirer, soutenir et retenir les athlètes féminines, favorisant ainsi une plus grande diversité et équité dans un marché en pleine expansion. La compréhension de la puissance des réseaux sociaux et des récits personnels inspirants peut effectivement guider les stratégies de communication des organisateurs pour une promotion plus efficace de la participation féminine. Par ailleurs, comme le montre le cas d'une étudiante en soins infirmiers passée de la sédentarité à l'ultra-cyclisme (Guex *et al.*, 2020), l'*empowerment*¹ des femmes dans ces disciplines peut les transformer en modèles, influençant positivement la promotion de l'activité physique auprès du grand public. La mise en place de politiques d'action positive est un levier à considérer pour lutter contre les discriminations (Taillandier-Schmitt, 2018).

¹ Le terme *empowerment* désigne le processus par lequel un individu ou un groupe acquiert les moyens de renforcer sa capacité d'action, lui permettant ainsi d'accéder à un pouvoir individuel et collectif. Apparue dans les années 1980 au sein des cercles féministes du développement international comme une approche participative "venant du bas", cette notion a rapidement été adoptée plus largement. Son succès, et son adaptation dans divers contextes (travail social, psychologie communautaire, politiques publiques), a toutefois suscité des débats quant à son sens initial et ses interprétations multiples.

Pour une analyse approfondie, voir Biewener, C. et Bacqué, M.-H. (2011). 4. Empowerment, développement et féminisme : entre projet de transformation sociale et néolibéralisme. Dans M. Bacqué et Y. Sintomer La démocratie participative : Histoire et généalogie (p. 82-101). La Découverte.

Mon intérêt personnel pour ce sujet découle d'une conviction profonde : l'équité et la diversité dans tous les domaines, y compris le sport de haute performance, est un enjeu sociétal majeur. L'exploration de l'ultra-sport, en particulier, me permet d'approfondir la compréhension des dynamiques complexes qui influencent la participation féminine dans des environnements exigeants, contribuant ainsi à une meilleure reconnaissance et à un soutien accru pour ces athlètes.

C'est dans ce contexte que notre étude se propose d'examiner les stratégies mises en œuvre par les organisateurs de grandes compétitions d'ultra-endurance, telles que la Race Across Series Europe et l'UTMB World Series, pour favoriser l'inclusion des femmes, ainsi que les effets perçus par ces dernières quant à leur participation et leurs expériences.

Afin d'apporter des éléments de réponse à notre problématique, nous formulerons les hypothèses suivantes et nous tâcherons d'en évaluer la pertinence à travers ce mémoire :

Hypothèse 1 :

Les stratégies d'inclusion des femmes dans l'ultra-sport, mises en œuvre par les organisations événementielles, vont au-delà de simples mesures marketing. Elles intègrent des réformes structurelles, des politiques de gouvernance et des approches communicationnelles visant à créer une culture d'équité, de diversité et d'inclusion.

Hypothèse 2 :

La prise en compte proactive des spécificités physiologiques et comportementales des femmes en ultra-sport (comme la gestion de l'allure, l'utilisation des ravitaillements ou les répercussions médicales spécifiques) par les organisateurs contribue positivement à l'amélioration de leur inclusion, de leur performance et de leur bien-être lors des événements.

Hypothèse 3 :

L'intégration explicite et la valorisation des principes d'équité, de diversité et d'inclusion dans la culture organisationnelle des événements d'ultra-sport, notamment par la déconstruction des stéréotypes sexués, sont des facteurs clés de succès pour l'augmentation durable de la participation féminine et la création d'un environnement véritablement inclusif.

Aussi, ce mémoire visera-t-il à :

- *Analyser les stratégies* et les actions concrètes mises en place par les organisateurs d'événements d'ultra-endurance pour favoriser la participation et l'intégration des femmes.
- *Identifier les principales motivations* qui poussent les femmes à s'engager dans l'ultra-cyclisme et l'ultra-trail, ainsi que les perceptions qu'elles ont de ces événements et les freins spécifiques qu'elles rencontrent.
- *Évaluer l'impact potentiel de ces stratégies* sur les tendances de participation féminine et sur l'expérience globale des athlètes dans les épreuves d'ultra-endurance.

Pour atteindre ces objectifs, ce mémoire s'articulera en plusieurs parties. Après cette introduction, le cadre théorique présentera une revue approfondie de la littérature complétée par une analyse documentaire, et portant sur la participation féminine dans l'ultra-sport, ses motivations, ses freins et les initiatives connues. Nous mènerons également une réflexion sur le rôle des acteurs clés (organismes, marques, sponsors, médias...) dans la démocratisation et la promotion de ces disciplines auprès des femmes. L'approche empirique détaillera la méthodologie de recherche adoptée pour collecter et analyser les données spécifiques aux événements d'ultra-cyclisme et d'ultra-trail. Enfin, les résultats de cette analyse seront ensuite présentés, suivis d'une discussion et conclusion qui interprétera ces éléments au regard du cadre théorique. Nous serons ainsi en mesure de répondre à notre problématique, et d'exposer les contributions, les limites et différentes pistes de recherche ouvertes par cette étude.

1. Cadre théorique

Le présent cadre théorique a pour objectif de synthétiser les connaissances actuelles relatives à la participation des femmes dans le sport d'ultra-endurance afin d'éclairer la problématique de ce mémoire. Il explorera les tendances de participation, les motivations sous-jacentes, les freins spécifiques rencontrés et les initiatives documentées, pour finalement positionner la problématique dans un *gap* de la littérature sur les stratégies d'inclusion des organisations d'événements d'ultra-cyclisme et d'ultra-trail.

1.1 Définition des concepts clés

Dans le cadre de cette étude, plusieurs concepts fondamentaux sont définis afin d'établir un cadre clair et précis pour l'analyse des dynamiques d'inclusion dans le sport d'ultra-endurance.

- *Stratégies d'inclusion*

Les stratégies d'inclusion désignent les efforts délibérés et systémiques mis en œuvre par une organisation pour créer un environnement où chaque individu se sent valorisé, respecté, soutenu, et dispose d'opportunités équitables de participation et de succès (Keyser-Verreault *et al.*, 2024). Dans le domaine sportif, cela va au-delà de la simple égalité de traitement. Il s'agit de surmonter les obstacles structurels, culturels ou personnels qui peuvent entraver la participation de certains groupes, en s'assurant que les individus disposent des conditions nécessaires pour accéder aux opportunités et faire leurs propres choix (Zaffran, 2015). Cela peut parfois impliquer des "*actions positives*" ou des mesures de "*discrimination positive*" visant à corriger des inégalités de fait existantes (Taillandier-Schmitt, 2018).

- *Femmes*

Le terme "*femmes*" fait référence à la population féminine dans toute sa diversité, reconnaissant que les expériences d'inclusion sont façonnées par de multiples facteurs intersectionnels tels que l'âge, l'origine, le statut socio-économique, *etc.* Dans le contexte spécifique de l'ultra-sport, les recherches récentes mettent en lumière des spécificités physiologiques (Delespierre-Mauppin, 2015), comportementales (par exemple, la gestion du

*pacing*² ou des arrêts en course ; Corbí-Santamaría *et al.*, 2023) et psychologiques (telles que les motivations liées à la prise de risque ou à la quête de liberté (Cazenave *et al.*, 2008 ; Brymer & Schweitzer, 2013). Ces spécificités peuvent influencer leur expérience sportive et nécessiter des considérations adaptées. Il est crucial de noter que le sport demeure un domaine où les femmes sont confrontées à des stéréotypes sexués, au sexisme "*positif*" et à un déficit de visibilité (Chuiton & Denecheau, 2020 ; Dardenne *et al.*, 2018).

- *Organisateurs d'événement*

Les organisateurs d'événement sont les entités (associations ou entreprises) responsables de la conception, de la planification, de la mise en œuvre et de la gestion des compétitions sportives. Leur rôle est déterminant dans la définition des règles, la création de l'environnement de course et la communication, autant d'éléments qui peuvent significativement favoriser ou entraver l'inclusion (Keyser-Verreault *et al.*, 2024). Une "*bonne gouvernance*" au sein de ces organisations est fondamentale pour assurer l'intégrité, la transparence et la responsabilité, constituant ainsi une base solide pour des pratiques véritablement inclusives (Geeraert, 2022).

- *Ultra-sport*

L'ultra-sport regroupe les disciplines sportives d'endurance extrêmes, caractérisées par des distances ou des durées exceptionnellement longues, souvent pratiquées dans des environnements exigeants (montagne, désert, *etc.*). Ces disciplines posent des défis uniques en termes de logistique, de sécurité et d'exigences physiques et mentales pour les participants. Elles sont fréquemment motivées par des quêtes de liberté ou des formes intenses de dépassement personnel (Brymer & Schweitzer, 2013). Le concept de "*corps extrême*" et la relation à la violence exercée contre soi-même peuvent également être pertinents dans l'analyse de ces pratiques (Baudry, 1992).

² Le ***pacing*** (ou gestion de l'allure) désigne la répartition de la vitesse d'un coureur sur la distance totale d'une course, constituant une stratégie clé pour optimiser la performance en endurance. L'étude de Corbí-Santamaría *et al.* (2023) analyse spécifiquement la variabilité du *pacing* et son association avec la performance dans l'ultra-trail, notant, entre autres, que les femmes passent moins de temps aux postes de ravitaillement, ce qui pourrait contribuer à une meilleure stratégie d'allure.

Parmi les ultra-sports, on peut distinguer :

- *Ultra-cyclisme*

L'ultra-cyclisme, également désigné sous les termes d'ultra-distance ou de cyclisme d'ultra-endurance, est une discipline cycliste caractérisée par des parcours à vélo de très longues distances, débutant à 300 km et pouvant s'étendre sur plusieurs milliers de kilomètres³. Les épreuves se déroulent généralement en autonomie complète, sans soutien extérieur, sur des terrains variés (route, tout-terrain ou mixtes) et intègrent souvent des dénivelés importants. Le classement s'établit au temps à l'arrivée. Les participants doivent gérer de manière autonome des aspects cruciaux tels que leur alimentation, leur sommeil, les douleurs physiques, les incidents techniques et les risques inhérents aux environnements ouverts à la circulation ou aux éléments naturels. La réussite dans l'ultra-cyclisme dépend autant de la gestion du temps, de la fatigue et du mental que de la préparation physique.

- *Ultra-trail*

L'ultra-trail est un format de course à pied en pleine nature dont la distance est supérieure ou égale à 80 km⁴. Ces courses se déroulent sur des terrains variés, fréquemment en milieu montagnard, et exigent une très grande endurance physique et mentale pour affronter les longues distances, les dénivelés significatifs et des conditions météorologiques potentiellement extrêmes.

D'autres exemples d'ultra-sports incluent les triathlons longue distance, la natation en eau libre (Ruest *et al.*, 2014) et des disciplines émergentes comme le *swimrun* (Lepers *et al.*, 2018).

³ ultra-cyclisme.fr (s.d.). Qu'est-ce que l'ultra-cyclisme ? Consulté le 15 août 2025 sur <https://ultra-cyclisme.fr/ultra-distance/quest-ce-que-lultra-cyclisme/>

⁴ sportsdenature.gouv.fr. (s.d.). *Définition et réglementation du Trail*. Consulté le 15 août 2025 sur <https://www.sportsdenature.gouv.fr/trail/reglementation/definition#:~:text=trail%20d%C3%A9couverte%20%3A%20distance%20inf%C3%A9rieure%20%C3%A0,ou%20%C3%A9gale%20%C3%A0%2080%20km>

1.2 L'essor des ultra-sports et la place des femmes

1.2.1 Caractéristiques des ultra-sports

Les ultra-sports, qu'il s'agisse de l'ultra-running, de l'ultra-cyclisme, de la natation en eau libre sur de très longues distances, du triathlon Ironman, ou de pratiques plus récentes comme le *swimrun*, se caractérisent par des distances et des durées d'effort qui dépassent largement celles des compétitions sportives traditionnelles. Ces épreuves exigent non seulement une préparation physique extrême mais aussi une résilience mentale considérable, posant des défis physiologiques (gestion de la fatigue, de la nutrition, de la thermorégulation) et psychologiques uniques aux athlètes.

1.2.2 Tendances générales de la participation féminine

Pour comprendre l'ampleur et la nature de la participation féminine dans les ultra-sports, il est essentiel d'examiner les données disponibles et leurs évolutions récentes. Historiquement minoritaires dans les sports d'endurance, et plus encore dans leurs versions "*ultra*", les femmes ont progressivement investi ces disciplines. Des études ont documenté une augmentation significative de leur présence au fil des décennies. Par exemple, sur La Traversée Internationale du Lac St-Jean (une épreuve d'ultra-natation en eau libre à Roberval, Canada), la participation féminine a connu une croissance exponentielle entre 1955 et 2012, tandis que celle des hommes est restée stable (Ruest *et al.*, 2014). Dans le triathlon Ironman, un sport combinant natation, cyclisme et course à pied sur des distances extrêmes, les femmes représentaient 27 % des *finishers* amateurs au Championnat du Monde 2018 (Lepers *et al.*, 2019). De même, le *swimrun*, un nouveau sport d'équipe alternant course et natation en pleine nature, a vu le nombre d'équipes féminines et mixtes augmenter significativement entre 2012 et 2016 (Lepers *et al.*, 2018).

Cependant, malgré ces avancées, des défis subsistent, notamment une sous-représentation féminine significative dans des disciplines comme l'ultra-trail, où les taux d'inscription des femmes varient généralement entre 5 et 15% sur des événements comme l'Ultra Trail du Vercors (UTV). Ces taux ont cependant tendance à diminuer à mesure que la

distance des courses augmente (Ultra Trail du Vercors, s.d.⁵ ; La Sportive Outdoor, 2025⁶). Les chiffres globaux pour les ultra-marathons en 2018 montraient une participation féminine d'à peine 16%, et moins de 8% pour l'UTMB lui-même (Raidlight, 2024⁷). En 2023, sur l'ensemble des courses de l'UTMB Series, 3 100 femmes figuraient parmi les près de 10 000 participants. Pour la course phare l'UTMB Mont-Blanc (170 km), la proportion était encore plus faible, avec seulement 12% de femmes inscrites (Charef, 2024).

Face à cette sous-représentation, certains organisateurs d'événements majeurs ont commencé à déployer des stratégies d'inclusion concrètes. Par exemple, l'Ultra Trail du Vercors (UTV) a mis en place des quotas de dossards réservés aux femmes (20% pour l'ultra de 81 km et 30% pour le Trail des 4 Montagnes de 48 km) et s'engage à une meilleure représentation dans ses communications, ainsi qu'à des newsletters dédiées. Des efforts sont également faits pour adapter les infrastructures, avec des zones de change non mixtes et la mise à disposition de protections hygiéniques aux ravitaillements. L'UTMB World Series, quant à elle, a instauré une politique de grossesse permettant le remboursement ou le report d'inscription jusqu'à cinq ans pour les longues distances. Elle assure également une visibilité équitable des athlètes féminines et masculines dans ses retransmissions et garantit l'égalité des prix et des podiums (Femmes en Montagne, 2025⁸). Ces initiatives ont d'ailleurs significativement contribué à une progression de la participation féminine à l'UTMB, passant de 4 à 13% en 20 ans (Femmes en Montagne, 2025).

⁵ Ultra Trail du Vercors. (s.d.). *Inclusivité et Féminisation*.
<https://www.ultratrailvercors.com/inclusivite-feminisation>

⁶ La Sportive Outdoor. (2025, 26 juin). *Ultra Trail Vercors : Léa Barnel*.
<https://www.lasportiveoutdoor.com/fr/evenements/ultra-trail-vercors-lea-barnel/>

⁷ Raidlight. (2024, 15 janvier). *L'ultra trail au féminin*.
https://raidlight.com/blogs/infos/ultra-trail-au-feminin?srsId=AfmBOoruWFcoDxF_U1rsXayzh2yTV9ATvw72yGnsOeUMHrBlryj-IY3k

⁸ Femmes en Montagne. (2025, 31 juillet). *Ultra-Trail et femmes : La compétition*.
<https://femmesenmontagne.com/ultra-trail-femmes-competition/>

Concernant l'ultra-cyclisme, la Race Across Series a annoncé un jalon significatif en 2025 avec 400 femmes inscrites sur l'ensemble de ses courses, dont 145 sur la Race Across France. Bien que les pourcentages spécifiques varient selon les épreuves (8% à Paris, 10,5% en Belgique, 17% en Suisse, 20% en Espagne, 19% au Québec, 11% en France et 14% pour la GRAAALPS), cette progression est perçue comme un signal fort et le début d'une évolution positive. La Race Across Series souligne également que « *le niveau des femmes en ultra explose* », illustré par des victoires au *scratch* (c'est-à-dire au classement par ordre chronologique d'arrivée indépendamment du genre) comme celle de Pauline Gaidet sur le 300 km de la Race Across Spain et les trois premières places féminines au GRAVEL 100 km en Belgique. Pour soutenir cette dynamique, les organisateurs mettent en avant le soutien de partenaires comme Wilma et une politique proactive de report automatique de dossard en cas de grossesse, témoignant de leur volonté de s'engager et de s'assurer que « *chacune ait sa place sur la ligne de départ* » (Race Across Series, 2025⁹). Certaines autres épreuves d'ultra-cyclisme, comme la Desertus Bikus, offrent un exemple frappant d'une parité en progression, atteignant un niveau historique en 2025 avec 152 femmes sur 360 inscrits (Allan, 2025¹⁰). Cette augmentation est confirmée par L'Échappée Vélo, qui rapporte une progression de 28% en 2023, 32% en 2024, et plus de 40% en 2025 (L'Échappée Vélo, 2025¹¹). Cette avancée est le fruit d'une organisation volontaire et de l'action d'un collectif de femmes ultra-cyclistes qui ont su mobiliser leurs réseaux sociaux (Allan, 2025), ainsi que de la politique proactive de l'organisateur réservant activement des places pour les femmes (L'Échappée Vélo, 2025).

⁹ Race Across Series. (2025, 21 mai). « *400 women are registered for our 2025 races. It's a symbolic milestone. A strong me...* » (Facebook) <https://www.facebook.com/raceacrossseries/posts/-400-women-are-registered-for-our-2025-racesits-a-symbolic-milestone-a-strong-me/1115341380629894/>

¹⁰ Allan (2025, 13 mars). *Desertus Bikus : les femmes prennent leur part du désert au cœur de l'Espagne (parité en selle)*. Weelz.ouest-france.fr. <https://weelz.ouest-france.fr/desertus-bikus-les-femmes-prennent-leur-part-du-desert-au-coeur-de-lespagne-parite-en-selle/>

¹¹ L'Échappée Vélo. (2025, 30 avril). *Desertus Bikus : Récit d'une des plus folles courses bikepacking*. <https://www.echappee-velo.com/news-desertus-bikus-recit-une-des-plus-folles-courses-bikepacking/>

1.2.3 Évolution des performances et des différences de sexe

L'accroissement de la participation féminine s'accompagne également d'une évolution des performances, soulevant la question des différences de sexe dans l'endurance extrême. Certaines recherches suggèrent que l'écart de performance entre hommes et femmes peut se réduire, voire se stabiliser dans les épreuves d'ultra-endurance. En ultra-natation, avec l'exemple de La Traversée Internationale du Lac St-Jean, si la différence de performance moyenne entre les hommes et les femmes les plus rapides est restée constante sur la période 1955-2012, elle a significativement diminué pour les trois nageuses et nageurs les plus rapides, passant de 14,4 % à 3,7 % (Ruest *et al.*, 2014). Dans le triathlon Ironman, la différence de performance moyenne entre les sexes est d'environ 15 % toutes disciplines confondues. Cependant, cette différence est influencée par l'âge, augmentant après 55 ans, principalement dans les segments cyclisme et course à pied, et non en natation (Lepers *et al.*, 2019). Les équipes mixtes, comme en *swimrun*, présentent des performances intermédiaires entre celles des équipes masculines et féminines, réduisant l'écart global et offrant une plateforme compétitive intéressante pour les femmes (Lepers *et al.*, 2018). De plus, les femmes affichent des taux de *finishers* équivalents à ceux des hommes sur les longues distances (Ultra Trail du Vercors, s.d.). Leur physiologie, caractérisée par une meilleure gestion de l'oxygène et une utilisation plus efficace des graisses, peut même leur conférer un avantage sur les efforts d'ultra-endurance (Ultra Trail du Vercors, s.d. ; Raidlight, 2024).

1.3 L'ultra-cyclisme et l'ultra-trail : spécificités et contextes d'étude

La Race Across Series Europe représente un ensemble d'événements emblématiques de l'ultra-cyclisme sur le continent. Ces courses sont reconnues pour leurs distances considérables, leurs profils exigeants et leur réputation dans le milieu de l'ultra-endurance.

L'UTMB World Series, de son côté, est un circuit mondial de courses d'ultra-trail qui regroupe de multiples événements qualificatifs, menant aux finales de l'UTMB Mont-Blanc. Cette série est particulièrement pertinente pour son échelle internationale et la diversité de ses parcours (incluant des distances plus courtes comme l'OCC® (56,3 km) qui a fait l'objet d'études sur le *pacing* ; Corbí-Santamaría *et al.*, 2023), ainsi que pour ses initiatives visant à

promouvoir l'inclusion des femmes à travers l'ensemble de ses événements (Women in Trail, HOKA Val d'Aran by UTMB®, s.d.¹²).

En se focalisant sur ces deux types de séries d'événements, ce mémoire se propose d'analyser les dynamiques d'inclusion dans des cadres organisés et reconnus de l'ultra-cyclisme et de l'ultra-trail, permettant potentiellement d'accéder à des données spécifiques sur la participation féminine et les pratiques organisationnelles au sein d'écosystèmes de courses bien établis.

1.4 Motivations et perceptions des femmes ultra-sportives

Les motivations qui poussent les femmes à s'engager dans l'ultra-sport sont diverses et souvent liées à des objectifs personnels d'accomplissement, de dépassement de soi et de bien-être. Une étude de cas sur une femme passée d'un comportement sédentaire à la participation à une course majeure d'ultra-cyclisme (RAAM¹³) a souligné le développement de motivations intrinsèques, telles que le plaisir lié à l'activité physique et la recherche de stimulation et d'accomplissement (Guex *et al.*, 2020). L'accessibilité, la flexibilité des programmes d'entraînement et le soutien d'un encadrement sont apparus comme des facilitateurs clés dans l'adhésion à une pratique sportive intense et durable. Cette expérience met en lumière la capacité des défis sportifs extrêmes à cultiver une motivation profonde et une fidélité à l'activité physique. Au-delà de la performance ou de l'adrénaline, la recherche de liberté, la régulation émotionnelle, l'union avec soi-même / l'environnement, et la construction d'une identité sont des motivations centrales (Brymer & Schweitzer, 2013 ; Cazenave *et al.*, 2008).

¹² Women in Trail, Val d'Aran by UTMB®. (s.d.). *Women in Trail*.
<https://valdaran.utmb.world/fr/womanintrail>

¹³ **RAAM (Race Across America)** : La Race Across America est une course cycliste ultra-endurance légendaire, traversant les États-Unis d'ouest en est, sur environ 5 000 kilomètres. Contrairement à une course à étapes, la RAAM est une épreuve en continu, où les participants (en solo ou en équipe) pédalent jour et nuit avec un minimum d'arrêts, faisant d'elle l'une des compétitions d'ultra-cyclisme les plus difficiles au monde.

Les perceptions propres aux femmes ultra-sportives sont également importantes. Elles peuvent percevoir l'ultra-sport comme un moyen d'émancipation personnelle et de construction identitaire, en réinventant leur identité de genre face aux attentes sociétales (Ruchaud *et al.*, 2015).

Cependant, la perception de la performance peut différer, avec un besoin accru de préparation et de validation personnelle (Ultra Trail du Vercors, s.d.). Julie Roux, ultra-traileuse, observe que les femmes ont « *un peu plus peur de se lancer sur les ultra* » et sont plus prudentes, préférant des distances plus courtes, tandis que les hommes s'inscrivent plus facilement même sans préparation adéquate (Charef, 2024). L'organisation SheRACES¹⁴ met en garde contre l'utilisation de mots comme « *le plus dur* » ou « *dangereux* » dans le marketing, qui peuvent décourager les femmes en les faisant douter de leurs capacités, même si elles ont de bonnes chances de finir. Il est ainsi préférable de prodiguer des conseils sur ce qui est nécessaire pour terminer, comme le rythme moyen et les directives minimales d'entraînement (SheRACES, 2024¹⁵).

1.5 Freins et obstacles à l'inclusion féminine

Malgré l'enthousiasme croissant, les femmes pratiquant l'ultra-sport peuvent faire face à plusieurs freins. Des études, notamment celle sur les répercussions médicales de l'ultra-sport chez les femmes (Delespierre-Mauppin, 2015), ont mis en évidence des problématiques spécifiques. Les athlètes féminines peuvent banaliser ou méconnaître certains troubles du cycle menstruel ou la fragilité osseuse liée à un déficit énergétique, privilégiant la pratique sportive à la santé. Ce phénomène peut être lié à un manque d'information ou à une forme de "dénî" des risques, suggérant que la sensibilisation et l'éducation sont des enjeux majeurs.

¹⁴ **SheRACES** : Initiative internationale à but non lucratif dédiée à la promotion de la participation féminine dans les sports d'endurance, en particulier l'ultra-trail. SheRACES vise à rendre les courses plus inclusives en encourageant des pratiques de marketing et de communication qui ne découragent pas les femmes, et en mettant en lumière les adaptations nécessaires pour mieux les accueillir et les soutenir sur les événements. Pour plus d'informations, voir le site officiel : <https://www.sheraces.com/>.

¹⁵ SheRACES. (2024, juillet). *Race Guidelines*. <https://www.sheraces.com/race-guidelines>.

Au-delà des aspects physiologiques, des freins sociaux et organisationnels peuvent également entraver la participation féminine. La charge mentale et familiale pèse souvent davantage sur les femmes, réduisant leur temps et leur énergie pour l'entraînement intensif nécessaire (Ultra Trail du Vercors, s.d. ; La Sportive Outdoor, 2025). La maternité est particulièrement un frein, la grossesse étant souvent perçue comme un obstacle à la carrière sportive ou au loisir (Charef, 2024). SheRACES souligne que cela rend l'entraînement difficile, surtout pour les ultras plus longs (SheRACES, 2024). Plus largement, ces sports ont longtemps été perçus comme des domaines masculins, engendrant un sentiment d'inadéquation ou d'insécurité (Ultra Trail du Vercors, s.d. ; La Sportive Outdoor, 2025). SheRACES note que l'image de départ d'une course est souvent composée uniquement d'hommes, rendant les femmes moins enclines à se frayer un chemin vers l'avant (SheRACES, 2024). L'histoire même de la participation des femmes dans le sport a été jalonnée d'obstacles et de résistances, souvent en lien avec des stéréotypes de genre et des enjeux d'émancipation politique et sociale (Bizet & Oblin, sd).

Ces freins historiques et sociétaux peuvent encore influencer subtilement l'accès et le soutien dont bénéficient les femmes dans les disciplines d'ultra-endurance. Le sport peut être un environnement hostile pour les femmes en raison des comportements et propos sexistes et du manque de visibilité médiatique (Chuiton & Denecheau, 2020 ; Dardenne *et al.*, 2018).

1.6 Initiatives et stratégies d'inclusion

La littérature suggère que des initiatives, même si elles ne sont pas toujours explicitement labellisées comme des programmes d'inclusion, peuvent avoir un impact positif. Par exemple, le rapport de cas de Guex *et al.* (2020) met en évidence le rôle catalyseur d'un programme institutionnel d'activité physique¹⁶, dans un contexte universitaire, qui a permis à une étudiante de s'engager et de réussir dans l'ultra-cyclisme. Ce type d'initiative, en fournissant

¹⁶ **Programme institutionnel d'activité physique** : Il s'agit ici d'un programme d'activité physique d'un semestre, mis en place par une université suisse des sciences de la santé. Ce programme encourageait la participation en offrant un cadre structuré et accessible pour la pratique, en incluant potentiellement des enseignements sur l'entraînement et des séances de renforcement musculaire et d'endurance. De plus, pour cette étudiante, le programme a servi de tremplin en lui donnant l'opportunité de se joindre à une équipe relais universitaire pour la Race Across America (RAAM), une forme de défi athlétique qui a fortement stimulé sa motivation et son engagement. L'objectif global de l'université était également de permettre à ses étudiants de devenir des modèles pour la promotion de l'activité physique.

un encadrement, une éducation à l'entraînement et un soutien, peut être transposable et inspirer d'autres structures. La présence et le succès des équipes mixtes en *swimrun* (Lepers *et al.*, 2018) peuvent également être considérés comme une forme d'initiative indirecte favorisant l'inclusion, en offrant des opportunités de compétition et de collaboration entre hommes et femmes.

Plus spécifiquement dans le domaine des ultra-sports, de nombreux organisateurs d'événements et acteurs du milieu mettent en place des actions concrètes pour encourager la participation féminine et rendre ces sports plus accessibles et inclusifs :

- *Communication et représentation accrues*

La promotion d'une image plus équitable des femmes dans les médias et les supports de communication est essentielle (Ultra Trail du Vercors, s.d. ; La Sportive Outdoor, 2025). Par exemple la Desertus Bikus met à l'honneur les "*mappeuses*" lors de la Desertus Ridus pour inspirer les futures générations (Allan, 2025). La PTRA (Pro Trail Runners Association) milite pour une « *meilleure exposition médiatique pour les femmes pendant les courses, la création d'exemples positifs et l'encouragement de la participation des femmes* » (Charef, 2024). SheRACES insiste sur l'inclusion et la diversité dans les images marketing (SheRACES, 2024).

- *Politiques d'inscription flexibles et maternité :*

L'UTMB a introduit en 2023 une "*politique de grossesse*" permettant aux athlètes enceintes, en procédure d'adoption ou de gestation pour autrui, de se faire rembourser ou de reporter leur participation (jusqu'à cinq ans pour les courses longues, deux ans pour les 20K), avec un accès prioritaire. Cette mesure vise à garantir qu'« *aucune femme ne doit être pénalisée pour avoir eu un enfant* » (Charef, 2024). Sophie Power, fondatrice de l'association SheRACES, est une fervente avocate de ces reports et remboursements, recommandant un report jusqu'à 2 ans minimum ou un remboursement pour les femmes enceintes. La politique doit également s'étendre aux partenaires et aux adoptions (SheRACES, 2024). La politique proactive de certains organisateurs, comme Yvan Thuayr, directeur de la Desertus Bikus, qui réserve activement des places spécifiquement pour les femmes, est également un facteur clé de succès (L'Échappée Vélo, 2025).

- *Amélioration de l'expérience de course et des services :*

SheRACES recommande plus de toilettes et des barrières horaires adaptées. D'autres initiatives incluent des zones non mixtes pour se changer, la mise à disposition de protections

hygiéniques aux ravitaillements (*via* des "*woman kit*" comme au HOKA Val d'Aran by UTMB®) (Women in Trail, HOKA Val d'Aran by UTMB®, s.d.). SheRACES conseille également des *cut-offs*¹⁷ généreux, car les femmes ont souvent un rythme plus régulier sur les longues courses, et suggère des départs anticipés facultatifs pour les athlètes plus lents. La clarté des informations logistiques (accès, hébergement, consignes, toilettes, vestiaires) sur les sites web est également cruciale (SheRACES, 2024).

- *Sécurité renforcée*

Il est primordial que les femmes se sentent en sécurité avant, pendant et après l'événement (SheRACES, 2024). Cela peut inclure des zones séparées au départ des nages ou des courses bondées, des départs échelonnés, la présence de bénévoles mixtes, des traceurs de sécurité et des *buddies*¹⁸ pour les zones reculées ou de nuit, ainsi que la gestion de l'arrivée et du transport final en toute sécurité. Les règles de course pourraient également inclure des consignes de bienséance sur le parcours pour éviter les comportements inappropriés (SheRACES, 2024).

- *Équipement adapté*

Les *tee-shirts* et dossards doivent être adaptés aux femmes. SheRACES encourage des *tee-shirts* à coupe féminine avec des guides de taille clairs (SheRACES, 2024).

¹⁷ **Cut-offs** : En ultra-trail, les "*cut-offs*" ou "*barrières horaires*" désignent les heures limites fixées par l'organisation de la course pour atteindre certains points de contrôle (ravitaillements) ou pour terminer la course. Les coureurs qui ne respectent pas ces délais sont généralement mis hors course.

¹⁸ **Buddies** : Dans le contexte des courses d'ultra-endurance, un "*buddy*" (ou "*coéquipier*", "*partenaire*") désigne un coureur qui accompagne un autre athlète sur une partie du parcours, souvent dans des zones isolées, techniquement difficiles ou pendant la nuit. Le rôle du buddy est d'offrir un soutien moral, de la sécurité et d'aider à la navigation, renforçant ainsi le sentiment de sécurité et réduisant le risque pour l'athlète principal.

- *Soutien à l'allaitement*

Les organisateurs devraient inclure une note dans les directives de course invitant les participantes à signaler leurs besoins spécifiques comme l'allaitement, nécessitant potentiellement une pompe ou une chaise aux postes de ravitaillement. Les règles sur l'aide extérieure ne devraient évidemment pas s'appliquer aux rencontres avec les bébés et leurs accompagnants (SheRACES, 2024).

- *Formation et encadrement adapté*

Des événements comme l'Arc'teryx Alpine Academy proposent des ateliers dédiés au trail, y compris un *trail running* pour femmes encadré par des athlètes féminines de haut niveau (Esprit Trail, s.d.¹⁹). Ces ateliers visent à perfectionner les techniques, favoriser le partage d'expériences et offrir un cadre convivial avec des conseils sur l'entraînement, la nutrition et la prévention des blessures (Esprit Trail, s.d.).

- *Égalité des prix et partenariats*

La PTRa demande l'égalité des prix, de la couverture et des opportunités entre athlètes masculins et féminins (Charef, 2024). L'UTMB a doublé ses récompenses financières dès 2024, offrant 20 000 € aux vainqueurs, masculins et féminins, du 170 km (Charef, 2024). Élise Poncet, coureuse de fond spécialisée en course en montagne, souligne que le non-respect de l'égalité des *prize money* est inacceptable, et que la professionnalisation du sport facilite la vie des athlètes professionnelles (Charef, 2024). SheRACES précise que les prix et récompenses pour les femmes doivent être de valeur égale et de même pertinence que ceux des hommes, avec le même nombre de catégories et un podium de même taille (SheRACES, 2024). Les politiques de gestion de la diversité (Tisserant & Leymarie, 2018) et les actions positives (Taillandier-Schmitt, 2018) sont des leviers pour lutter contre les inégalités. La mise en place d'une bonne gouvernance (Geeraert, 2022) et le développement d'une culture d'équité, de diversité et d'inclusion (Keyser-Verreault *et al.*, 2024) sont essentiels pour créer un environnement sportif plus inclusif.

¹⁹Esprit Trail. (s.d.). *Trail de montagne : foncez vous perfectionner avec des pros à l'Arc'teryx Alpine Academy* ! <https://www.esprit-trail.com/trail-de-montagne-foncez-vous-perfectionner-avec-des-pros-a-larcteryx-alpine-academy/>

Cependant, la littérature analysée montre une absence relative de recherches systématiques sur les stratégies explicites et volontaristes mises en œuvre par les organisations d'événements d'ultra-sport elles-mêmes. Il est nécessaire de comprendre si, et comment, ces entités vont au-delà de la simple ouverture des inscriptions pour activement encourager, soutenir et adapter leurs offres pour les participantes féminines.

1.7 Synthèse et positionnement de la problématique

La revue de littérature, enrichie par une analyse documentaire des articles de presse spécialisée, révèle une tendance claire à l'augmentation de la participation féminine dans les ultra-sports, avec des performances en amélioration et des motivations inhérentes à la pratique sportive solides. Elle met également en lumière des freins spécifiques, qu'ils soient physiologiques, liés à la gestion de la vie personnelle ou à des héritages sociétaux, ainsi que l'émergence d'initiatives concrètes de la part des organisateurs.

Malgré ces connaissances, un *gap* théorique majeur subsiste. En effet, bien que notre analyse documentaire ait permis d'identifier de nombreuses stratégies d'inclusion volontairement mises en place par les organisateurs d'événements, la littérature académique manque d'une analyse systématique de ces initiatives, en particulier dans le domaine de l'ultra-cyclisme et de l'ultra-trail. Nous comprenons les motivations (« *pourquoi ?* ») et les freins (« *quelles difficultés ?* ») côté athlètes, mais moins les stratégies (« *comment ?* ») côté organisations, et l'efficacité perçue de ces "comment".

C'est sur ces lacunes que se positionne la problématique de ce mémoire : Dans quelles mesures les organisateurs d'événements d'ultra-endurance, et plus spécifiquement ceux des circuits emblématiques comme la Race Across Series Europe et l'UTMB World Series, mettent-ils en œuvre des stratégies spécifiques pour encourager l'inclusion des femmes, et quels sont les impacts perçus de ces stratégies sur les tendances de participation, les motivations, les perceptions et les freins rencontrés par les participantes ?

2. Approche empirique

Cette section détaille la démarche méthodologique adoptée pour collecter et analyser les données nécessaires à la réponse à la problématique de ce mémoire. Une approche ciblée a été privilégiée, combinant des données qualitatives approfondies et des données quantitatives descriptives.

2.1 Choix de l'approche

Afin d'explorer la problématique de l'inclusion des femmes et des stratégies organisationnelles, une approche mixte et complémentaire a été adoptée, répartissant les méthodes selon les types d'acteurs impliqués.

Une composante qualitative approfondie a été dédiée aux acteurs de l'inclusion (organisateurs d'événements, représentants de marques, médias, associations et fédérations). Cette approche a été jugée essentielle pour recueillir leurs visions stratégiques, les logiques d'action, les intentions derrière les initiatives d'inclusion et les défis rencontrés dans leur mise en œuvre.

Parallèlement, une composante quantitative ciblée a été employée pour interroger les participantes. L'objectif était d'appréhender les tendances générales de leurs motivations, perceptions et freins de manière plus rapide et synthétique, offrant ainsi un panorama des expériences vécues par un plus grand nombre de pratiquantes.

2.2 Stratégie de recherche

La stratégie des études de cas multiples ciblées a été mise en œuvre pour permettre une exploration approfondie et contextuelle de la problématique dans un délai contraint. Cette approche a consisté à se concentrer sur deux études de cas emblématiques de l'ultra-sport : la Race Across Series Europe pour l'ultra-cyclisme et l'UTMB World Series pour l'ultra-trail. Le choix de ces deux cas est justifié par plusieurs critères :

- *Notoriété et représentativité*

Ces deux séries d'événements sont des références internationales dans leurs disciplines respectives. Leur visibilité et leur influence significatives en font des terrains d'étude pertinents pour observer les dynamiques d'inclusion.

- *Diversité des disciplines*

La comparaison entre l'ultra-cyclisme et l'ultra-trail permettra d'analyser si les stratégies d'inclusion diffèrent ou se rejoignent selon les spécificités intrinsèques de chaque sport d'ultra-endurance.

- *Probabilité d'une accessibilité des données*

Une priorité a été donnée aux événements pour lesquels l'accès aux données et aux contacts était jugé le plus probable, afin d'optimiser l'efficacité de la collecte.

- *Engagement potentiel envers l'inclusion*

La stature de ces événements suggère qu'ils sont susceptibles de disposer des ressources et de la volonté nécessaire pour explorer et mettre en œuvre des initiatives d'inclusion, comme le suggèrent déjà leurs communications publiques.

2.3 Collecte de données

La collecte de données a été effectuée sur une période courte pour s'adapter aux contraintes de temps, en privilégiant la pertinence et l'efficacité des méthodes.

2.3.1 Entretiens semi-directifs (pour les entités actrices de l'inclusion)

L'objectif principal était d'obtenir des informations riches et nuancées sur les stratégies d'inclusion mises en place, leurs justifications, les difficultés rencontrées, les visions à long terme et les indicateurs de succès que les organisateurs utilisent. Il s'agissait également de comprendre le rôle des médias, des marques, des associations et fédérations dans la promotion et le soutien de l'inclusion féminine.

Les entretiens ont été menés par visioconférence ou échanges téléphoniques enregistrés, avec le consentement préalable des interlocuteurs. Un guide d'entretien concis et structuré a été utilisé pour garantir la couverture des thèmes clés tout en laissant une flexibilité pour explorer des points inattendus. Ce guide et les questions ont été légèrement adaptés à chaque type d'interlocuteur assurant ainsi une meilleure pertinence des échanges tout en respectant la structure du guide et les thèmes abordés.

Tableau 1 - Guide d'entretien qualitatif

SECTION	THÈMES ABORDÉS	QUESTIONS CIBLÉES
Introduction	Présentation de la recherche et de l'objectif de l'entretien.	"Cet entretien s'inscrit dans le cadre de ma recherche universitaire sur l'inclusion des femmes dans le sport d'ultra-endurance (ultra-cycling et ultra-trail). L'objectif est de recueillir votre perspective et votre expérience sur ce sujet essentiel." (Obtention du consentement à l'enregistrement).
Présentation	Identification de l'interlocuteur et de son rôle.	"Pouvez-vous vous présenter brièvement et décrire votre rôle au sein de [organisation] ?"
I. Vision et positionnement	Perceptions sur l'évolution de l'inclusion, objectifs et missions de l'organisation.	"Comment percevez-vous l'évolution de la place des femmes dans le sport d'ultra-endurance ces dernières années ?"
		"Quelle est votre vision ou celle de votre organisation/entité concernant cette inclusion ?"
		"Y a-t-il des objectifs ou des missions spécifiques liés à la promotion des femmes dans ces disciplines ?"
II. Stratégies et actions	Initiatives concrètes mises en place et leur évaluation.	"Quelles stratégies ou actions spécifiques sont mises en place (par vous ou votre entité) pour encourager et soutenir la participation des femmes en ultra-endurance ?"
		"Pouvez-vous donner des exemples concrets de ces initiatives ?"
		"Comment évaluez-vous l'impact de ces actions ?"
III. Défis et freins	Identification des obstacles et stéréotypes, et pistes pour les adresser.	"Quels sont, selon vous, les principaux défis ou freins qui limitent une meilleure inclusion des femmes dans le sport d'ultra-endurance ?"
		"Percevez-vous des stéréotypes ou des obstacles spécifiques liés au genre dans ce domaine ?"
		"Comment ces défis pourraient-ils être adressés ?"
IV. Perspectives et collaboration	Visions d'avenir et rôles des différents acteurs pour favoriser l'inclusion.	"Comment imaginez-vous l'évolution de la place des femmes dans l'ultra-endurance dans les 5 à 10 prochaines années ?"
		"Quel rôle pensez-vous que votre entité (ou vous-même) peut jouer dans cette évolution future ?"
		"Comment les différents acteurs de l'écosystème (marques, organisateurs, presse, associations) pourraient-ils collaborer plus efficacement pour favoriser cette inclusion ?"

2.3.2 Questionnaire en ligne (pour les participantes ultra-sportives)

L'objectif était de recueillir des données descriptives sur les motivations principales qui poussent les femmes à s'engager dans l'ultra-endurance, leurs perceptions générales des événements (accueil, sécurité, ambiance), les freins les plus fréquemment rencontrés (physiologiques, sociaux, logistiques) et leurs attentes envers les organisateurs en matière d'inclusion.

Le questionnaire a été conçu pour être court et structuré, composé principalement de questions fermées (choix multiples, échelles de Likert) afin de faciliter le traitement statistique. Quelques questions ouvertes facultatives ont été incluses pour permettre aux répondantes d'exprimer des commentaires et des nuances. Il était divisé en quatre sections principales :

- *Informations générales sur votre pratique*

Cette section avait pour but de collecter des données démographiques de base (âge) et le rapport à la pratique sportive des participantes (ancienneté dans l'ultra-endurance, type de discipline pratiquée, historique de participation aux événements ciblés ou similaires).

- *Motivations et perceptions de l'ultra-endurance*

Les répondantes étaient invitées à évaluer sur des échelles de Likert divers facteurs de motivation (défi personnel, liberté, bien-être, connexion à la nature, communauté, performance, santé) et leurs perceptions concernant l'intégration, le soutien organisationnel, la communication féminine, la sécurité et l'influence de la présence d'autres femmes. Une question ouverte était également proposée pour recueillir d'autres motivations.

- *Freins et obstacles rencontrés*

Cette section visait à évaluer l'impact de freins potentiels (contraintes de temps, financières, manque d'information, absence de modèles, freins physiologiques spécifiques, pression sociale/stéréotypes, manque de soutien de l'entourage, sentiment d'insécurité, manque d'adaptations spécifiques). Une question ouverte et une question fermée exploraient les éventuels abandons liés à ces freins.

- *Attentes et suggestions*

Des questions ouvertes étaient posées pour recueillir les actions clés que les organisateurs pourraient mettre en place pour favoriser l'inclusion des femmes, ainsi que d'autres commentaires ou suggestions.

L'administration du questionnaire a été réalisée *via* l'outil Google Forms. Pour maximiser la portée et garantir une plus grande diversité de retours, une version française et une version anglaise ont été proposées. Le temps de réponse estimé était délibérément court, entre 5 et 10 minutes, pour encourager un taux de complétion élevé.

Tableau 2 - Questionnaire quantitatif

SECTION	QUESTIONS	TYPE	OPTIONS DE RÉPONSES / ÉCHELLE
1. Informations générales sur votre pratique	Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?	Choix unique	- Moins de 25 ans ; - 25-34 ans ; - 35-44 ans ; - 45-54 ans ; - 55 ans et plus
	Depuis combien d'années pratiquez-vous l'ultra-endurance ?	Choix unique	- Moins d'1 an ; - 1 à 3 ans ; - 4 à 7 ans ; - 8 ans et plus
	Quel(s) type(s) d'ultra-endurance pratiquez-vous principalement ?	Choix multiples	- Ultra-cyclisme ; - Ultra-trail ; - Ultra-running ; - Triathlon longue distance ; - Autres (préciser)
	Avez-vous déjà participé à un ou plusieurs événements de la Race Across Series Europe et/ou de l'UTMB ?	Choix unique	- Oui, Race Across Series Europe uniquement ; - Oui, UTMB uniquement ; - Oui, aux deux ; - Non, mais j'envisage de le faire ; - Non, et je ne l'envisage pas
	Si oui, précisez les distances et années de participations.	Texte libre	(Ex: UTMB 2022 – 170 km, Race Across France 2023 – 1000 km)

2. Motivations et perceptions de l'ultra-endurance	Importance des motivations pour votre pratique : - Défi personnel / Dépassement de soi - Recherche de liberté / Évasion - Plaisir de l'effort physique / Bien-être - Connexion avec la nature / Les paysages - Rejoindre une communauté / Rencontrer d'autres sportifs - Amélioration de la performance / Compétition - Motivation liée à la santé / Mode de vie	Échelle de Likert	1 (pas du tout important) à 5 (très important)
	- Autre	Texte libre	(Précision)
	Mesure de l'intégration et de la place des femmes dans l'environnement des événements :	Échelle de Likert	1 (Pas du tout) à 5 (Totalement)
	Perceptions concernant l'ultra-endurance : - L'ultra-endurance est accessible aux femmes. - Je me sens soutenue par l'organisation des événements. - La communication des événements met en valeur la participation féminine. - Je me sens en sécurité lors des épreuves d'ultra-endurance. - La présence d'autres femmes m'encourage à participer.	Échelle de Likert	1 (pas du tout d'accord) à 5 (tout à fait d'accord)
3. Freins et obstacles rencontrés	Évaluation des obstacles ou freins : - Contraintes de temps (travail, famille, etc.) - Difficultés financières (coût des inscriptions, matériel, déplacement) - Manque d'information ou de modèles féminins - Freins physiologiques spécifiques (gestion du cycle menstruel, santé osseuse, etc.) - Pression sociale / Stéréotypes de genre - Manque de soutien de l'entourage - Sentiment d'insécurité sur le parcours ou la logistique - Manque d'adaptations spécifiques des événements pour les femmes (ravitaillements, sanitaires, etc.)	Échelle de Likert	1 (pas du tout un frein) à 5 (un frein majeur)
	- Autre	Texte libre	(Précision)
	Avez-vous déjà renoncé à participer à un événement à cause d'un de ces freins ?	Choix unique	Oui ; Non
4. Attentes et suggestions	Recommandations pour l'amélioration de l'inclusion.	Texte libre (facultatif)	
	Quelles sont les trois actions les plus importantes que les organisateurs pourraient mettre en place pour mieux inclure les femmes ?	Texte libre	(Réponse ouverte facultative)
	Autres commentaires ou suggestions concernant l'inclusion des femmes dans l'ultra-endurance ?	Texte libre	(Réponse ouverte facultative)

2.4 Échantillon et terrains d'étude

2.4.1 Événements étudiés

Pour cette étude, nous avons choisi de nous concentrer sur deux événements emblématiques, chacun représentant une des disciplines d'ultra-endurance au cœur de notre recherche. La Race Across Series Europe a servi de cas d'étude principal pour l'ultra-cyclisme, tandis que l'UTMB a été sélectionné comme cas principal pour l'ultra-trail, permettant une analyse approfondie des dynamiques d'inclusion féminine dans ces deux contextes.

2.4.2 Profil des personnes interrogées (qualitatif) et sondées (quantitatif)

Pour mener à bien cette recherche, deux populations distinctes ont été ciblées, correspondant aux approches qualitative (organismes d'événements et représentant du secteur) et quantitative (femmes pratiquant des sports d'ultra-endurance) de notre méthodologie.

2.4.2.1 Échantillon qualitatif : organisateurs et représentants du secteur

Les entretiens qualitatifs ont visé à recueillir des perspectives approfondies et nuancées de la part des acteurs clés de l'écosystème de l'ultra-endurance. Nous avons ciblé des représentants stratégiques de la Race Across Series et de l'UTMB, capables d'offrir une vision éclairée sur les politiques d'inclusion, les défis organisationnels et les stratégies de communication.

Afin d'élargir le spectre des perspectives et de contextualiser les données des organisateurs principaux, des contacts ont également été établis avec des représentants d'autres entités pertinentes :

- Autres organisations d'événements d'ultra-endurance : L'Ultra Trail du Vercors et la Desertus Bikus (notamment pour leurs approches respectives exemplaires en matière de parité et de visibilité féminine).
- Fédérations sportives : La Fédération Française de Cyclisme (FFC).
- Associations spécialisées : Femmes en Montagnes.
- Marques du secteur : Wilma (marque spécialisée dans l'équipement pour femmes).
- Médias spécialisés : Une journaliste travaillant pour Alpine Magazine, un média spécialisé dans les sports de montagne et *outdoor*, pour sa couverture du sport féminin et de l'ultra-endurance ainsi que la fondatrice du jeune média La Sportive Outdoor.

Cette diversité d'interlocuteurs visait à appréhender l'inclusion sous différents angles : événementiel, institutionnel, associatif, commercial et médiatique.

2.4.2.2 Échantillon quantitatif : participantes ultra-sportives

L'échantillon des participantes pour le questionnaire quantitatif a été constitué selon une approche combinant la méthode "*par convenance*" et l'échantillonnage "*en boule de neige*", afin de maximiser la portée et d'atteindre un public large et diversifié de femmes engagées dans l'ultra-endurance. L'objectif était de recueillir les perceptions, motivations et freins rencontrés par ces athlètes.

Taille et composition de l'échantillon

Au total, 74 femmes ont répondu au questionnaire, dont 68 répondantes francophones et 6 répondantes anglophones. Cet échantillon inclut des femmes ayant participé spécifiquement à des événements de la Race Across Series Europe et/ou de l'UTMB World Series, des participantes à d'autres épreuves comparables dans l'ultra-cyclisme et l'ultra-trail ainsi que des participantes à d'autres épreuves d'ultra-endurance telles que le triathlon longue distance ou l'ultra-running par exemple.

Canaux de diffusion du questionnaire

La diffusion de ce questionnaire a été menée *via* une stratégie multi-canal, conçue pour optimiser la réactivité et attirer une grande diversité de profils. Cette approche ciblée s'est articulée autour de deux axes principaux : les relais institutionnels, acteurs stratégiques et la mobilisation de communautés en ligne.

Nous nous sommes appuyés sur des personnalités et des structures influentes pour toucher des publics spécifiques. L'engagement d'Avril Laheurte, gagnante de la RAF 25 (Race Across France, édition 2025) sur le 2500 km, a été crucial. En republiant notre contenu sur son propre compte Instagram, son message a été relayé par Race Across Series Europe, générant un effet de viralité et de légitimité auprès de la communauté de l'ultra-cyclisme. Grâce à l'aide de Myriam Piras, directrice de WIN Sport School, nous avons pu diffuser notre questionnaire auprès d'un réseau d'étudiants, à l'échelle nationale, qui montrent un intérêt prononcé pour les activités sportives. En outre, Nathalie Monnier, directrice de course sur la Race Across Switzerland, GRAAALPS ainsi que gestionnaire de la communauté PSWCC, communauté

cycliste féminine, a également relayer notre questionnaire auprès des membres. Enfin, Christophe d'Alu, représentant Le Savoie Mont Blanc Ultra Cycling, un club d'ultra cyclisme affilié au Comité FSGT de la Savoie, a également permis de diffuser l'information au sein d'une structure sportive locale.

En parallèle, une campagne intensive a été menée sur les réseaux sociaux. De nombreuses publications ont été communiquées dans des groupes et forums spécialisés sur Facebook, assurant ainsi une diffusion ciblée auprès des pratiquantes d'ultra-endurance et de sport féminin. Ces publications ont visé des communautés très actives, telles que Le Cyclisme au Féminin et plusieurs groupes²⁰ liés aux événements majeurs comme l'Ultra-Trail du Mont-Blanc (UTMB) ou encore La Diagonale des Fous.

Cette stratégie de recrutement a permis de maximiser la portée de l'enquête auprès de la population cible, essentielle pour une analyse quantitative pertinente.

2.5 Outils d'analyse des données

Afin d'analyser les données collectées de manière efficace et pertinente, plusieurs outils ont été mobilisés.

L'analyse thématique des entretiens qualitatifs, menés auprès des acteurs de l'inclusion (organisateurs d'événements, représentants de marques, médias, associations et fédération), a suivi une méthodologie rigoureuse. Les entretiens ont tous été enregistrés de manière audio, puis à partir de la transcription automatique générée grâce à l'application dictaphone, les transcriptions ont été révisées individuellement et manuellement. Après la transcription intégrale des entretiens, nous avons employé une approche en deux temps. Dans un premier temps, l'intelligence artificielle fut utilisée pour une pré-identification des grandes idées et des thèmes émergents dans les *verbatim*, afin d'optimiser le processus d'exploration initiale. Cette

²⁰ **Listing des groupes Facebook** dans lesquels le questionnaire a été relayé : Le Cyclisme au Féminin ; Objectif Ultra-trail : Diagonale des Fous 2023 -> Maxi-race 2025 ; Ultra-Trail du Mont-Blanc (page officielle et groupes de discussion comme "UTMB® - Ultra Trail du Mont Blanc" et "Ultra Trail du Mont Blanc 2025 Live") ; Ultra Trail Cote d'Azur Mercantour ; Ultra Trail Running ; Ultra-Trail Snowdonia by UTMB Runners ; Restonica Trail Ultra by UTMB ; Ultra Trail du Haut Giffre 2025 ; Ultra-Trail Australia by UTMB.

phase fut suivie d'une vérification et d'un affinage manuel approfondi des résultats. Par la suite, les données synthétisées ont été croisées à l'aide d'un tableau structuré selon le guide d'entretien afin de mettre en parallèle les grandes idées émergentes. L'analyse humaine et la réflexion critique furent essentielles pour recouper les informations, identifier précisément les idées fortes, ainsi que les points de convergence ou de divergence exprimés par les interlocuteurs. Au-delà de cette identification, l'objectif fut de décrypter les logiques d'action et les intentions sous-jacentes des acteurs, permettant ainsi une compréhension nuancée et contextualisée des dynamiques de l'inclusion féminine sur le terrain.

Les réponses aux questionnaires furent traitées à l'aide d'outils statistiques descriptifs simples, notamment l'outil Google Sheets. Ce processus inclut le calcul des fréquences, des pourcentages et des moyennes, particulièrement pour les questions utilisant des échelles de Likert. Des représentations graphiques, telles que des diagrammes à barres ou des diagrammes circulaires, furent également créées pour visualiser clairement les distributions des réponses.

L'articulation entre les données qualitatives et quantitatives a permis une compréhension globale du phénomène. Les résultats quantitatifs représentent un aperçu des grandes tendances et des motivations des participantes, tandis que les entretiens avec les organisateurs et les marques apportent la profondeur nécessaire pour expliquer les choix stratégiques et les intentions sous-jacentes.

2.6 Limites de l'approche empirique

Ces choix méthodologiques, bien que permettant l'étude de deux cas emblématiques, ont impliqué la reconnaissance de certaines limites inhérentes à l'approche adoptée, notamment en raison des contraintes de temps. La taille relativement restreinte de l'échantillon quantitatif et la nature principalement descriptive du questionnaire pour les participantes ont limité la profondeur des analyses individuelles ainsi que la généralisation statistique des résultats. L'étude n'a donc pas visé une généralisation à l'ensemble des ultra-sportives ou des organisateurs mondiaux, mais plutôt une exploration ciblée pour chaque cas d'étude.

Quant à l'accessibilité des données, la dépendance à la disponibilité des informations publiques et à la réactivité des contacts a constitué un risque. Cette limite a été exacerbée par les périodes de congés estivaux et d'événements pendant la haute saison, rendant l'étude contrainte par ce qui était facilement accessible et partageable dans les délais impartis. Un biais de sélection a pu affecter l'échantillon quantitatif, un questionnaire en ligne auto-administré ayant tendance à attirer les répondantes les plus motivées, les plus engagées ou les plus disponibles, ce qui pourrait ne pas refléter l'ensemble de la population féminine pratiquant l'ultra-endurance.

Enfin, les biais généraux inhérents à toute recherche qualitative et quantitative, tels que le biais de désirabilité sociale dans les entretiens (où les répondants peuvent avoir donné des réponses perçues comme plus acceptables) ou l'influence potentielle du chercheur sur les réponses, ont été pris en compte. Une vigilance constante et une démarche de réflexivité furent essentielles pour en minimiser l'impact.

En conséquence, les conclusions de ce mémoire seront principalement spécifiques aux événements étudiés et aux profils des personnes interrogées ou sondées. Elles ambitionnent néanmoins, du moins l'espérons-nous, d'ouvrir des pistes concrètes pour des recherches plus approfondies et potentiellement généralisables à l'avenir. Au-delà d'établir une simple comparaison éclairante entre l'ultra-cyclisme et l'ultra-trail, nos conclusions pourraient permettre d'alimenter une réflexion future sur l'inclusion féminine dans l'ultra-endurance et offrir ainsi des conseils stratégiques pertinents aux acteurs concernés par ces pratiques sportives.

3. Résultats

3.1 Profil des participants et terrains d'étude

Cette sous-section a pour objectif de présenter concrètement les spécificités des événements et des personnes interrogées, servant de cadre factuel pour les analyses qui suivront.

3.1.1 Caractéristiques des événements étudiés

Pour cette étude, les données ont été collectées auprès de deux entités majeures et représentatives de leurs disciplines, constituant ainsi nos terrains d'étude principaux. Ces organisations ont été choisies pour leur rôle de premier plan, leur capacité à influencer les pratiques et leur vision de l'inclusion qui sont au cœur de la problématique de recherche.

Race Across series : Événement emblématique de l'ultra-cyclisme, la Race Across est une série de courses en semi-autonomie qui s'est positionnée sur le marché avec l'ambition de rendre l'ultra-endurance accessible à tous. La série se décline en plusieurs courses internationales (France, Espagne, Belgique, Suisse, Québec...) et sur des formats de distance variés (de 200 km à 2500 km). Cette organisation a servi de cas d'étude pour son rayonnement et sa représentativité au sein de cette discipline en plein essor.

UTMB World Series : Série mondiale de référence dans l'ultra-trail, l'UTMB World Series est reconnu pour sa notoriété et son influence sur les pratiques et les perceptions. Elle a été choisie pour sa capacité à mettre en œuvre des politiques d'inclusion à grande échelle et pour son rôle de leader dans la démocratisation de l'ultra-trail. Les entretiens ont permis d'aborder des initiatives concrètes mises en place sur ses événements phares, notamment le Hoka UTMB Mont-Blanc.

L'étude s'est également enrichie des points de vue d'organisations complémentaires qui éclairent la problématique de manière transversale, telles que l'Ultra Trail du Vercors (UTV) et la Desertus Bikus, reconnues pour leurs initiatives ciblées sur l'inclusion, ainsi que des acteurs clés de l'écosystème comme la Fédération Française de Cyclisme (FFC), l'association Femmes en Montagne, et les médias et marques spécialisés : La Sportive Outdoor, Alpine Mag et WILMA.

3.1.2 Données des entretiens qualitatifs

Les entretiens qualitatifs ont été menés auprès de douze acteurs clés de l'écosystème de l'ultra-endurance, sur une période d'un peu moins d'un mois, offrant une diversité de perspectives (organisateurs d'événements, fédération sportive, association, média spécialisé, marque d'équipement). Leur contribution a permis d'appréhender les stratégies, les perceptions et les défis liés à l'inclusion féminine. La diversité des rôles et des domaines sportifs (cyclisme, ultra-trail, sports *outdoor*) a pour objectif de garantir une analyse relativement complète des dynamiques à l'œuvre.

Le *Tableau 3* ci-dessous synthétise les profils des interlocuteurs et leurs organisations, précisant leur rôle et leur domaine d'expertise.

Tableau 3 - Synthèse des répondants aux entretiens qualitatifs

<i>DATE ENTRETIEN</i>	<i>DURÉE</i>	<i>PRÉNOM</i>	<i>NOM</i>	<i>ORGANISATION / ENTITÉ</i>	<i>TYPE</i>	<i>RÔLE / FONCTION</i>	<i>DOMAINE SPORTIF</i>
30/07/2025	00:45	Marie-Françoise	POTEREAU	FFC (Fédération Française de Cyclisme)	Fédération	Vice-Présidente	Cyclisme
31/07/2025	00:25	Katarina	ZOUECHTIAGH	Femmes en Montagne	Association	Chargée de développement	Sport féminin outdoor
31/07/2025	00:30	Zoé	CHAREF	Alpine Mag	Média	Journaliste	Sports de montagne
01/08/2025	00:40	Arnaud	MANZANINI	Race Across Series (RAS)	Organisation	Fondateur et directeur	Ultra-cyclisme
04/08/2025	00:30	Perrine	LAMAT	WILMA	Marque	Chargée communication	Équipement féminin sportif
04/08/2025	00:40	Adrien	OZANON	Ultra Trail du Vercos (UTV)	Organisation	Community manager	Ultra-trail
05/08/2025	00:30	Florian	LAUDILLAY	Race Across Series (RAS)	Organisation	Responsable administratif et financier	Ultra-cyclisme
18/08/2025	00:30	Yvan	THUAYRE	Desertus Bikus	Organisation	Président et Responsable communication	Ultra-cyclisme
20/08/2025	00:20	Laurène	PHILIPPOT	La Sportive Outdoor	Média	Fondatrice	Sport féminin outdoor
21/08/2025	00:30	Guillaume	MARTIN	Race Across Series (RAS)	Organisation	Responsable marketing communication et partenariat	Ultra-cyclisme
21/08/2025	00:20	Marie	SAMMONS	UTMB Group	Organisation	Responsable Women in Trail	Ultra-trail
21/08/2025	00:20	Nathalie	MONNIER	Race Across Series (RAS)	Organisation	Directrice de course	Ultra-cyclisme
22/08/2025	00:25	Céline	PREVOST	UTMB Group	Organisation	Directrice commerciale	Ultra-trail

3.1.3 Données du questionnaire quantitatif

L'échantillon de participantes pour la composante quantitative a été constitué grâce à une approche combinant la méthode "*par convenance*" et l'échantillonnage "*en boule de neige*". Au total, 74 femmes ont répondu au questionnaire en ligne, regroupant 68 répondantes francophones et 6 répondantes anglophones. Une diffusion multicanale, s'appuyant notamment sur le relais de figures reconnues de l'ultra cyclisme et une présence active sur des groupes Facebook dédiés à l'ultra-endurance et au sport féminin, a permis d'atteindre un public diversifié de pratiquantes.

En ce qui concerne la démographie et l'ancienneté dans la pratique, l'échantillon global de 74 répondantes se caractérise par une forte concentration dans les tranches d'âge situées entre 25 et 44 ans, comme le montre la *Figure 1*. Près de la moitié des participantes (43,9%) ont entre 25 et 34 ans, et une proportion similaire (35,1%) ont entre 35 et 44 ans, reflétant une population plutôt jeune et active dans la pratique de l'ultra-endurance. Les autres tranches d'âge se répartissent entre 45-54 ans (9,5%), moins de 25 ans (4,1%) et 55 ans et plus (1,4%).

Concernant l'ancienneté dans l'ultra-endurance (voir *Figure 2*), la majorité des participantes (48,6%) pratiquent depuis 1 à 3 ans, tandis qu'une part significative (32,4%) cumule 4 à 7 ans d'expérience. Une minorité a moins d'un an (8,1%) ou plus de 8 ans (10,8%) de pratique, démontrant un mélange de nouvelles venues et de pratiquantes plus expérimentées.

Figure 1 - Répartition des répondantes par tranche d'âge (N=74)

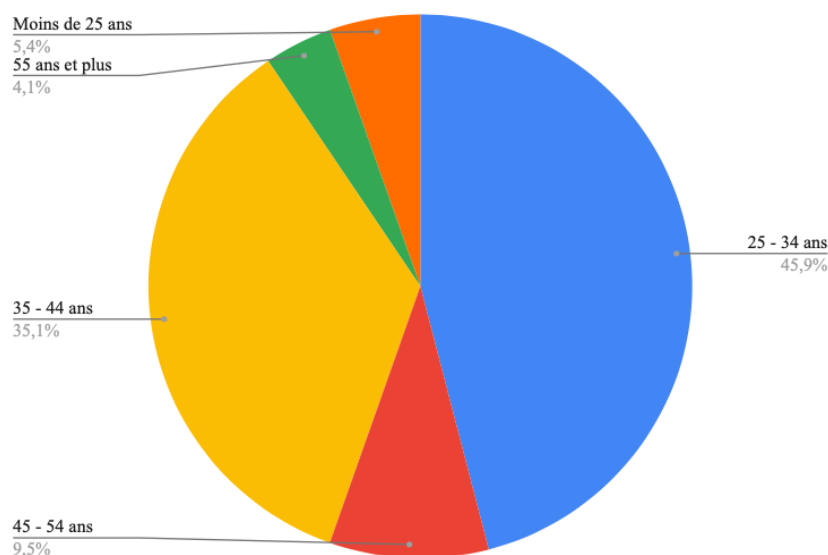
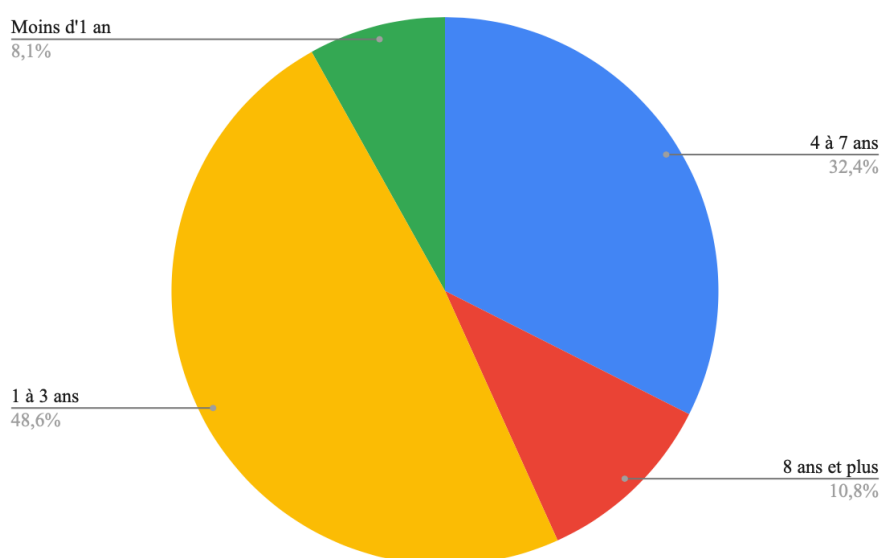


Figure 2 - Ancienneté de pratique de l'ultra-endurance chez les répondantes (N=74)



Quant aux disciplines et à la participation aux événements majeurs, l'ultra-cyclisme se distingue comme la discipline la plus fréquemment pratiquée par les répondantes, citée par 44,7% d'entre elles, comme illustré par la *Figure 3*. Il est important de noter que cette question permettait de choisir plusieurs réponses : une même participante pouvait indiquer pratiquer plusieurs types d'ultra-endurance. L'ultra-trail suit avec 27,0% des répondantes, le triathlon longue distance avec 16,2% et l'ultra-running avec 10,8%. Les autres types d'ultra-endurance représentent 1,4%.

Concernant leur engagement avec les séries d'événements spécifiquement étudiées (Race Across series Europe et UTMB World Series), la *Figure 4* précise que parmi les répondantes, 17 ont participé uniquement à l'UTMB World Series et un nombre significatif (24) a pris part à la Race Across series Europe uniquement. Une grande part de répondante n'a jamais participé à un des deux événements mais envisage de le faire (23) tandis qu'un petit groupe (9) n'a pas participé et ne l'envisage pas. Une seule répondante a participé aux deux séries.

Les réponses ouvertes ont également révélé une grande diversité de participations à d'autres événements phares et émergents de l'ultra-endurance, comme par exemple la Asics SaintÉlyon, confirmant un engagement profond et varié au sein de la communauté des pratiquantes.

Figure 3 - Types d'ultra-endurance principalement pratiqués par les répondantes (N=74, réponses multiples possibles)

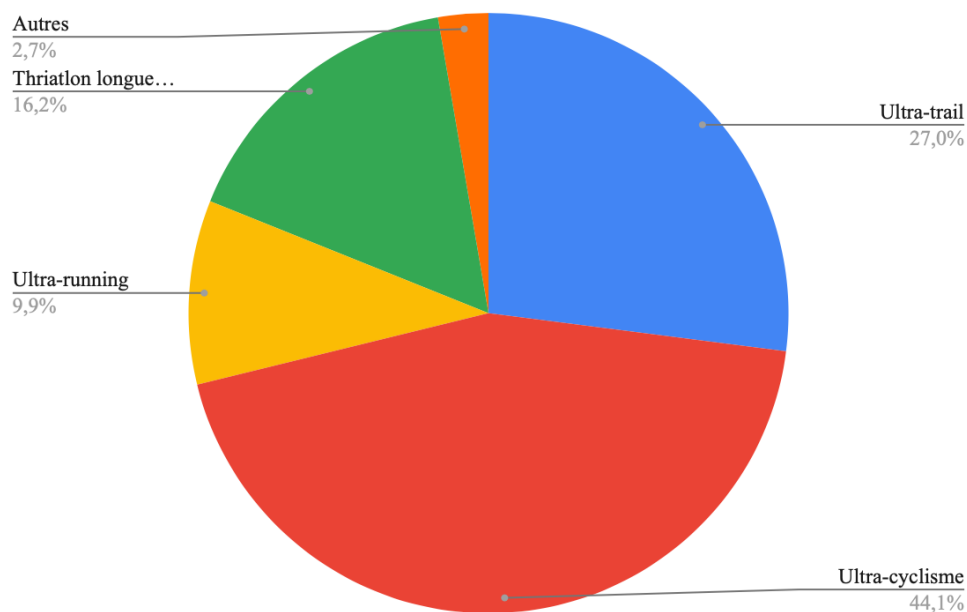
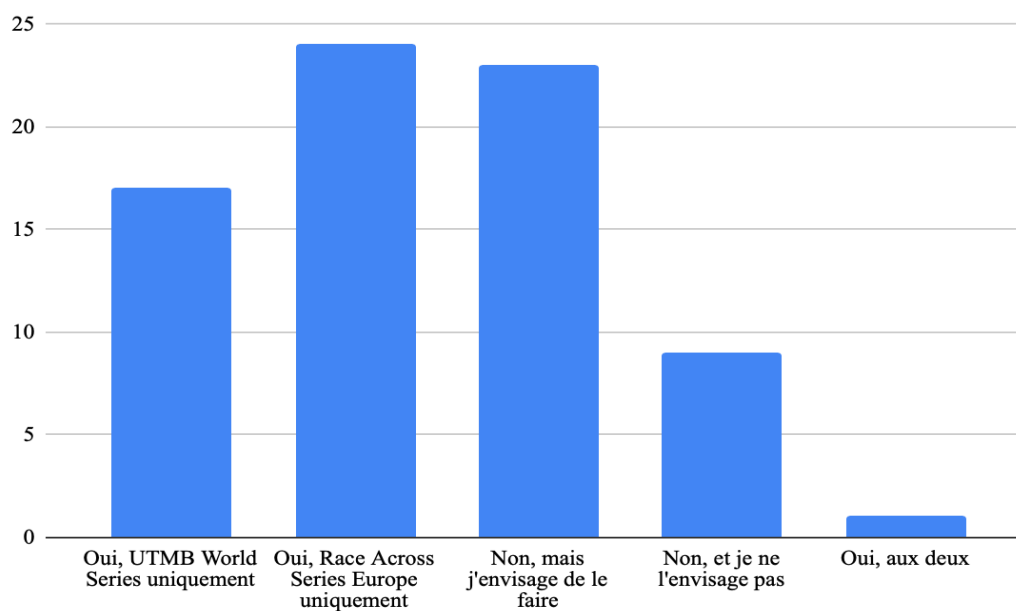


Figure 4 - Participation aux Race Across Series Europe et UTMB World Series (N=74)



3.2 Résultats qualitatifs : perspectives des acteurs clés

L'analyse des entretiens qualitatifs a été structurée autour des thèmes abordés dans le guide d'entretien. Cette organisation permet de présenter les résultats de manière fidèle à la progression de la discussion avec les répondants, de la vision globale de l'inclusion aux perspectives, en passant par les stratégies et les défis.

L'échantillon pour cette étude est varié et regroupe des personnes aux rôles multiples. Cette diversité nous donne accès à des perspectives multiples sur la place des femmes dans le sport, allant de la stratégie institutionnelle à l'action concrète sur le terrain, en passant par le marketing et la médiatisation.

Nous avons interviewé à la fois des hommes et des femmes. Il est intéressant de noter que les femmes ont souvent la charge de missions directement liées à la féminisation, tandis que les hommes occupent des rôles de fondateurs ou d'organiseurs tout en reconnaissant l'importance du sujet. La présence de ces deux points de vue nous permettra de comprendre comment ces problématiques de genre sont perçues et gérées par l'ensemble des acteurs, quel que soit leur genre.

Enfin, les organisations représentées sont de tailles et de types différents : fédérations sportives, événements, médias spécialisés, associations. Cela nous permet d'affirmer que la féminisation n'est pas un enjeu propre à un type d'entité unique, mais qu'elle est une préoccupation transversale dans le monde du sport.

3.2.1 Vision, positionnement et objectifs

L'inclusion féminine est perçue par l'ensemble des acteurs comme un enjeu stratégique et un levier de croissance, bien plus qu'une simple question de parité. Le constat de départ est unanime : la proportion de femmes dans les sports d'endurance, et particulièrement en ultra, est en progression, même si cette évolution est jugée très lente. Les entretiens révèlent une volonté de la part des organisateurs et des institutions d'accélérer ce mouvement. L'objectif n'est pas de séparer les genres, mais de les faire concourir ensemble en levant les freins spécifiques à la participation féminine. Cette vision, portée par des initiatives comme le programme *Women in Trail* de l'UTMB, cherche à transformer un sport traditionnellement dominé par les hommes en un espace inclusif.

Le rôle crucial des différences culturelles et de la confiance en soi : Le taux de participation des femmes varie de manière significative selon les régions (ex. : 22% au Québec contre 5% en Belgique pour la Race Across). Ce constat souligne que la féminisation ne dépend pas uniquement de la volonté des organisateurs, mais aussi de facteurs socioculturels plus profonds. Arnaud Manzanini et Nathalie Monnier (Race Across Series) insistent sur le rôle du "*mindset*" ou de la culture locale. De plus, la notion de confiance en soi est récurrente. Plusieurs interviewés pensent que les freins à la participation des femmes ne sont pas uniquement physiques mais aussi psychologiques. La vision de ces organisations est donc d'aider les femmes à se sentir légitimes et capables de relever des défis d'ultra-endurance.

Cette vision d'inclusion, en ce qui concerne la Race Across series, s'articule autour d'un principe fondamental : ouvrir l'ultra-cyclisme au plus grand nombre en prônant « *l'ultra pour tous* ». Cette approche se veut fondatrice pour les efforts d'inclusion qui ont suivi, rendant la discipline moins intimidante pour un public plus large. Comme l'explique Arnaud Manzanini, fondateur et directeur de l'organisation : « *L'idée de la Race Across Series est de démocratiser l'ultra-endurance et de faire tomber les barrières. On a toujours voulu créer un environnement où les débutants, les personnes en situation de handicap, et bien sûr les femmes se sentent les bienvenus.* »

De même, l'UTMB Group a fait de l'inclusion une mission centrale. Marie Sammons, Responsable du programme *Women in Trail*, explique que la vision de l'organisation est de « *faire venir plus de femmes dans ce sport* ». Cette vision est aussi motivée par un constat chiffré : un taux de participation féminine qui stagne en moyenne autour de 10 à 15 % sur les ultras. Céline Prévost, directrice commerciale de l'UTMB group, souligne que « *l'Europe est un peu le mauvais élève* ». Pour l'UTMB, l'objectif est d'atteindre les 40 % de participation sur l'ensemble de son circuit.

Cette vision se retrouve également au niveau institutionnel. Marie-Françoise Potereau, vice-présidente de la Fédération Française de Cyclisme (FFC), insiste sur l'importance de faire de l'inclusion un pilier des politiques fédérales. Selon elle, « *la parité ne se décrète pas, elle se construit en offrant aux femmes les moyens d'accéder aux fonctions décisionnelles, de l'événementiel à la fédération* ». Ce positionnement est essentiel pour créer un environnement où l'équité est une norme, et non plus une option.

Les événements à taille humaine comme la Desertus Bikus et l'Ultra-Trail du Vercors (UTV) se distinguent également par une vision d'inclusion forte et assumée. Adrien Ozanon, Responsable communication de l'UTV, a fait de l'inclusivité une des valeurs phares de l'événement en déclarant : « *Pour nous, l'inclusivité ne s'arrête pas aux femmes, mais l'égalité est un combat pour lequel nous devons montrer l'exemple.* » La Desertus Bikus envoie, quant à elle, un signal puissant avec un positionnement clair qui vise, selon son directeur Yvan Thuayre, à « *faire du bruit sur le sujet de la parité, pour que les autres événements s'en emparent.* ».

La marque WILMA, représentée par Perrine Lamat, Responsable communication, a été créée pour offrir une gamme de produits spécifiquement conçus pour les femmes, rompant avec le marketing « *men oriented* » qui a longtemps dominé le secteur. La marque est ainsi un exemple frappant d'une entreprise qui a fait de la réponse aux besoins spécifiques des femmes son principal objectif commercial et sa mission.

Deux approches distinctes émergent du côté des médias. D'un côté, des plateformes comme La Sportive Outdoor se spécialisent dans la valorisation des femmes pour combler un vide médiatique, avec une approche engagée. De l'autre, des magazines comme Alpine Mag adoptent une ligne éditoriale « *non genrée* », se concentrant sur la performance et le sujet lui-même, indépendamment du sexe de l'athlète. Cette dualité montre la complexité de la représentation médiatique, et la nécessité pour certaines de créer des espaces dédiés pour être entendues.

Katarina Zouechtiagh, de l'association Femmes en Montagne, explique par exemple que leur démarche vise à rendre visible la pratique féminine dans son intégralité, et non pas seulement la performance. Leur objectif est de « *donner envie aux femmes de se sentir légitimes dans cet environnement, et de ne pas être réduites à leur genre, ni par la médiatisation, ni par l'organisation des courses* ».

La vision se traduit également par des actions quantifiables. La Desertus Bikus montre qu'une communication et une identité de marque ciblées peuvent, en quelques années, faire exploser la participation féminine en la passant de 10% à plus de 50%. L'UTMB vise à atteindre 40% de femmes sur l'ensemble de son circuit, tandis que l'UTV se fixe des pourcentages précis pour chaque course (25% sur le 80 km, 40% sur le 48 km pour 2026) avec l'objectif de la parité

à plus long terme. Concernant la Race Across series, bien que ses pourcentages de participation varient selon les pays (de 9% à 25%), elle a pour objectif d'atteindre 15% de femmes en moyenne sur l'ensemble de ses événements. La mise en place de quotas sur l'UTV, par exemple, démontre une volonté de ne pas se contenter d'une progression naturelle.

Au-delà des chiffres, la qualité de l'expérience est un objectif majeur. L'UTV souhaite que les femmes « *se sentent bien et soient bien accueillies* ». La Race Across cherche également à améliorer l'expérience des participantes en offrant des produits adaptés, notamment grâce au partenariat avec Wilma, équipementier spécialisée, et en rassurant sur les aspects de sécurité. Il ne s'agit pas seulement d'attirer des femmes, mais de s'assurer qu'elles restent et reviennent.

La vision d'inclusion se traduit donc par des objectifs précis et mesurables, qui s'appuient sur des stratégies. Les organisations ne se contentent plus de vouloir attirer plus de femmes ; elles agissent sur tous les leviers possibles pour y parvenir. Le mélange d'objectifs quantitatifs (pourcentage de participation) et qualitatifs (confort, sécurité, sentiment de légitimité) montre une prise de conscience globale des défis à relever.

3.2.2 Stratégies et actions concrètes mises en place

Pour transformer leur vision de l'inclusion en réalité opérationnelle, les acteurs de l'écosystème de l'ultra-endurance déploient une série de stratégies et d'actions concrètes, qui touchent à la fois la communication, les infrastructures et la gouvernance. Ces mesures visent à lever les freins identifiés et à rendre la pratique plus accessible et plus accueillante pour les femmes.

3.2.2.1 Une représentation et une communication valorisantes

Le premier levier d'action est la communication contribuant à une représentation accrue, une stratégie partagée par l'ensemble des acteurs. Les organisateurs et les médias s'accordent sur l'importance de montrer davantage de femmes pour créer des modèles d'identification.

Les organisateurs d'événements ont mis en place une politique axée sur la visibilité, s'assurant au maximum d'une couverture médiatique paritaire. Nathalie Monnier, de la Race Across, précise : « *On met aussi un point d'honneur à vraiment médiatiser la participation féminine, interviewer les femmes, leur donner de l'importance pour donner envie aussi aux*

autres de le faire ». Guillaume Martin (Race Across) souligne quant à lui l'importance d'une représentation équitable sur les réseaux sociaux. Il évoque, par exemple, une journée dédiée à la mise en avant des femmes sur Instagram, lors d'un événement, qui a même « *énervé des mecs* », preuve selon lui que l'effort a été remarqué. De même, Marie Sammons (UTMB) explique que, sur le Hoka UTMB Mont-Blanc, le suivi en direct est assuré par des équipes respectivement dédiées aux hommes et aux femmes, afin de garantir « *50-50 de représentation* » et de mettre en lumière les performances féminines. La décision de la Desertus Bikus de modifier son logo pour représenter une « *bikeuse femme* », ou la création de films centrés sur des récits féminins, ont eu un effet immédiat et mesurable sur la participation.

Au-delà des courses, la production de contenus informatifs spécifiquement conçus pour les femmes, tels que des podcasts ou des articles de blog, permet de répondre à leurs questions et à leurs besoins. En abordant des thèmes comme la physiologie féminine, l'équipement adapté ou la sécurité, ces contenus réduisent les barrières perçues et facilitent l'accès à la pratique. En abordant la question du cyclisme féminin dans ses émissions, Arnaud Manzanini montre sa volonté de déconstruire les tabous. Il déclare : « *J'ai lancé un podcast qui s'appelle Ultra Talk, qui va lancer sa saison 7 en septembre prochain, donc dans quelques semaines. Et puis, j'ai animé pendant trois ans le podcast "Dans la tête d'un cycliste" avant de lancer le podcast "Tous en Selle" pour le Festival Vélo que j'anime pour la deuxième saison et dans lequel on parle beaucoup de cyclisme féminin* ». Il aborde par exemple, avec ses invités, des sujets comme les menstruations déclenchées par un effort physique important, les femmes aménorrhées, l'alimentation ou encore les hormones.

De la même manière, les partenariats avec des marques à forte valeur ajoutée, comme Wilma, sont une autre action clé. Cette marque, spécialisée dans les vêtements de cyclisme pour femmes, montre que l'industrie reconnaît et répond aux spécificités de la morphologie féminine. Ces collaborations renforcent le sentiment d'appartenance et démontrent un engagement concret pour plus d'inclusivité.

Les médias spécialisés jouent également un rôle crucial en matière de communication. Laurène Philippot juge que la surreprésentation féminine, inhérente à ses choix éditoriaux, est nécessaire pour « *montrer que les femmes existent et qu'elles sont là* », et ainsi créer des modèles pour les générations futures. Les médias, comme La Sportive Outdoor ou Alpine Mag, ont un rôle essentiel en mettant en avant des « *role model* » féminins. Ils racontent leurs

histoires, partagent leurs expériences et montrent que la performance et l'aventure ne sont pas réservées aux hommes. Cette visibilité est cruciale pour que les jeunes filles et les femmes puissent s'identifier à des figures inspirantes.

De la même manière, Katarina Zouechtiagh explique que l'association Femmes en Montagne a mis en place un festival de films et des actions de médiatisation spécifiques pour rendre visible la pratique féminine dans son intégralité. Des initiatives comme le festival Femmes en Montagne encouragent activement la diffusion de films où les femmes sont présentes « *devant et derrière la caméra* ». Cela permet non seulement de montrer des athlètes féminines, mais aussi de donner la parole aux réalisatrices et productrices. Cette démarche valorise la perspective féminine et enrichit les récits de montagne. L'association a également lancé des « *tournées scolaires* » pour initier les jeunes filles à la montagne et à l'*outdoor* et éduquer les jeunes garçons, démontrant que les actions d'inclusion doivent commencer bien avant l'âge adulte pour être efficaces.

En combinant la mise en avant de modèles, la création de contenu spécialisé, des partenariats stratégiques et une représentation équilibrée, ces actions contribuent à un changement de perception durable et à la déconstruction des stéréotypes masculins dans les sports outdoor.

3.2.2.2 Des aménagements pratiques et logistiques repensés

Le deuxième axe majeur concerne les aménagements pratiques et logistiques sur le terrain. Face aux retours des participantes, les organisateurs ont adapté les infrastructures pour améliorer le confort et la sécurité.

L'UTMB a mis en place des mesures concrètes, telles que des toilettes réservées aux femmes, des vestiaires et des « *women kits* » contenant des produits d'hygiène féminine sur les ravitaillements. Marie Sammons précise que l'objectif est d'enlever un « *stress* » et de rendre visible les *women kits* de manière décomplexée car, selon elle, la gestion des règles pendant un ultra ne doit pas être un tabou. L'UTV met également à disposition des protections hygiéniques, des tentes pour se changer et des sanitaires au niveau des bases de ravitaillement.

La politique de parentalité, anciennement politique de grossesse, de l'UTMB est un autre exemple d'approche structurelle unique permettant aux femmes ayant eu un enfant de

conserver leur dossard pour une durée de 5 ans. En leur permettant de différer leur inscription, l'UTMB s'attaque à un frein majeur lié à la vie personnelle et familiale. L'organisation a même élargi cette mesure aux pères avec une possibilité de report de dossard de 2 ans.

De son côté, la Race Across series, à travers son poste de gestion opérationnelle, offre un « *monitoring 24h/24* » via le GPS. Ce suivi permet notamment aux femmes qui craignent de se retrouver seules d'être rassurées. L'organisation se montre extrêmement vigilante et disponible en cas de problème pendant la course, elle place la sécurité des participants au cœur de ses préoccupations. Nathalie Monnier ajoute : « *Ça, c'est un aspect aussi que les femmes nous ont remonté comme étant très sécurisant [...] On sait qu'il y a toujours quelqu'un qui veille sur nous* ». Cependant, cette mesure de sécurité soulève un paradoxe : certaines participantes évoquent le risque lié au fait que leur position soit visible sur le suivi *live*, notamment si elles roulent seules la nuit ou dorment. Ainsi, par moment, cette mesure sécurisante peut également devenir anxiogène pour les participantes. À l'inverse, sur la Desertus Bikus, « *On peut cacher le point (GPS) où on s'endort. Les personnes extérieures ne savent pas où les personnes dorment quand la personne appuie sur le bouton satellite.* » Ces deux approches illustrent bien que les organisateurs s'adaptent aux attentes diverses des participantes, résultat d'échanges et de réflexions approfondies pour concilier sécurité et respect de l'intimité, chaque femme ayant des besoins et des attentes différents en matière de sécurité.

En matière de stratégies d'inclusion, les organisateurs d'événements s'appuient le plus souvent sur des retours concrets des participantes pour ajuster leurs pratiques et leurs aménagements. L'objectif est de ne pas créer un sport à part pour les femmes mais bien de favoriser une inclusion au sein d'un environnement mixte, tout en reconnaissant leurs spécificités. Cette philosophie se base sur une écoute active des athlètes féminines. L'exemple de l'UTMB est révélateur : les organisateurs ont été alertés par des coureuses élites sur leur invisibilité au départ, car elles se plaçaient naturellement derrière les hommes. Pour y remédier et leur offrir la visibilité qu'elles méritent, l'UTMB a mis en place un système de double sas de départ où les femmes sont désormais placées côte à côte avec les hommes. Cette solution a été chaleureusement accueillie par la communauté. Elle démontre que même si les femmes valorisent la reconnaissance de leurs performances à travers des podiums et classements féminins, elles apprécient également la compétition mixte.

3.2.2.3 La gouvernance et l'innovation au service de l'inclusion

Une autre stratégie clé consiste à construire des communautés pour briser l'isolement. L'UTMB Group a mis en place des mesures de gouvernance qui ont un impact direct sur l'expérience des participantes. Marie Sammons explique ainsi qu'ils ont créé des espaces sécurisants pour les femmes : « *On a mis en place des groupes de discussion WhatsApp réservés aux femmes pour qu'elles se sentent moins seules et qu'elles puissent poser des questions que peut-être elles n'auraient pas osé poser à un groupe d'hommes* ». L'objectif est de créer des « *safe places* ». L'association Femmes en Montagne ainsi que la marque Wilma créent des espaces physiques et virtuels pour que les femmes se rencontrent et se soutiennent. Ces espaces peuvent prendre la forme de conférences ou de *social rides*. Ce sens de la communauté est essentiel pour lever la barrière psychologique de la confiance en soi, souvent mentionnée par les interviewés comme un frein majeur à la participation.

La féminisation de l'encadrement est aussi un pilier de la stratégie de l'UTMB. Comme l'évoque Céline Prevost, Directrice commerciale : « *Avoir des femmes à des postes clés permet d'intégrer leur perspective dès la conception des événements*. ». Concernant la Race Across, il y a également une volonté de nommer des femmes à des postes de direction, avec l'exemple de Nathalie Monnier, Directrice de course de Race Across Switzerland et GRAAALPS. Cette approche se retrouve également au niveau institutionnel. La Fédération Française de Cyclisme (FFC) travaille sur des programmes visant à inciter les femmes à prendre des postes à responsabilité et à s'impliquer dans la gouvernance du sport dans le cadre du plan de féminisation qui agit sur la formation, les compétitions et les conditions des athlètes de haut niveau.

L'innovation fait également partie intégrante des stratégies en faveur de l'inclusion, comme en témoigne la marque Wilma qui a développé des technologies d'équipement adaptées aux corps et aux besoins des femmes. Perrine Lamat, chargée de communication, explique : « *Donc il y a déjà les deux innovations, la première et c'est avec ce produit-là qu'on a lancé la marque, c'est la technologie menstruelle qui est intégrée dans tous les cuissards. [...] Et la deuxième innovation qu'on a lancée, c'était il y a deux ans, [...] c'est un cuissard avec une peau de chamois amovible. [...] L'idée c'était de pouvoir retirer le pad qui est humide, pouvoir le rincer, le faire sécher et en fait avoir un roulement qui permet de toujours avoir un pad qui est propre et sec pour éviter ou du moins retarder au maximum ces problèmes de coupure et d'irritation*. » Au-delà de ces technologies, la marque travaille la coupe de tous ses produits

pour la morphologie féminine afin d'apporter un maximum de confort. Sur les cuissards par exemple, les coutures sont légèrement arrondies, car « *les femmes, on a toujours tendance à avoir des hanches un peu plus larges.* »

Certains événements, bien que de taille différente, se distinguent par des engagements encore plus forts et précurseurs. La Desertus Bikus est un exemple éloquent avec son objectif de parité : en limitant les inscriptions pour garantir 50 % d'hommes et 50 % de femmes, l'événement envoie un signal fort. Cette politique, qui comprend également une page d'inscription dédiée aux femmes pour faciliter leur participation, fait de la Desertus Bikus un modèle unique et inspirant. De même, l'Ultra-Trail du Vercors (UTV) a aussi été un des premiers à instaurer des quotas pour les femmes, démontrant que l'égalité de genre est une priorité stratégique qui va au-delà des discours. Ces initiatives prouvent la volonté des organisateurs de créer un environnement équitable.

3.2.3 Défis et freins à l'inclusion féminine

Les acteurs interrogés s'accordent à dire que les principaux obstacles à l'inclusion des femmes ne sont pas d'ordre purement physique ou technique, mais qu'ils sont plutôt liés à des dynamiques sociétales, psychologiques et culturelles profondément ancrées. Ces freins, souvent invisibles, constituent des barrières significatives à l'entrée et à la progression dans les sports d'ultra-endurance.

Le premier frein majeur identifié est le syndrome de l'imposteur et l'auto-censure. Plusieurs répondants notent que les femmes ont une approche de la compétition différente de celle des hommes. Marie Sammons (UTMB) souligne que les femmes se sentent souvent moins capables, là où « *certaines hommes moins préparés se sentent eux, capables* ». Cette différence d'appréhension se traduit par une plus grande prudence et un besoin de sur-préparation. Yvan Thuayre (Desertus Bikus) et Nathalie Monnier (Race Across) confirment que les femmes s'alignent sur une course uniquement lorsqu'elles sont quasiment « *sûres d'aller au bout* ». Cette rigueur a une conséquence paradoxale mais positive : les femmes ont un taux d'abandon nettement plus faible que les hommes sur les ultras, car leur engagement est le fruit d'une réflexion et d'une préparation plus approfondie.

Un autre défi majeur réside dans la gestion des contraintes de la vie quotidienne. La charge mentale et familiale, qui pèse encore majoritairement sur les femmes, est un frein

significatif. Marie Sammons (UTMB) évoque le sentiment de « *culpabilisation des femmes quand elles laissent leurs enfants pour aller s'entraîner* », un sentiment beaucoup moins présent chez les hommes. Pour les mères, se dire « *je pars cinq jours faire un ultra* » est perçu comme un « *gros sacrifice* » et est parfois considéré, à tort, comme un acte égoïste, comme le souligne Nathalie Monnier (Race Across). Les politiques de parentalité mises en place par des organisations comme l'UTMB sont une réponse directe à ces défis sociétaux.

Enfin, les barrières physiques et l'aspect sécuritaire ont également été soulevés. Bien que moins importants que les freins psychologiques, ils contribuent à rendre la pratique intimidante. La peur de s'entraîner seule, notamment la nuit, est une inquiétude récurrente chez les femmes, comme l'ont rapporté Marie Sammons (UTMB) et Yvan Thuayre (Desertus Bikus).

Katarina Zouechtiagh (Femmes en Montagne) aborde aussi l'aspect du « *matériel qui n'est pas adapté, cher, l'impossibilité d'aller s'entraîner seule* ». Au sujet des équipements inadéquats, Zoé Charef évoque le phénomène du « *Pink it and shrink it* » qui fait référence à un biais des marques qui ont tendance à réduire les modèles femmes à des modèles hommes rapetissés et roses sans tenir compte des spécificités et différence corporelles et physiologiques des femmes. Pourtant, comme le formule pertinemment un épisode du podcast *Dans la tête d'un cycliste*, « *une femme n'est pas un petit homme* ». Ces freins, bien que parfois moins médiatisés, sont essentiels à prendre en compte.

Si les barrières logistiques tendent à disparaître, les freins les plus complexes demeurent ceux liés aux mentalités et aux rôles de genre, nécessitant un effort continu de sensibilisation de la part de l'ensemble de l'écosystème.

3.2.4 Perspectives et collaboration au sein de l'écosystème

Les répondants se montrent globalement optimistes quant à l'avenir de la participation féminine dans l'ultra-endurance. Tous s'accordent à dire que la clé de la progression réside dans une collaboration renforcée et une prise de conscience collective de l'ensemble de l'écosystème sportif, incluant organisateurs, marques, fédérations et médias.

Pour Yvan Thuayre (Desertus Bikus), l'implication de tous les acteurs est essentielle, car « *tout le monde a intérêt à ce qu'il y ait davantage de femmes dans le sport* ». La collaboration se manifeste par un échange d'expériences et de bonnes pratiques. Guillaume

Martin (Race Across) insiste également sur l'importance de cette dynamique et ajoute que l'inclusion pourrait aussi passer par un cadre plus formel, avec des règles et des lois pour les organisateurs, comme l'instauration de quotas : « *Peut-être qu'il faudrait légiférer aussi, tu vois de la part de la fédération de dire : vous êtes dans l'obligation légale d'avoir tant de pourcent de places allouées aux femmes* ».

Marie Sammons (UTMB) explique que son groupe travaille étroitement avec d'autres organisations et fédérations, comme la Pro Trail Running Association (PTRA). L'idée est de capitaliser sur les succès des uns (comme la parité des *prize money* à l'UTMB depuis 2008) pour inspirer les autres sports, comme le souligne Céline Prevost (UTMB).

Un autre levier d'action majeur est la féminisation de l'encadrement et des rôles à responsabilité. Nathalie Monnier (Race Across), Céline Prevost (UTMB) et Marie Françoise Poterau (FCC) insistent sur l'importance d'avoir des femmes à des postes clés (fédération, directrice de course, responsable marketing, coach, etc.). Elles estiment que la présence de femmes dans les équipes d'organisation est cruciale pour « *comprendre et répondre aux besoins des participantes* », ce qui conduit naturellement à des événements plus inclusifs. Nathalie Monnier précise qu'avoir une femme à la direction de course envoie un « *message* » et contribue à rassurer les potentielles participantes.

Enfin, l'avenir de l'inclusion des femmes dans l'ultra-endurance est étroitement lié à l'évolution des mentalités et à la médiatisation des performances féminines. La majorité des répondants expriment leur conviction que le fossé entre les genres va continuer de se réduire, notamment sur les épreuves d'ultra-distance, où la performance ne se joue pas seulement à la puissance physique mais aussi à la gestion de l'effort, de la fatigue et du sommeil. Yvan Thuayre note avec enthousiasme que les femmes sont « *plus performantes* » dans ces aspects et que leur capacité à « *maîtriser leurs efforts* » est un atout sur la longue distance, ce qui va continuer à les positionner comme de sérieuses concurrentes au classement général. Pour Laurène Philippot (La Sportive Outdoor), la reconnaissance de ces performances, qui se traduit par une médiatisation accrue, est un « *cercle vertueux* » qui va continuer à inspirer de nouvelles sportives.

En conclusion, la dynamique actuelle est positive et repose sur un engagement collectif pour un sport plus équitable. Les efforts de collaboration, la féminisation des postes à responsabilité et la mise en lumière des performances féminines sont perçus comme les principaux moteurs qui permettront à l'ultra-endurance d'atteindre une participation plus équilibrée dans les années à venir.

3.3 Résultats quantitatifs : perceptions et motivations des participantes

Cette section présente l'analyse des données collectées via le questionnaire en ligne auprès des 74 participantes, détaillant leurs motivations, perceptions et les freins qu'elles rencontrent dans l'ultra-endurance. Les pourcentages et fréquences seront utilisés pour illustrer les tendances principales.

3.3.1 Motivations et perceptions de l'ultra-endurance

Cette section explore les raisons d'engagement des participantes dans l'ultra-endurance et leurs perceptions quant à leur expérience au sein de cet environnement sportif.

3.3.1.1 Facteurs de motivation principaux

L'analyse des échelles de Likert concernant les motivations principales des participantes pour l'ultra-endurance révèle des scores moyens élevés pour les facteurs intrinsèques liés au défi personnel, à la liberté et à la connexion avec la nature. La *Figure 5* présente une vue synthétique des scores moyens pour chaque motivation, classées par ordre décroissant d'importance, offrant un premier aperçu de leur hiérarchie. Pour une compréhension plus détaillée de la distribution des réponses pour chaque facteur, la *Figure 6* illustre la répartition des pourcentages de réponses sur l'échelle de Likert (de 1 : *pas du tout important* à 5 : *très important*).

Figure 5 - Score moyen des facteurs de motivations pour la pratique de l'ultra-endurance (N=74, Échelle de Likert : 1 (pas du tout important) à 5 (très important))

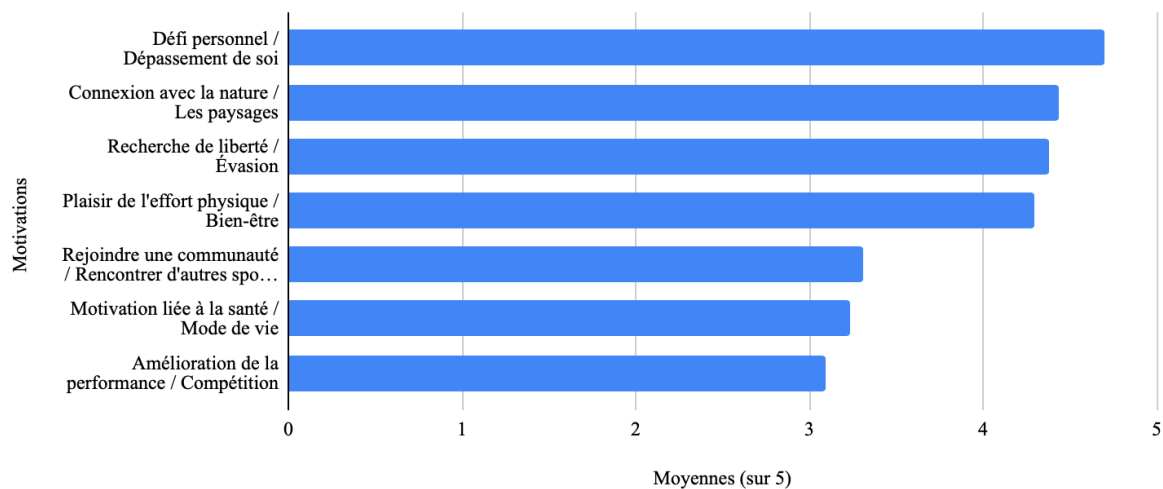
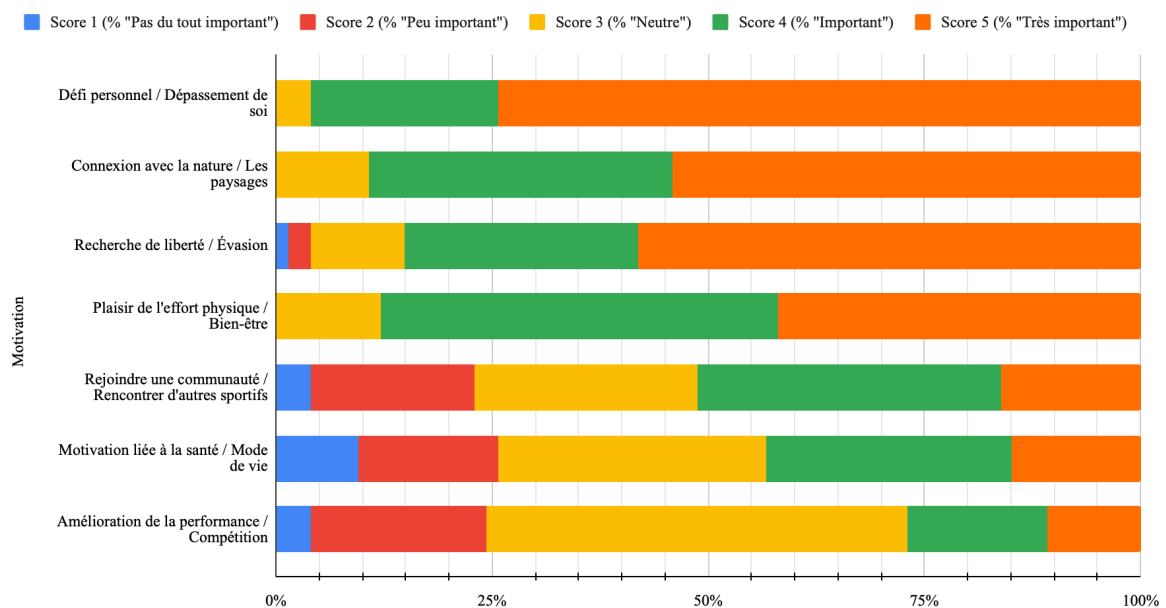


Figure 6 - Répartition des scores d'importance pour chaque facteur de motivation (N=74)



Les données indiquent clairement que le défi personnel et le dépassement de soi constituent la motivation première des participantes, avec la moyenne la plus élevée de 4,70 sur 5 (Figure 5). Ce score est soutenu par une unanimité remarquable (Figure 6) : 74,3% des répondantes considèrent ce facteur comme *très important* (score 5), et 21,6% comme *important* (score 4), ne laissant aucune répondante attribuer un score inférieur à 3. Cela suggère que l'ultra-endurance est avant tout perçue comme un moyen d'exploration et de dépassement de ses propres limites physiques et mentales.

La connexion avec la nature et les paysages se positionne également comme une motivation très significative, avec une moyenne de 4,43 sur 5 (*Figure 5*). Ce besoin d'évasion et de ressourcement est partagé par une large majorité des participantes (*Figure 6*), puisque 54,1% la jugent *très importante* et 35,1% *importante*.

La recherche de liberté et d'évasion obtient une moyenne de 4,38 sur 5 (*Figure 5*), avec 58,1% des participantes la considérant *très importante* et 27,0% *importante* (*Figure 6*). Ces deux motivations, intrinsèquement liées, soulignent un besoin d'échapper au quotidien et de se ressourcer dans des environnements naturels. La pratique de l'ultra-endurance offre ainsi une parenthèse propice à l'introspection et au bien-être psychologique.

Le plaisir de l'effort physique et le bien-être représente un autre moteur essentiel, affichant une moyenne de 4,29 sur 5 (*Figure 5*). Près de la moitié des répondantes (41,9%) le jugent *très important* et 45,9% *important* (*Figure 6*), témoignant d'une satisfaction profonde tirée de l'activité physique intense et de ses bienfaits.

Des motivations telles que rejoindre une communauté / rencontrer d'autres sportifs (3,31), la motivation liée à la santé / mode de vie (3,23), et l'amélioration de la performance / compétition (3,09) obtiennent des scores moyens légèrement inférieurs (*Figure 5*), se situant autour de la moyenne de l'échelle.

Concernant le fait de rejoindre une communauté / rencontrer d'autres sportifs, la *Figure 6* révèle que si 16,2% la considèrent *très importante* et 35,1% *importante*, une part non négligeable de 26% (12,2% *neutre* + 10,8% *peu important* + 2,7% *pas du tout important*) la juge *neutre* ou *peu importante*, indiquant que cet aspect, bien qu'apprécié, n'est pas un moteur universel pour toutes les participantes.

La motivation liée à la santé / mode de vie est jugée *très importante* par 14,9% et *importante* par 28,4%, mais aussi *neutre* par 31,1% (*Figure 6*). Ce profil de répartition indique une perception plus hétérogène de la santé dans le contexte de l'ultra-endurance, potentiellement liée à la balance entre les bénéfices à long terme et les contraintes physiques intenses de la pratique.

Enfin, l'amélioration de la performance / compétition est le facteur le moins important avec une moyenne de 3,09 (*Figure 5*). La *Figure 6* met en évidence que bien que 10,8% la considèrent *très importante* et 16,2% *importante*, près de la moitié des répondantes (48,6%) la jugent *neutre*, *peu importante* (14,9%), ou *pas du tout importante* (9,5%). Ce score plus modéré et cette distribution répartie suggèrent que la compétition pure n'est pas la finalité principale pour cette population féminine, qui privilégie davantage l'accomplissement personnel et l'expérience globale plutôt que la performance compétitive absolue.

3.3.1.2 Perceptions de l'expérience

Les perceptions des participantes vis-à-vis de leur expérience et de l'environnement des événements d'ultra-endurance sont également évaluées *via* des échelles de Likert. Au-delà des questions sur le soutien ou la communication, une question centrale portait sur le sentiment d'intégration des participantes.

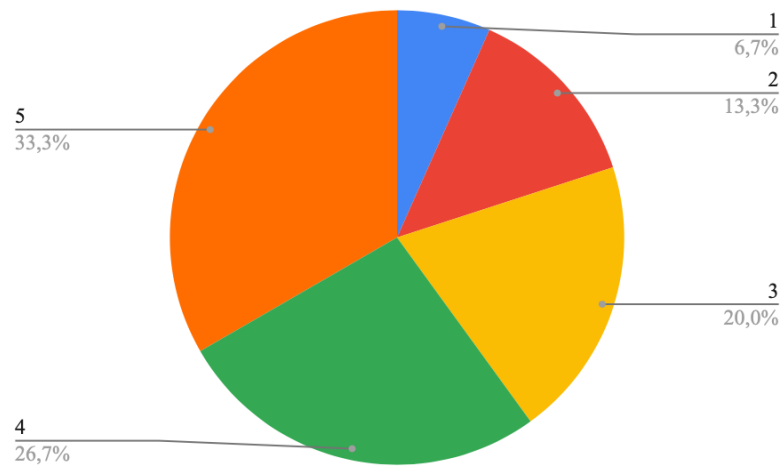
Concernant la question : « *Dans quelle mesure vous sentez-vous intégrée et à votre place dans l'environnement des événements d'ultra-endurance ?* » (Échelle de Likert : 1 *pas du tout* à 5 *totalelement*), le score moyen s'élève à 3,53 sur 5. Ce score, légèrement supérieur à la moyenne de l'échelle, indique un sentiment d'intégration globalement positif, mais avec une certaine nuance.

La *Figure 7* illustre la répartition de ces réponses. Elle révèle que la perception de l'intégration est partagée, sans atteindre une unanimité complète.

- Environ un tiers des répondantes (33,3%) se sentent *totalelement* intégrées (score 5).
- Un quart (26,7%) se sent *bien* intégrée (score 4).
- Cependant, une part significative (20,0%) se situe au niveau *neutre* (score 3), et 13,3% se sentent *peu* intégrées (score 2). Une petite minorité (6,7%) ne se sent *pas du tout* intégrée (score 1).

Cette distribution montre qu'une majorité de participantes se sent effectivement à sa place ou du moins s'intègre bien dans l'environnement de l'ultra-endurance. Néanmoins, la présence notable de réponses aux scores 1, 2 et 3 suggère qu'un certain nombre de femmes n'expérimente pas un sentiment d'intégration total ou se sent encore marginalisé. Cela ouvre des pistes de réflexion quant aux actions à mettre en œuvre pour renforcer ce sentiment d'appartenance pour toutes les participantes.

Figure 7 - Perception de l'intégration des femmes dans l'ultra-endurance (N=74, Échelle de Likert : 1 (pas du tout) à 5 (totalement))



En complément du sentiment général d'intégration, les participantes ont également évalué d'autres aspects cruciaux de leur expérience et de l'environnement des événements d'ultra-endurance. La *Figure 8* synthétise les scores moyens obtenus pour ces différentes affirmations. Elle permet d'identifier les points forts et les axes d'amélioration en termes de perception vécue par les femmes. Pour une analyse plus fine de la distribution des réponses, la *Figure 9* présente la répartition des scores (de 1 : *pas du tout d'accord* à 5 *tout à fait d'accord*) pour chacun de ces facteurs de perception.

Figure 8 - Score moyen des perceptions des participantes concernant l'ultra-endurance (N=74, Échelle de Likert : 1 (pas du tout d'accord) à 5 (tout à fait d'accord))

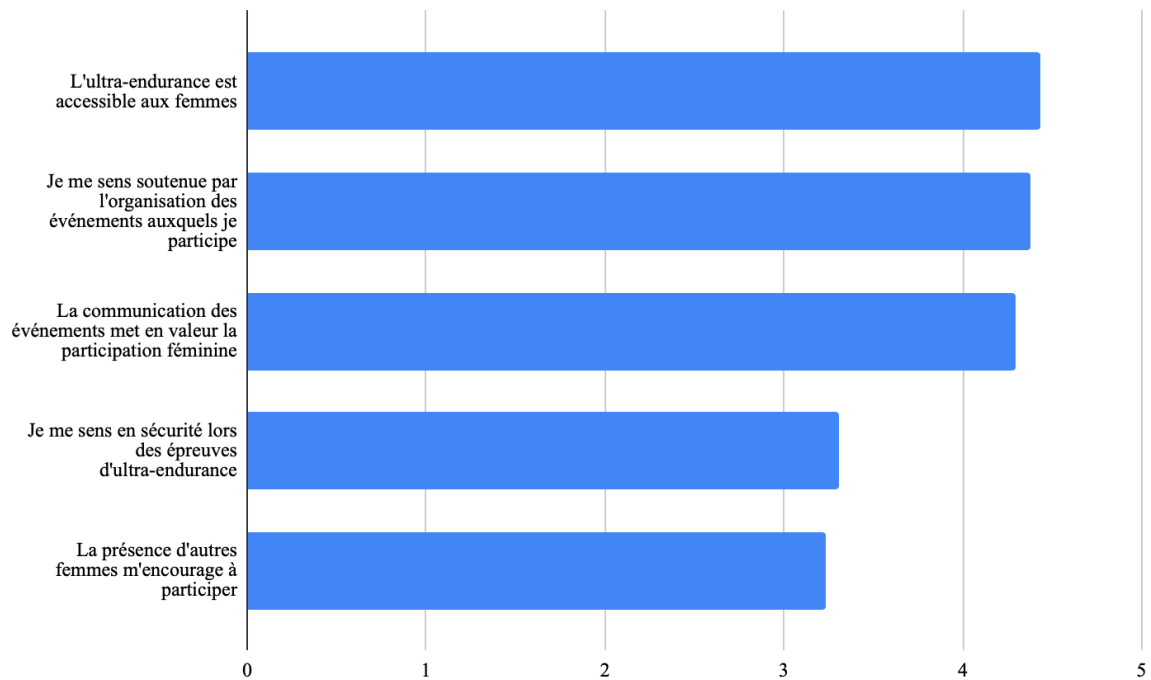
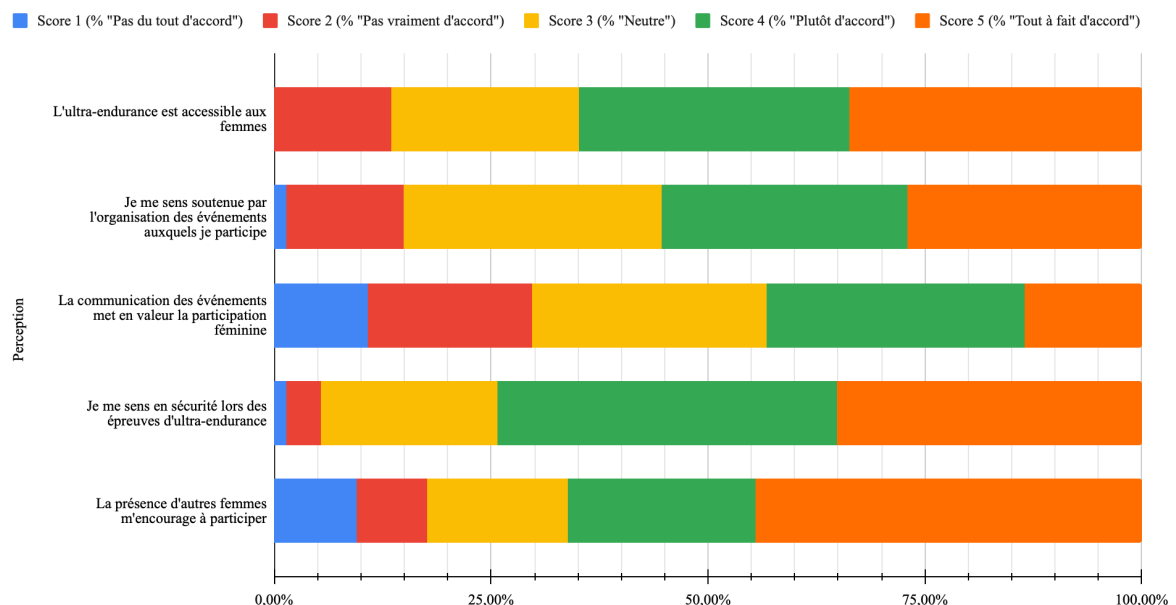


Figure 9 - Répartition des scores des perceptions des participantes concernant l'ultra-endurance (N=74)



L'analyse de ces facteurs révèle des perceptions globalement positives concernant l'accessibilité et le soutien (Figure 8) :

L'affirmation « *L'ultra-endurance est accessible aux femmes* » obtient le score moyen le plus élevé de cette série, à 4,43 sur 5. La *Figure 9* confirme ce résultat en montrant une forte concentration de réponses positives : 33,78% *tout à fait d'accord* (score 5) et 31,08% *d'accord* (score 4), suggérant que la grande majorité des participantes considèrent la discipline comme ouverte et praticable pour les femmes.

Le sentiment de « *soutien par l'organisation des événements auxquels je participe* » est également très bien perçu, avec une moyenne de 4,38 sur 5 (*Figure 8*). La *Figure 9* détaille que 27,03% sont *tout à fait d'accord* et 28,38% *d'accord*, ce qui indique une appréciation significative des efforts des organisateurs pour accompagner les participantes tout au long des épreuves.

La perception que *La communication des événements met en valeur la participation féminine* affiche une moyenne de 4,29 sur 5 (*Figure 8*). L'examen de la *Figure 9* montre 13,51% de *tout à fait d'accord* et 29,73% de *d'accord*. Bien que ce score élevé soit encourageant et témoigne d'une reconnaissance des efforts de visibilité des femmes, on note une proportion plus importante de *neutre* (27,03%) et de désaccord (10,81% *pas du tout d'accord* + 18,92% *peu d'accord*) que pour les perceptions précédentes, indiquant une hétérogénéité des avis sur cet aspect.

Cependant, d'autres aspects montrent des marges de progression et des préoccupations plus marquées :

Le sentiment de « *sécurité lors des épreuves d'ultra-endurance* » obtient un score moyen de 3,31 sur 5 (*Figure 8*). La *Figure 9* révèle une répartition plus équilibrée des réponses : si 35,14% se disent *tout à fait d'accord* et 39,19% *d'accord*, 20,27% sont *neutres* et 5,4% sont en désaccord (*peu ou pas du tout*). Bien que supérieur à la moyenne de l'échelle, ce score est significativement plus bas que les perceptions d'accessibilité, de soutien et de communication. Cela met en lumière que la sécurité, notamment dans des contextes d'ultra-endurance où l'on est parfois seul et la nuit, reste une préoccupation importante pour les participantes et un axe de vigilance pour les organisateurs.

Enfin, l'affirmation « *La présence d'autres femmes m'encourage à participer* » présente le score moyen le plus bas de cette catégorie, à 3,23 sur 5 (*Figure 8*). La *Figure 9* montre une

répartition des réponses variée : 44,59% se sentent *très encouragées* (score 5), et 21,62% *encouragées* (score 4). Toutefois, un segment important est *neutre* (16,22%) ou en désaccord (9,46% *pas du tout* + 8,11% *peu*). Cela indique que si la présence d'autres femmes est un puissant moteur pour certaines, elle est moins significative pour d'autres, suggérant des motivations d'engagement plus individuelles.

Ces résultats combinés aux motivations principales (*Figure 5 et 6*) et au sentiment d'intégration générale (*Figure 7*) permettent de dresser un tableau nuancé des perceptions des femmes dans l'ultra-endurance, identifiant des zones de satisfaction et des défis persistants.

3.2.1.3 Autres motivations

Au-delà des facteurs prédéfinis, les questions ouvertes ont permis d'identifier une richesse de motivations plus personnelles et nuancées, qui éclairent la complexité de l'engagement féminin dans l'ultra-endurance. Ces thèmes peuvent être regroupés en plusieurs catégories :

- *Développement personnel et psychologique :*

Plusieurs répondantes ont mis l'accent sur la confiance en soi, la recherche de leurs limites sportives et mentales, le besoin d'accomplissement et de reconnaissance (permettant de travailler sur l'estime de soi), ou encore l'apprentissage face aux obstacles et difficultés pour gagner en autonomie et indépendance. La connaissance de soi et le développement personnel sont des fils conducteurs récurrents. Une participante évoque la « *peur d'être seule la nuit et de gérer la trace GPX seule* », transformant une appréhension en une motivation pour développer son autonomie.

- *Affirmation et féminisme :*

Un aspect particulièrement fort et spécifique à la population féminine est l'idée de « *prouver en tant que femme que l'on peut faire aussi bien que les hommes et que c'est accessible sans un physique sportif et athlétique* ». Ce désir d'égalité et de remise en question des stéréotypes se manifeste également par la volonté de « *montrer que les femmes peuvent aussi le faire* » et un sentiment de féminisme, c'est-à-dire « *occuper l'espace public, y compris rouler la nuit, faire un sport mixte* ».

- *Relation au corps et bien-être mental :*

La pratique de l'ultra-endurance est aussi un moyen de réconciliation avec son corps, abordant le rapport au corps parfois difficile hors sport (maladie, injonctions faites aux femmes). L'aspect de défoulement (apaiser les humeurs) et le soutien à la santé mentale sont également cités, soulignant le rôle thérapeutique de la discipline face au stress sociétal.

- *Découverte et aventure :*

Au-delà des paysages déjà mentionnés, les participantes expriment le désir de voyager dans des régions, découvrir de nouveaux paysages et de créer des souvenirs. Le plaisir, l'aventure, l'autonomie sont des aspects clés de cette quête.

- *Partage et transmission :*

La dimension interpersonnelle se retrouve dans le souhait de partager l'expérience en lien avec la santé, faire rayonner le cyclisme féminin, de se retrouver sur ces événements et partager avec les autres coureurs, ou encore la transmission de cette passion et l'exemple auprès de leurs enfants.

- *Objectifs spécifiques et sécurité :*

Bien que la compétition soit moins un moteur principal, certaines participantes cherchent à se qualifier pour des courses (finales) ou faire des records de temps. L'humour est aussi présent avec le désir de « faire *mieux que les hommes* ». La question de la sécurité est abordée par le suivi live et le semblant de sécurité que cela procure, et la possibilité de pouvoir parcourir des sentiers sécurisés pour l'occasion et pas forcément accessibles en temps normal. Enfin, des motivations plus directes comme « *The challenge* » et « *Pushing out of your comfort zone* » confirment les thèmes de dépassement déjà identifiés.

Ces éléments qualitatifs enrichissent la compréhension des motivations en révélant une dimension profonde et multifacette de l'engagement des femmes dans l'ultra-endurance, allant de l'accomplissement personnel à des enjeux sociétaux et identitaires.

3.3.2 Freins et obstacles rencontrés par les participantes

Cette section approfondit les défis spécifiques et les obstacles que les femmes participantes rencontrent dans la pratique de l'ultra-endurance. L'analyse portera sur l'impact perçu de différents freins potentiels et, le cas échéant, sur les raisons de renoncement liées à ces obstacles.

3.3.2.1 Impact des freins potentiels

La perception des participantes concernant l'importance de divers obstacles a été évaluée à l'aide d'échelles de Likert. Ces données permettent de hiérarchiser les freins les plus significatifs pour cette population.

Figure 10 - Score moyen des freins et obstacles rencontrés par les participantes (N=74, Échelle de Likert : 1 (pas du tout un frein) à 5 (frein majeur))

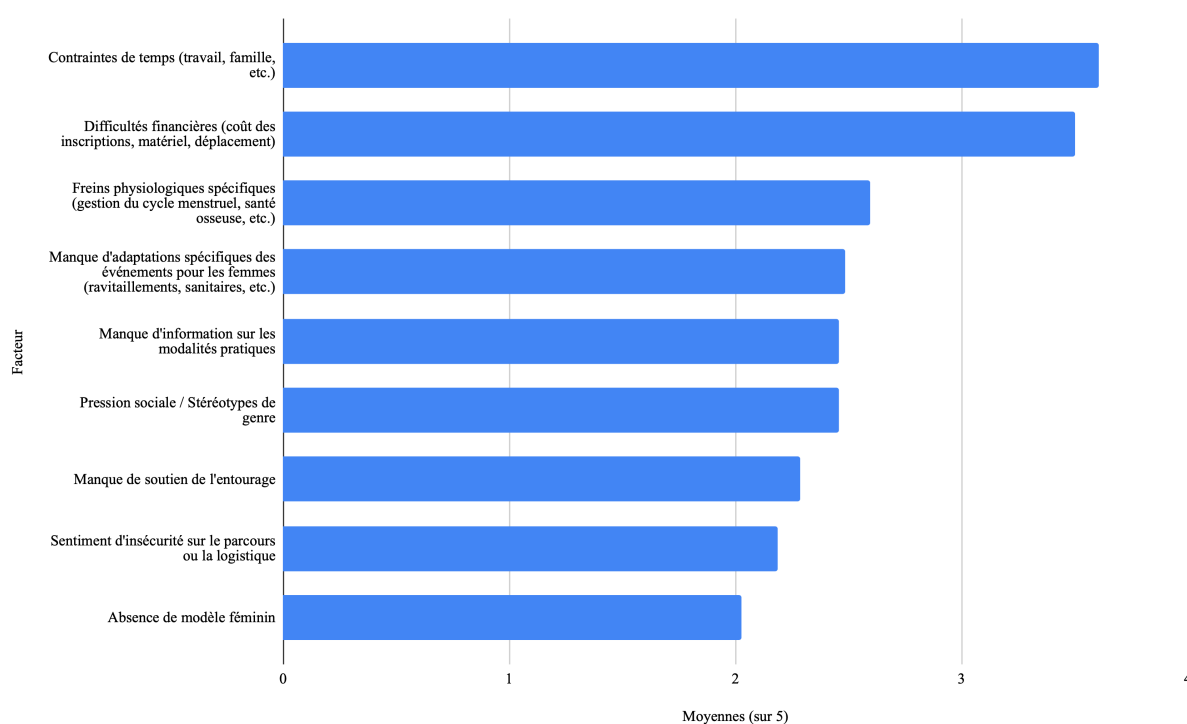
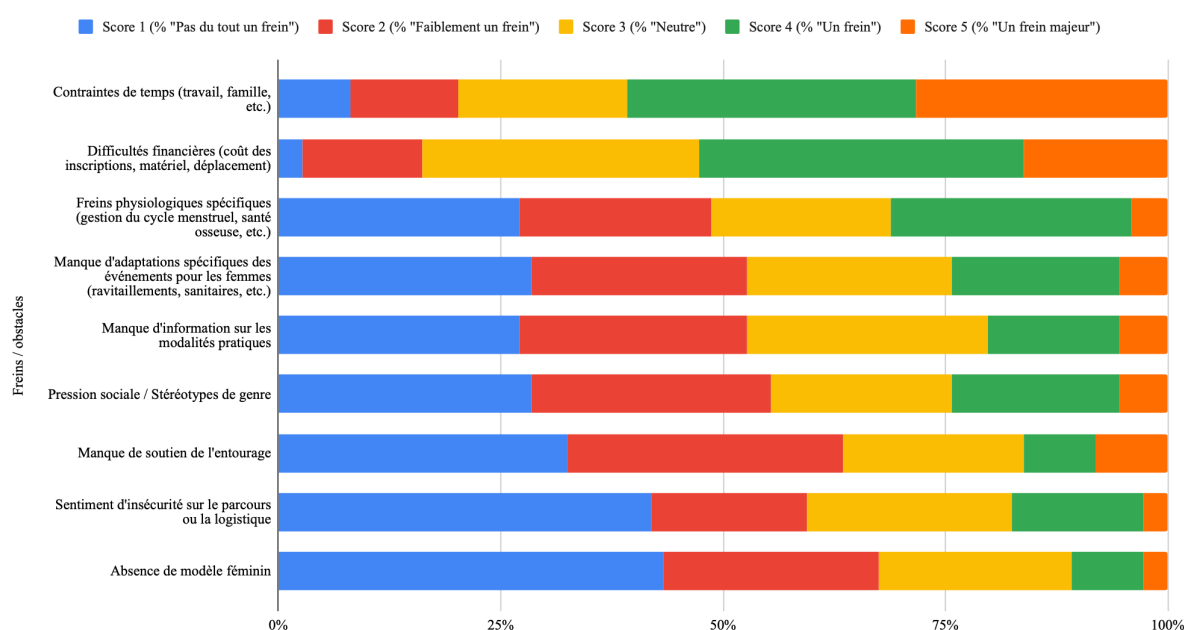


Figure 11 - Répartition des scores pour les freins et obstacles rencontrés par les participantes (N=74)



L'analyse des réponses à l'échelle de Likert révèle l'impact des différents freins potentiels, classés par ordre décroissant de moyenne (Figure 10) :

Les contraintes de temps (travail, famille, etc.) apparaissent comme le frein le plus significatif, avec un score moyen de 3,61 sur 5. La Figure 11 détaille que près d'un tiers des participantes les considèrent comme *un frein majeur* (28,38%) ou *un frein significatif* (32,43%). Ce résultat souligne la difficulté d'intégrer une pratique aussi exigeante que l'ultra-endurance dans un quotidien souvent déjà chargé par les responsabilités professionnelles et familiales, un défi particulièrement prononcé pour les femmes.

Les difficultés financières (coût des inscriptions, matériel, déplacement) représentent le deuxième frein majeur, avec une moyenne de 3,50 sur 5. Près de la moitié des répondantes les jugent *un frein significatif* (36,49%) ou *un frein majeur* (16,22%). L'investissement nécessaire pour participer à ces épreuves (coûts d'inscription élevés, équipement spécialisé, frais de déplacement et hébergement) est clairement perçu comme un obstacle substantiel.

Les freins physiologiques spécifiques (gestion du cycle menstruel, santé osseuse, etc.) obtiennent un score moyen de 2,59 sur 5. La Figure 11 montre une distribution des réponses plus équilibrée : 27,03% les considèrent *un frein significatif*, mais une proportion similaire

(27,03%) les juge *pas du tout un frein*, avec un pourcentage notable de réponses *neutre* (20,27%). Cela indique que si ces aspects sont une préoccupation pour certaines, ils ne le sont pas uniformément pour toutes les participantes.

Le manque d'adaptations spécifiques des événements pour les femmes (ravitaillements, sanitaires, etc.) et le *manque d'information sur les modalités pratiques* partagent des scores moyens proches, respectivement de 2,49 sur 5 et 2,46 sur 5. Pour le manque d'adaptations, 28,38% le jugent *pas du tout un frein*, et 18,92% *un frein significatif*. Pour le manque d'information, 27,03% le considèrent *pas du tout un frein*, et 14,86% *un frein significatif*. Ces scores indiquent que ces éléments sont des freins pour une partie des participantes, mais ne sont pas perçus comme majeurs par l'ensemble du groupe.

La pression sociale et les stéréotypes de genre présente une moyenne de 2,46 sur 5. La *Figure 11* révèle que 28,38% des répondantes considèrent ce facteur comme *pas du tout un frein*, tandis que 18,92% le jugent *un frein significatif*. Cela suggère que si ces éléments peuvent constituer un frein pour certaines, ils sont moins universellement ressentis que les contraintes de temps ou les contraintes financières.

Le manque de soutien de l'entourage a une moyenne de 2,28 sur 5. Un pourcentage significatif (32,43%) le considère *pas du tout un frein*, et 31,08% *faiblement un frein*. Ce résultat indique que, bien que potentiellement présent, ce manque de soutien n'est pas un frein majeur.

Le sentiment d'insécurité sur le parcours ou la logistique obtient un score moyen de 2,19 sur 5. Près de la moitié des participantes (41,89%) le jugent comme n'étant *pas du tout un frein*, contre seulement 14,86% qui le considèrent comme *un frein significatif*. Bien que ce facteur puisse être une préoccupation certaine, il est minoritaire par rapport à d'autres freins.

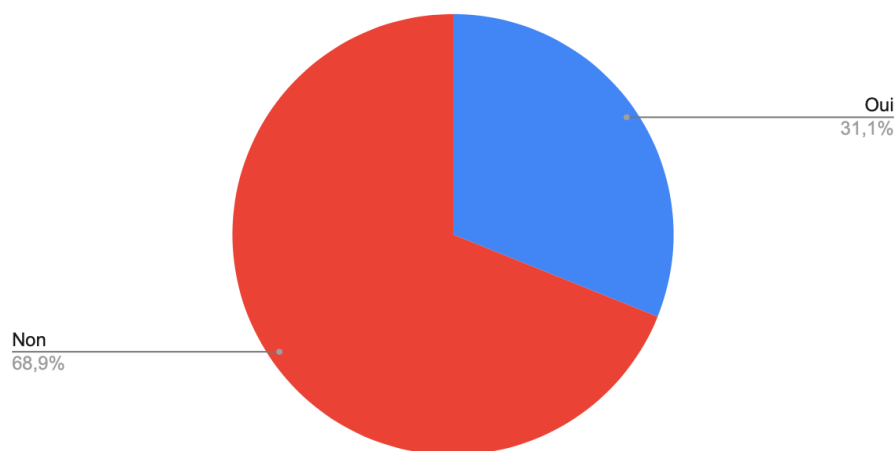
L'absence de modèle féminin est perçue comme le frein le moins important de cette catégorie, avec une moyenne de 2,03 sur 5. Une large majorité (43,24%) le considère *pas du tout un frein*, et 24,32% *faiblement un frein*. Cela suggère que la présence de modèles féminins, bien qu'appréciée, n'est pas un facteur limitant majeur pour l'engagement des participantes actuelles.

Ces résultats montrent que les freins les plus tangibles et organisationnels, comme le temps ou l'argent, sont perçus comme plus impactants que les freins liés aux stéréotypes ou à l'absence de modèles pour les participantes de cette étude.

3.3.2.2 Renoncement lié aux freins

Au-delà de la perception des obstacles, il est essentiel de comprendre dans quelles mesures ces freins peuvent conduire à un renoncement ou à un abandon des participantes.

Figure 12 - Nombre de participantes ayant déjà renoncé à participer à un événement d'ultra-endurance à cause d'un frein (N=74)



L'enquête révèle qu'une part significative des participantes a déjà renoncé à un événement d'ultra-endurance en raison d'un frein identifié. La *Figure 12* montre que 31,1% des répondantes ont déjà renoncé à participer à un événement d'ultra-endurance à cause d'un de ces freins, tandis que 68,9% n'y ont pas renoncé.

Les questions ouvertes ont permis d'identifier des raisons plus spécifiques de renoncement ou des préoccupations qui pourraient y mener :

- *Politiques événementielles et flexibilité :*

La « politique de grossesse pas assez développée (plus de flexibilité quant au report des dossards) » est une préoccupation majeure pour certaines, soulignant un manque d'adaptation des règles aux réalités féminines.

- *Comportements masculins et sexisme :*

Des participantes ont signalé que « *sur les Granfondo vélo, les concurrents masculins ont de la peine à accepter la présence de femmes qui les dépassent (hors Race Across où l'ambiance est top entre participants)* », mettant en lumière des comportements sexistes qui peuvent impacter l'expérience.

- *Faible participation féminine :*

Le constat que « *trop peu de femmes participent à des ultras* » est un frein en soi, même si la présence d'autres femmes n'est pas un facteur d'encouragement majeur pour toutes, comme l'indiquent les données quantitatives. Toutefois, une participante indique : « *Je n'ai pas besoin d'avoir des figures féminines pour participer mais je trouve ça plus chouette lorsque nous sommes plus nombreuses comme sur la French Road* ».

- *Visibilité et reconnaissance :*

Un manque de mise en avant est également ressenti : « *De plus, les femmes sont rarement mises en avant. On parle des hommes mais rarement des performances féminines* ».

- *Barrières horaires et niveau requis :*

Les « *barrières horaires trop justes si on n'a pas un gros niveau* » et les « *délais, difficiles pour des cyclistes femmes amateurs bien que passionnées* » sont des obstacles concrets qui peuvent empêcher de nombreuses femmes de terminer les épreuves, malgré leur passion.

- *Coût et planification :*

Les « *tarifs et dates des événements* » sont des facteurs pratiques qui peuvent limiter la participation.

- *Infrastructures spécifiques :*

Le manque d'adaptations pour les femmes est mis en évidence par un exemple frappant : « *UTMB are better than many other event companies, maybe due to Sophie Powers influence. I recently did a 50km in Morzine with only one toilet 12km in! Totally unfair. Women were not a consideration at all* ». Ce verbatim souligne l'importance des considérations spécifiques aux femmes dans la logistique des événements.

Ces éléments qualitatifs complètent les données quantitatives en offrant une perspective plus nuancée et vécue des obstacles, soulignant des enjeux allant des politiques événementielles à la culture sportive et aux infrastructures.

3.3.3 Attentes et suggestions des participantes

Cette section synthétise les attentes et les suggestions formulées par les participantes, visant à améliorer leur expérience et à favoriser une meilleure inclusion dans le monde de l'ultra-endurance. Ces retours proviennent des demandes récurrentes identifiées dans les questions ouvertes, ainsi que des commentaires divers.

3.3.3.1 Actions clés attendues des organisateurs

Les participantes expriment plusieurs demandes concrètes et récurrentes adressées aux organisateurs d'événements, visant à une meilleure prise en compte de leurs spécificités et à l'amélioration générale des conditions de participation. L'amélioration des infrastructures et services sur le parcours est une priorité, avec des requêtes très fréquentes concernant les toilettes : il est demandé d'« *avoir des toilettes accessibles aux femmes systématiquement aux ravitos* », si possible « *au moins 2 toilettes* », « *dédiées au départ et aux ravitos* », et « *adaptées à l'hygiène féminine* ». La mise à disposition de produits d'hygiène (protections, tampons, savon, lingettes) et la création d'espaces dédiés pour se changer ou se reposer (base de vie, zones de récupération spécifiques) sont également citées.

La flexibilité et l'adaptation des règles de course constituent un autre axe majeur. Concernant la politique de grossesse, les participantes souhaitent un « *remboursement automatique de dossard en cas de grossesse* » ou « *plus de flexibilité quant au report des dossards* ». Pour les barrières horaires, un élargissement est fortement demandé, car la « *grosse différence de rythme moyenne entre les femmes et les hommes* » et le temps supplémentaire nécessaire pour des pauses (comme « *s'arrêter faire pipi* ») ne les « *encouragent pas du tout à pratiquer l'ultra* ». La gestion des dossards est aussi un point sensible : la réservation de places spécifiques pour les femmes est une suggestion récurrente, avec des propositions de quotas (citant la Desertus Bikus pour son succès en parité) ou de périodes d'inscription dédiées. Des idées incluent également des « *dossards gratuits ou fortement réduits pour les femmes* » et des facilitations pour l'inscription.

La reconnaissance et la valorisation des performances féminines sont impératives. Il est demandé de « *mettre en avant le podium femme* », les « *élites femmes* », et plus globalement la « *course des femmes (médias, classement, interviews...)* ». La parité des récompenses est également une attente forte : « *primes idem que les hommes* », car recevoir « *uniquement un trophée en bois* » après un tel effort « *n'est pas très top* » si les hommes reçoivent plus. La visibilité post-course doit aussi être améliorée, en optimisant la « *communication [et] l'organisation (horaires d'arrivées des premières femmes en pleine nuit ce qui nuit à la visibilité)* ».

Enfin, les cadeaux finishers doivent être adaptés, notamment les « *t-shirt ou veste en taille féminine* ».

3.3.3.2 Autres commentaires et suggestions

Au-delà des actions directes attendues des organisateurs, diverses suggestions ont émergé, contribuant à une vision plus globale de l'amélioration de l'inclusion des femmes dans l'ultra-endurance. La communication et la représentation sont des leviers majeurs, avec des appels à « *faire de la communication auprès des femmes pour qu'elles fassent de l'ultra* », à accroître la « *visibilité dans la communication* » et à présenter « *plus de communication mettant en scène des femmes* » pour montrer que la pratique est « *accessible à toutes* ». Il est aussi suggéré d'intégrer des informations spécifiques aux femmes dans la présentation des événements (par exemple, sur les sanitaires ou les politiques de grossesse) et d'inclure davantage de femmes dans les images et parmi les ambassadeurs. L'importance des médias est cruciale : « *j'en peux plus de ceux qui critiquent le tour de france femmes sur le seul argument de la visibilité...* ». L'intégration de femmes au sein de l'organisation est également une piste, citant « *Yvan qui arrive à avoir beaucoup de femmes sur ces événements en les mettant en avant* ».

La création de communautés et de soutien est fortement plébiscitée. Les participantes désirent « *créer une communauté de femmes ayant déjà participé à une épreuve pour diffuser des conseils à d'autres femmes qui voudraient se lancer* », s'inspirant de modèles comme la Desertus Bikus avec des « *activités dédiés aux femmes* » et des groupes d'échange. Des « *sessions Q&A pour rassurer et répondre aux questions des femmes* » sont envisagées, ainsi que l'entraide pour « *accepter de rouler ensemble* ».

Un changement des mentalités et de l'image des événements est jugé crucial. Pour certaines, la place des femmes dans l'ultra dépend aussi des hommes, qui « *doivent les mettre en avant et croire en elles* ». L'image de certains événements est également un frein : une participante propose de « *changer complètement leur image* » pour qu'elle soit plus « *bienveillante, de confiance* » et moins stéréotypée, avec un « *système d'inscription qui montre que l'on a notre place* » et un « *tarif plus attractif* ».

La gestion de sujets spécifiques et tabous, comme le cycle menstruel, est une préoccupation majeure : « *Peut-être plus de partage sur la gestion du cycle. Pour moi, c'est tjrs la roulette russe entre le timing d'un événement sportif et celui de mon cycle...* ».

En termes de sécurité et d'accompagnement sur le terrain, des inquiétudes sont exprimées concernant la « *difficulté [...] lorsque l'on est une femme seule pour accéder à l'épreuve : logistique, transports, la sécurité sur les bivouacs et sur les sanitaires sur les parcours* ». Des suggestions incluent de « *surveiller les femmes un peu plus surtout la nuit* » et la possibilité de rendre les trackers « *invisibles [...] pendant un temps de repos/sommeil* ».

Concernant la motivation et le dépassement personnel, certaines participantes soulignent l'importance de l'auto-motivation : « *Je pense que c'est aux femmes elles-mêmes de trouver leur force là-dedans* », percevant même les inégalités comme un moteur pour « *montrer aux hommes qu'on peut rivaliser avec eux* ». Le message est clair : « *Que les femmes osent se lancer sur des défis !* » et « *Osons !* ».

La reconnaissance de l'effort est également un point sensible : il est important de « *récompenser* » les femmes, même sur des courses moins connues, et de s'assurer que « *les récompenses soient à la hauteur* ».

Le soutien financier et matériel est évoqué, avec des suggestions « *d'aide financière et matérielle, invitations...* » et même des « *prix à 20% moins cher, vu que c'est le gap de salaire* ».

D'après les répondantes le traitement égalitaire et inclusif est primordial peu importe le nombre de participantes sur une course. En effet, le besoin d'être traitée de « *façon égalitaire* » est fort. Des participantes insistent : « *Don't think organizers need to take any more actions,*

treat us any differently. » et « Women pay the same as men to enter, we should be given equal coverage and experience. Just because we may be slower does not mean the photographers shouldn't wait for us, nor should the finish line be disappointing. ».

La mise en avant de modèles féminins est perçue comme un facteur positif, avec des « *modèles de championnes féminines françaises et étrangères qui permettent de s'identifier et d'inclure de plus en plus les femmes dans l'ultra distance* ».

Enfin, le partage d'expériences et de connaissances est souhaité à travers plus de « *communication et transparence sur l'entraînement et la pratique* », ainsi que des « *Training and recce weekends made available* ».

4. Discussion des résultats

Cette section a pour objectif d'interpréter les résultats présentés précédemment au regard du cadre théorique et des objectifs de recherche. Nous confronterons les données qualitatives issues des entretiens et les données quantitatives du questionnaire pour répondre de manière nuancée à la problématique de ce mémoire, en discutant les implications des stratégies organisationnelles sur l'expérience des participantes.

4.1 De la vision à la gouvernance : quand les organisations créent une culture d'équité

Les résultats de cette étude qualitative et quantitative confirment l'hypothèse selon laquelle les stratégies d'inclusion des femmes dans l'ultra-sport vont au-delà de simples mesures marketing, s'intégrant dans une transformation structurelle et culturelle des organisations. L'analyse des entretiens avec les organisateurs de la série Race Across et de l'UTMB Group met en évidence une démarche de « *bonne gouvernance* » (Geeraert, 2022) où la gestion de la diversité (Tisserant & Leymarie, 2018) devient un pilier stratégique.

Les initiatives concrètes observées, comme la politique de parentalité de l'UTMB ou l'introduction de « *women kits* » sur les ravitaillements, illustrent une prise en compte proactive des spécificités et des freins féminins. Plutôt que de simplement inviter les femmes, les organisations agissent sur les obstacles logistiques et psychologiques. La mise en place de ces mesures, bien au-delà d'une simple opération de communication, relève d'une réorganisation des ressources et des processus pour intégrer les besoins spécifiques des participantes. Cette approche démontre une compréhension fine de l'importance de créer des espaces sécurisants et d'appartenance.

La féminisation de l'encadrement est un autre exemple d'une réforme structurelle qui vise à intégrer l'équité non plus comme une contrainte, mais comme une valeur intrinsèque à l'organisation. Avoir des femmes à des postes clés permet d'intégrer leur perspective dès la conception des événements, ce qui est une contribution directe à l'amélioration du bien-être des participantes sur la course. Cette approche s'inscrit directement dans les principes de la "*bonne gouvernance*" sportive, qui privilégient la représentation et la prise en compte de toutes les parties prenantes.

Ces efforts de gouvernance sont également renforcés par les stratégies de communication qui visent à déconstruire les stéréotypes. En valorisant les performances féminines et en assurant une couverture médiatique paritaire, les organisateurs et les médias spécialisés comme La Sportive Outdoor participent à un processus de création nouvelle d'un imaginaire sportif. Cela va à l'encontre de la persistance des stéréotypes sexués (Chalabaev & Clément-Guillotin, 2018) en offrant des modèles de réussite féminine visibles, qui sont perçus comme essentiels par les participantes. En agissant ainsi sur les structures et la culture, les organisations se positionnent comme des moteurs de changement social, et non plus comme de simples plateformes de compétition.

4.2 Perceptions des participantes et limites de l'inclusion

Si les organisateurs de l'ultra-endurance manifestent une volonté concrète d'intégrer les femmes à travers des stratégies de gouvernance, l'analyse des freins perçus par les participantes révèle que les obstacles ne sont pas uniquement logistiques, mais demeurent profondément ancrés dans des dynamiques sociétales. L'hypothèse selon laquelle les organisateurs ne peuvent pas tout faire est validée par le fait que les freins les plus fréquemment cités dans le questionnaire ne sont pas les aspects techniques des courses, mais les contraintes de temps (charge de travail, famille) et les difficultés financières. Ces éléments renvoient à des inégalités structurelles qui dépassent le simple cadre de l'événement sportif, confirmant que le poids de la charge mentale et des responsabilités familiales, souvent désigné comme un frein majeur à la pratique sportive féminine, est une barrière majeure à la pratique de ces sports exigeants en temps et en ressources.

L'étude a également révélé des points de friction entre les stratégies d'inclusion mises en place et les perceptions des participantes. Si les efforts pour créer des communautés féminines ou offrir des produits spécifiques sont bien reçus, certaines participantes expriment une forte attente d'égalité de traitement, rejetant tout ce qui pourrait s'apparenter à une forme de sexisme positif (Dardenne *et al.*, 2018). Comme le souligne une répondante, « *Women pay the same as men to enter, we should be given equal coverage and experience. Just because we may be slower does not mean the photographers shouldn't wait for us, nor should the finish line be disappointing.* » Ce verbatim est une critique directe d'une approche qui, si elle part d'une bonne intention, pourrait être perçue comme condescendante si elle se limite à la mise en place de mesures distinctives sans s'attaquer à la reconnaissance fondamentale de la

performance et de l'effort. La demande est simple : la médiatisation, les photographes et les conditions d'arrivée doivent être identiques, que l'on soit un homme ou une femme, rapide ou lent. Ce constat renvoie directement au concept d'action positive (Taillandier-Schmitt, 2018), dont l'efficacité dépend de son acceptabilité par le public cible.

Enfin, la comparaison entre l'ultra-trail et l'ultra-cyclisme fait émerger des dynamiques distinctes. L'ultra-trail, plus structuré et médiatisé, semble plus avancé dans la mise en place de politiques d'inclusion explicites et de gouvernance de la diversité. L'ultra-cyclisme, encore en développement et marqué par une culture d'indépendance et de *solo ride*, est à l'inverse plus dépendant d'initiatives individuelles. La Race Across series commence à intégrer ces considérations, cependant l'écosystème plus large de l'ultra-cyclisme, moins institutionnalisé, pourrait bénéficier d'une meilleure collaboration avec les fédérations pour structurer et promouvoir l'inclusion féminine. Cette différence souligne que la maturité et la structuration d'une discipline sportive sont des facteurs déterminants dans la mise en œuvre de politiques d'inclusion à grande échelle.

Conclusion générale

Ce mémoire visait à explorer les stratégies d'inclusion des femmes dans l'ultra-endurance et à analyser l'impact perçu de ces initiatives sur les participantes. L'étude, basée sur une approche qualitative et quantitative, confirme que l'inclusion féminine est devenue un enjeu stratégique pour l'écosystème, et que les actions mises en place sont à la fois le reflet d'une prise de conscience et les moteurs d'un changement plus profond.

Du marketing aux réformes structurelles

L'hypothèse selon laquelle les stratégies d'inclusion vont au-delà du simple marketing pour intégrer des réformes structurelles est validée par l'analyse des entretiens. Les acteurs clés de l'écosystème ne se contentent pas de campagnes de communication ciblées, ils déploient une véritable démarche de *"bonne gouvernance"*. Des événements comme l'UTMB mettent en place des politiques d'inscription uniques, telles que la politique de parentalité, qui permet de différer la participation des athlètes, attaquant ainsi un frein majeur lié à la vie personnelle et familiale. D'autres, à l'instar de la Desertus Bikus et de l'Ultra-Trail du Vercors, vont plus loin en instaurant des quotas et des objectifs de parité stricte, démontrant un engagement ferme et mesurable. La féminisation des postes de direction et l'incitation des femmes à prendre des responsabilités au sein des fédérations, à l'image des initiatives de la Fédération Française de Cyclisme, sont d'autres exemples de ces réformes. Ces actions ne sont pas de simples gestes de communication, mais des changements concrets qui visent à créer une culture d'équité et à lever des barrières psychologiques et logistiques, comme le sentiment d'isolement ou les préoccupations liées à l'hygiène avec les kits d'hygiène mis à disposition.

L'action des organisateurs face aux freins sociétaux

L'étude met cependant en lumière une distinction cruciale entre les freins auxquels les organisateurs peuvent pallier directement et ceux qui relèvent de dynamiques sociétales plus complexes. Si les initiatives de gouvernance, la mise à disposition de kits d'hygiène ou un suivi GPS, entre autres, peuvent réduire l'insécurité et améliorer le confort des participantes, des obstacles majeurs tels que le syndrome de l'imposteur, la charge mentale ou les contraintes financières demeurent. Ces résultats nuancent l'impact de l'action des organisateurs et soulignent la nécessité d'une approche plus globale, impliquant la société dans son ensemble. Les initiatives institutionnelles ou même la législation pourraient être nécessaires pour aller au-delà des actions individuelles des événements.

Un avenir fondé sur la collaboration et la médiatisation

Les répondants se montrent globalement optimistes quant à l'avenir de la participation féminine, qui repose sur une collaboration renforcée et une évolution des mentalités. L'écosystème entier semble s'engager dans une démarche de mutualisation des efforts, où les organisateurs, marques, médias, fédérations et associations s'inspirent et se tirent vers le haut. La médiatisation des performances féminines est perçue comme le moteur d'un cercle vertueux, qui va continuer à inspirer de nouvelles sportives. La capacité des femmes à gérer l'effort, la fatigue et le sommeil sur les longues distances est perçue comme un atout qui va continuer à les positionner comme de sérieuses concurrentes sur les classements généraux.

En conclusion, si l'ultra-endurance a encore du chemin à parcourir pour atteindre une pleine parité, la dynamique actuelle est positive. Elle est le fruit d'un engagement collectif et de stratégies qui vont au-delà du simple discours pour s'ancrer dans des actions structurelles. La clé du succès futur réside dans le maintien de cette collaboration et dans la mise en lumière de l'ultra-endurance non pas comme un sport de niche, mais comme une discipline inclusive et accessible à tous, capable de s'adapter et de se transformer pour répondre aux attentes de ses participantes.

Contributions et limites

Ce travail nourrit l'ambition de contribuer à combler une lacune de la littérature en étant l'une des rares études à examiner spécifiquement les initiatives organisationnelles d'inclusion de genre dans le contexte spécifique des événements d'ultra-endurance. La confrontation des perceptions des organisateurs et des participantes offre une vue d'ensemble précieuse. En outre, la comparaison entre l'ultra-trail et l'ultra-cyclisme révèle que l'ultra-trail, plus mature en matière de gouvernance, est légèrement en avance sur les stratégies d'inclusion.

Cependant, les conclusions de ce mémoire sont à considérer au regard de ses limites méthodologiques. La taille de l'échantillon qualitatif est restreinte et la nature descriptive du questionnaire ne permet pas une généralisation statistique des résultats. Le biais de sélection a pu attirer des répondantes plus motivées et plus sensibles au sujet de l'inclusion, ce qui pourrait ne pas refléter l'ensemble des pratiquantes.

Recommandations et perspectives

Sur la base de ces conclusions, plusieurs recommandations peuvent être formulées pour les acteurs de l'écosystème :

- *Organisateurs d'événements :*

Les organisateurs sont encouragés à poursuivre les réformes structurelles qui ont fait leurs preuves. Cela inclut la féminisation des équipes d'encadrement pour intégrer une perspective féminine dès la conception des événements. Ils doivent également continuer à adapter leur logistique, en généralisant les aménagements comme les kits d'hygiène et en développant des solutions de sécurité. Enfin, il est crucial de garantir une reconnaissance médiatique et financière équitable de toutes les participantes, indépendamment de leur performance, pour envoyer un message d'égalité fort à l'ensemble de la communauté.

- *Marques :*

Les marques ont un rôle essentiel à jouer dans la remise en cause des stéréotypes de genre. Elles devraient continuer à investir dans la conception de produits spécifiquement adaptés aux femmes, mais aussi et surtout dans leur communication. En valorisant des modèles variés de sportives, qui ne se limitent pas aux athlètes d'élite, elles peuvent aider à normaliser la pratique de l'ultra-endurance et à inspirer un public plus large.

- *Fédérations et institutions :*

Les fédérations et les institutions ont le potentiel d'être des moteurs puissants de changement. Elles devraient utiliser leur pouvoir pour établir des standards d'équité, voire envisager une législation pour inciter les organisateurs à adopter des politiques d'inscription plus proactives. Leur rôle est d'encourager la féminisation des postes à responsabilité et d'offrir les moyens d'accéder aux fonctions de gouvernance, pour que la parité ne soit plus seulement un objectif mais bien une réalité institutionnelle.

- *Médias et associations :*

Ces acteurs sont des leviers cruciaux de la transformation des mentalités. Les associations doivent poursuivre leurs actions de sensibilisation pour s'attaquer aux freins sociétaux à la racine. Les médias, quant à eux, doivent continuer à faire des choix éditoriaux qui donnent une visibilité accrue et équitable aux femmes, non pas en les réduisant à leur genre

mais en valorisant leurs performances et leur approche de la discipline. En agissant comme des porte-paroles et des intermédiaires, ils peuvent renforcer le lien entre les participantes et les organisateurs, amplifiant les voix et les besoins des athlètes féminines.

Pour l'avenir, des recherches pourraient explorer de manière plus approfondie les freins sociétaux et leur impact sur la participation. Une étude longitudinale serait également pertinente pour évaluer l'efficacité à long terme des stratégies d'inclusion et la durabilité de l'augmentation de la participation féminine dans l'ultra-endurance.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

Baudry, P. (1992). *Le corps extrême*.

Biewener, C. et Bacqué, M.-H. (2011). 4. *Empowerment, développement et féminisme : entre projet de transformation sociale et néolibéralisme*. Dans M. Bacqué et Y. Sintomer *La démocratie participative : Histoire et généalogie* (p. 82-101). La Découverte. <https://doi.org/10.3917/dec.bacqu.2011.01.0082>.

Faniko, K., Bourguignon, D., Sarrasin, O. et Guimond, S. (dir.) (2018). *Psychologie de la discrimination et des préjugés : De la théorie à la pratique*. De Boeck Supérieur. <https://doi-org.univ-smb.idm.oclc.org/10.3917/dbu.fanik.2018.01>.

Geeraert, A. (2022). *Good governance in sport : critical reflections* (A. Geeraert & F. van Eekeren, Eds.; First edition.). Taylor & Francis.

Keyser-Verreault, A., Brière, S., St-Pierre, M., Demers, G., Culver, D., & LeBlanc, C. (2024). *Equity, diversity, and inclusion in sport organizations*. Les Presses de l'Université Laval.

Zaffran, J. (dir.) (2015). *Accessibilité et handicap : Anciennes pratiques, nouvel enjeu*. Presses universitaires de Grenoble. <https://doi-org.univ-smb.idm.oclc.org/10.3917/pug.zaffr.2015.01>.

Articles scientifiques

Bizet, I., & Oblin, N. LA FEMME ET L'OLYMPISME OU LE FANTASME DE L'ÉMANCIPATION POLITIQUE PAR LE SPORT.

Brymer, E., & Schweitzer, R. (2013). The search for freedom in extreme sports: A phenomenological exploration. *Psychology of Sport and Exercise*, 14(6), 865–873. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2013.07.004>

Chalabaev, A., & Clément-Guillotin, C. (2018). Chapitre 9. Stéréotypes sexuels et comportements dans les activités physiques et sportives. In *Psychologie de la discrimination et des préjugés* (p. 145-159). De Boeck Supérieur. <https://doi.org/10.3917/dbu.fanik.2018.01.0145>

Cazenave, N., Le Scanff, C., & Michel, G. (2008). Étude des enjeux psychologiques dans la pratique féminine des sports à risques. *Annales Médico Psychologiques*, 166(10), 850–857. <https://doi.org/10.1016/j.amp.2008.10.016>

Chuiton, C. et Denecheau, N. (2020). Chapitre 10. Sport et genre : pourquoi le sport féminin reste moins développé ? Dans F. Benoit-Moreau et E. Delacroix *Genre et marketing : L'influence des stratégies marketing sur les stéréotypes de genre* (p. 202-222). EMS Éditions. <https://doi-org.univ-smb.idm.oclc.org/10.3917/ems.benoi.2020.01.0202>.

- Corbí-Santamaría, P., Herrero-Molleda, A., García-López, J., Boullosa, D., & García-Tormo, V. (2023). Variable Pacing Is Associated with Performance during the OCC® Ultra-Trail du Mont-Blanc® (2017-2021). *International journal of environmental research and public health*, 20(4), 3297. <https://doi.org/10.3390/ijerph20043297>
- Dardenne, B., Huart, J., & Silvestre, A. (2018). Chapitre 7. Sexisme positif : bienveillance et chaleur. In *Psychologie de la discrimination et des préjugés* (p. 119-128). De Boeck Supérieur. <https://doi.org/10.3917/dbu.fanik.2018.01.0119>
- Delespierre-Mauppin M. (2015). Répercussions médicales de l'ultra sport : perceptions des femmes sportives.
- Guex, K., Wicht, S., Besson, C., Degache, F., Gojanovic, B., & Gremion, G. (2020). From Sedentary and Physical Inactive Behaviours to an Ultra Cycling Race: A Mixed-Method Case Report. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(2), 502-. <https://doi.org/10.3390/ijerph17020502>
- Lepers, R., Li, F.-X., & Stapley, P. J. (2018). Swimrun: An emerging new endurance sport. *Movement & Sport Sciences*, 100(2), 53–58. <https://doi.org/10.3917/sm.100.0053>
- Lepers, R., Piacentini, M. F., & Vleck, V. (2019). Effect of age on the sex difference in Ironman triathlon performance. *Movement & Sport Sciences*, 104, 21–27. <https://doi.org/10.1051/sm/2019030>
- Ruchaud, F., Fontayne, P. et Chalabaev, A. (2015). Quand les sportifs/ves jugent leur propre identité de genre : une asymétrie cognitive dans les opérations d'auto-évaluation. *Staps*, 110(4), 55-74. <https://doi.org/10.3917/sta.110.0055>.
- Ruest, C. A., Knechtle, B., Rosemann, T., & Lepers, R. (2014). Women reduced the sex difference in open-water ultra-distance swimming - La Traverse Internationale du Lac St-Jean, 1955-2012. *Applied Physiology, Nutrition, and Metabolism*, 39, 270–273. <https://doi.org/10.1139/apnm-2013-0222>
- Ruest, F., Lavoie, J. M., & Ruggiero, L. (2014). Physiological and psychological characteristics of ultramarathon runners. *Sports Medicine - Open*, 2(1), 1-8.
- Taillandier-Schmitt, A. (2018). Chapitre 15. Action positive, discrimination positive : un levier efficace contre les discriminations ? In *Psychologie de la discrimination et des préjugés* (p. 231-244). De Boeck Supérieur. <https://doi.org/10.3917/dbu.fanik.2018.01.0231>
- Tisserant, P., & Leymarie, S. (2018). Chapitre 16. Politiques de gestion et idéologies de la diversité dans les organisations. In *Psychologie de la discrimination et des préjugés* (p. 245-257). De Boeck Supérieur. <https://doi.org/10.3917/dbu.fanik.2018.01.0245>

Articles de presse

- Charef, Z. (2024, 25 juillet). Quelle place pour les femmes sur les courses de trail ? *Alpine Mag*.
- Allan. (2025, 13 mars). Desertus Bikus : les femmes prennent leur part du désert au cœur de l'Espagne (parité en selle). *Weelz.ouest-france.fr*. <https://weelz.ouest-france.fr/desertus-bikus-les-femmes-prennent-leur-part-du-desert-au-coeur-de-lespagne-parite-en-selle/>

L'Échappée Vélo. (2025, 30 avril). Desertus Bikus : Récit d'une des plus folles courses bikepacking. <https://www.echappee-velo.com/news-desertus-bikus-recit-une-des-plus-folles-courses-bikepacking/>

La Sportive Outdoor. (2025, 26 juin). Ultra Trail Vercors : Léa Barnel. <https://www.lasportiveoutdoor.com/fr/evenements/ultra-trail-vercors-lea-barnel/>

Raidlight. (2024, 15 janvier). L'ultra trail au féminin. https://raidlight.com/blogs/infos/lultra-trail-au-feminin?srltid=AfmBOoruWFcoDxF_U1rsXayzh2yTV9ATvw72yGnsOeUMHrBlryj-1Y3k

Sites web et blogs

Esprit Trail. (s.d.). *Trail de montagne : foncez vous perfectionner avec des pros à l'Arc'teryx Alpine Academy !*. <https://www.esprit-trail.com/trail-de-montagne-foncez-vous-perfectionner-avec-des-pros-a-larcteryx-alpine-academy/>

Femmes en Montagne. (2025, 31 juillet). *Ultra-Trail et femmes : La compétition*. <https://femmesenmontagne.com/ultra-trail-femmes-competition/>

Race Across Series. (2024, 17 janvier). Les reines de l'endurance : la montée en puissance des femmes dans l'ultra-cyclisme. <https://raceacrossseries.com/2024/01/17/les-reines-de-lendurance-la-montee-en-puissance-des-femmes-dans-lultra-cyclisme/>

Race Across Series. (2025, 21 mai). "400 women are registered for our 2025 races. It's a symbolic milestone. A strong me..." (Facebook) <https://www.facebook.com/raceacrossseries/posts/-400-women-are-registered-for-our-2025-racesits-a-symbolic-milestone-a-strong-me/1115341380629894/>

SheRACES. (2024, juillet). *Race Guidelines*. <https://www.sheraces.com/race-guidelines>.

sportsdenature.gouv.fr. (s.d.). *Définition et réglementation du Trail*. Consulté le 15 août 2025 sur <https://www.sportsdenature.gouv.fr/trail/reglementation/definition#:~:text=trail> découverte %3A distance inférieure à,ou égale à 80 km.

Ultra Trail du Vercors. (s.d.). *Inclusivité et Féminisation*. <https://www.ultratrailvercors.com/inclusivite-feminisation>

ultra-cyclisme.fr. (s.d.). *Qu'est-ce que l'ultra-cyclisme ?*. Consulté le 15 août 2025 sur <https://ultra-cyclisme.fr/ultra-distance/quest-ce-que-lultra-cyclisme/>

Women in Trail, Val d'Aran by UTMB®. (s.d.). *Women in Trail*. <https://valdaran.utmb.world/fr/womanintrail>